

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bappenas (2017) mengatakan bahwa perekonomian global cenderung melambat, tetapi Indonesia berhasil mempertahankan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi. Pada triwulan III tahun 2016 tercatat pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia senilai 5,0 persen lebih tinggi dari triwulan sebelumnya. Ditahun 2016 terdapat kebijakan pembatasan pembelanjaan pemerintah, salah satu faktornya adalah penurunan pendapatan pajak. Berdasarkan hal tersebut peran sektor swasta sebagai sumber pertumbuhan ekonomi akan terus didorong dan ditingkatkan.

Salah satu faktor yang menyumbang pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah industri makanan dan minuman atau juga disebut industri kuliner. Kemenperin (2016) mengatakan bahwa industri makanan dan minuman memiliki kinerja yang positif dengan tumbuh mencapai 9,82 persen atau 192,69 triliun pada triwulan III tahun 2016. Selain itu industri makanan dan minuman memiliki peran penting dalam pembangunan disektor industri. Kontribusinya pada PDB industri non migas mencapai 33,6 persen pada triwulan III tahun 2016 yang merupakan terbesar dibandingkan subsektor lainnya.

Membuka usaha dalam bidang kuliner adalah hal yang baik untuk pertumbuhan perekonomian di Indonesia, khususnya di kota Yogyakarta yang merupakan kota pelajar dan memiliki banyak usaha yang bergerak dibidang kuliner. Kepala Bidang Perdagangan Dalam Negeri Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM DIY Eko Witoyo (Antara Yogya; 2015) mengatakan dari sekitar 83.000 UKM yang berada di DIY, 50% diantaranya didominasi oleh industri kuliner. Hal tersebut menunjukkan bahwa kota Yogyakarta merupakan salah satu kota yang mempunyai peluang baik untuk memulai sebuah usaha atau bisnis baru dibidang kuliner.

Inovasi dibidang kuliner sudah merupakan perihal yang wajar, hal tersebut diketahui dengan berkembangnya jenis-jenis kuliner yang ada di Indonesia. Kuliner dengan tema masakan barat, eropa, asia juga sudah mulai dikenal di era perkulineran di Indonesia, Sehingga banyak usahawan yang mempunyai bisnis kuliner dengan mulai menjual makanan ataupun minuman yang bukan menjadi khas asli dari kuliner Indonesia. Keju adalah salah satu bahan makanan yang

merupakan makanan sehari-hari dan digemari oleh orang-orang dibagian Eropa dan Amerika. Bahariyani (CNN; 2016) mengatakan penelitian yang dilakukan di *University of Michigan* dengan mengambil survey sejumlah 500 sampel yang membahas mengenai makanan apa yang dapat membuat untuk dimakan lagi dan lagi. Hasilnya adalah makanan olahan seperti pasta, pizza menduduki peringkat tertinggi jauh dari buah dan sayuran dengan sedikit peminat. Tingginya peminat makanan seperti pizza dan pasta membuat para peneliti menjabarkan bahan yang digunakan untuk membuat pizza maupun pasta seperti adonan, garam, lemak, dan keju. Hasil yang mengejutkan bahwa bahan yang membuat orang-orang ketagihan untuk memakan lagi dan lagi adalah keju. Jan Vistisen (beritasatu.com; 2015) yang merupakan *Head and Sales Marketing* dari salah satu pabrik produksi keju di Indonsia mengatakan bahwa selama tiga tahun belakangan konsumsi keju di Indonesia meningkat. Peningkatan tersebut terutama pada produk *gourmet cheese* yang mencapai 30 persen tiga tahun terakhir. Dikarenakan tingkat konsumsi keju di Indonesia yang meningkat, maka saat ini juga sudah mulai banyak perusahaan-perusahaan yang mulai memproduksi keju.

McLeod dan Schell (2004) menyatakan bahwa untuk dapat bertumbuh dan berkembang, usaha baru membutuhkan sebuah keunggulan yang kompetitif, yang merupakan kelebihan yang dihargai oleh konsumennya dibandingkan produk yang sejenis dengan kompetitor. Penelitian ini membahas tentang usaha baru di bidang kuliner dengan nama Gebyur Keju. Gebyur Keju merupakan *business startup* yang menjual makanan siap saji dengan produk andalan *homade* saus keju dengan *homemade* ayam krispy. Sulistijani (2002) mengatakan bahwa makanan cepat saji atau *fast food* adalah makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap disantap. Terdapat 4 varian menu siap saji yang ditawarkan oleh Gebyur Keju, antara lain gebyur gebyur, gebyur kemepyar, gebyur kenyang, gebyur mantap.

Usaha Gebyur Keju sendiri sementara ini menggerakkan bisnis dengan mengikuti event-event bazaar yang diadakan di beberapa tempat di Sleman Yogyakarta. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP/2010 mengenai tata cara pendaftaran usaha jasa makanan dan minuman, memberikan pengertian bahwa restoran adalah sebuah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan atau perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajiannya, di dalam satu tempat yang tidak berpindah-pindah. Dengan penelitian ini diharapkan dapat mengetahui minat pasar terhadap usaha Gebyur Keju maupun produk Gebyur

Keju sehingga dapat digunakan untuk meyakinkan pemilik untuk membuka restoran Gebyur Keju di Yogyakarta. Selain itu selama mengikuti event-event bazaar, diketahui bahwa prosentase pendapatan atas penjualan 4 varian menu terdapat perbedaan, yaitu menu gebyur kenyang dan gebyur mantap memperoleh sekitar 70% pendapatan, sedangkan menu gebyar gebyur dan gebyur kemepyar hanya dapat mencapai perolehan sekitar 30% pendapatan. Hal tersebut dikarenakan konsumen kurang menyukai produk diantara menu gebyar gebyur dan gebyur kemepyar.

Doman (2002) mengatakan riset pasar dilakukan untuk memulai sebuah bisnis baru, mengembangkan sebuah bisnis yang sudah berjalan, meluncurkan sebuah produk atau jasa baru. Selain itu, riset pasar memiliki empat tujuan dasar yaitu untuk menganalisa pasar, menganalisa respon pasar terhadap produk maupun jasa dari bisnis, menganalisa keefektifan dari promosi bisnis dan melakukan strategi pemasaran. Riset pasar dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan pasar mengenai usaha baru dengan produk berbahan keju yang berada di Yogyakarta dan mengetahui kombinasi bahan menu Gebyur Keju yang disukai oleh konsumen,

Strategi pemasaran yang diperlukan dapat pula diidentifikasi untuk meminimalkan kegagalan usaha dan dapat bersaing dengan kompetitor lain serta mendapatkan komposisi menu yang dapat disukai oleh target konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibahas, maka rumusan masalah yang didapat di dalam penelitian ini adalah bagaimana potensi usaha Gebyur Keju diminati oleh pasar, serta mendapatkan kombinasi menu *snack* baru sehingga hasil penelitian yang didapat dapat meyakinkan untuk mendirikan restoran Gebyur Keju di daerah Yogyakarta. Diharapkan riset pasar dapat menemukan strategi pemasaran yang cocok untuk produk makanan dari usaha Gebyur Keju dan komposisi varian menu yang cocok untuk target konsumen.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mendapatkan hasil analisis potensi dan minat pasar terhadap produk kuliner Gebyur Keju untuk merintis restoran baru di Yogyakarta.

- b. Mendapatkan komposisi bahan menu makanan yang disukai oleh konsumen untuk menjadi kombinasi menu *snack* dari Gebyur Keju.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Riset pasar yang dilakukan berada di Kabupaten Sleman DIY, karena usaha kuliner ini akan didirikan di DIY.
- b. Riset pasar yang dilakukan menggunakan lembar kerja yang ada dibuku Don Doman yang dikembangkan dalam bentuk kuesioner. Hal tersebut digunakan untuk mempermudah proses peneliiian.
- c. Hasil riset pasar akan difokuskan pada tren, similaritas, kontradiksi, dan *odd groupings* guna menilai tanggapan pasar pada produk Gebyur Keju.
- d. Menggunakan analisis konjoin untuk menentukan komposisi bahan makanan yang akan dijadikan kombinasi menu *snack* dari Gebyur Keju.