

# BAB 1

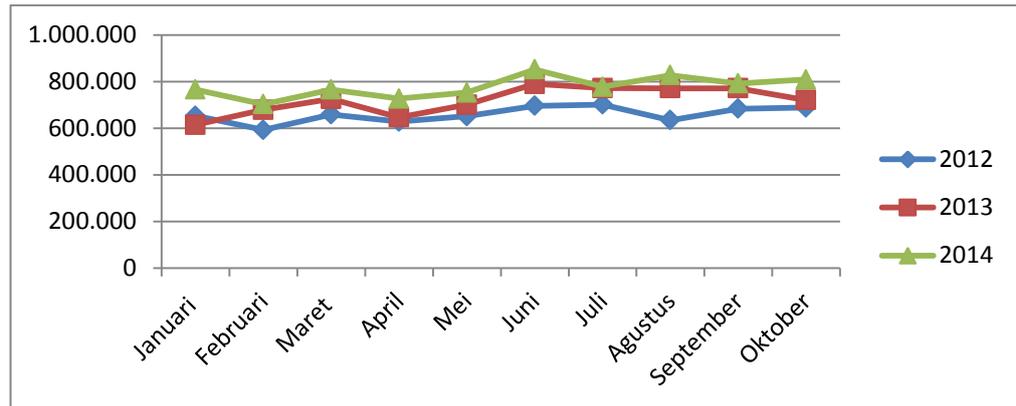
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya ditandai dengan munculnya Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) yang hampir merata disetiap daerah yang didukung oleh sektor- sektor pariwisata yang berupa hotel, restoran, serta fasilitas penunjang lain. Seperti yang tercantum pada UU NO. 10 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah disebut dengan pariwisata.

Layanan pariwisata yang didukung oleh seluruh penyedia wisata dimana mereka akan membentuk suatu usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Menurut Prasadja (2010, hlm. 8) mengatakan bahwa untuk melengkapi struktur aktifitas wisata diperlukan sarana dan fasilitas penunjangnya, hal ini berkaitan dengan perkembangan yang menuntun lahirnya *Leisure Society* atau masyarakat yang berkarakteristik namun tidak dapat dikenali. Mereka bukan masyarakat dari aktifitas kerja melainkan aktifitas wisata yang berasal dari banyak munculnya kegiatan wisata yang sudah menempati posisi sentral dalam kehidupan manusia.

Hal ini dapat terlihat dari jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia yang mengalami peningkatan disetiap tahun dan juga mengalami beberapa fluktuasi jumlah kedatangan setiap bulannya, seperti yang tertera pada grafik dibawah ini:



Sumber: Bps.go.id Pub (2014). *Data diolah kembali.*

**Gambar 1.1**

**Grafik Jumlah Wisatawan yang Masuk ke Indonesia Melalui Pintu Kedatangan (Tiga Tahunan 2012-2014 Periode Januari- Oktober)**

Banyaknya wisatawan nusantara yang melakukan kegiatan wisata diseluruh indonesia serta menjadi sebuah peluang bagi para pelaku- pelaku usaha yang bergerak dibidang pariwisata atau yang termasuk dalam unsur pokok pariwisata yang ke sepuluh menurut Pendit (2002, hlm.25) yaitu kesempatan berbelanja atau biasa disebut *shopping* adalah kesempatan untuk membeli barang oleh- oleh atau souvenir untuk dibawa pulang kerumah atau ke negaranya. Diantara proses kegiatan wisata baik itu mengunjungi tempat wisata, belanja atau untuk suatu tujuan tertentu hal yang tidak bisa ditinggalkan yaitu makan dan suatu tempat dimana orang- orang tersebut memenuhinya adalah di restoran atau rumah makan di kota atau negara yang mereka singgahi.

Masyarakat yang sering menjalankan aktifitas wisata, pada umumnya berasal dari kota- kota besar dengan rutinitas kerja yang terus menerus sehingga membutuhkan waktu untuk bersenang- senang/ *leisure time*. Bandung sebagai salah satu kota besar yang ada di Indonesia, menjadi tempat bagi masyarakat luar untuk melakukan aktivitas untuk bersenang- senang/ *leisure activity* yang didukung oleh sarana dan fasilitas pariwisata yang memadai baik itu dari masyarakat, pengusaha maupun pemerintah yang masing- masing saling berkontribusi untuk menarik minat pelaku wisata.

Ditandai dengan banyak munculnya sarana dan fasilitas penunjang wisata yang ada di Kota Bandung memberikan dampak sumber pendapatan daerah (PAD) pada sektor pariwisata. Kepala Bidang Perencanaan Dinas Pelayanan Pajak (Disyanjak kota Bandung), Heni Kusmini menuturkan bahwa sampai 5 Agustus tahun 2013, pajak yang didapat dari hotel mencapai target sebesar Rp. 102,6 miliar dari target Rp. 145 miliar. Sementara untuk restoran mencapai Rp. 65,13 miliar dari target Rp. 99 miliar angka ini cukup tinggi bila dibandingkan dengan sektor pendapatan lain seperti pajak penerangan, pajak parkir,PBB, pajak air tanah dan lain lain yang jauh dari target yang ditetapkan pemerintah. Dikutip dari [jabar.tribunnews.com](http://jabar.tribunnews.com).

Sektor pariwisata menjadi sektor yang berpengaruh bagi kelangsungan pendapatan yang diperoleh pemerintah Jawa Barat, dengan ditandai dengan munculnya wisatawan yang datang ke kota Bandung dengan rata-rata pengunjung datang sebesar 5.369.621 jiwa per tahunnya baik itu wisatawan nusantara maupun wisatawan domestik.

Sementara untuk kenaikan jumlah wisatawan yang datang ke kota bandung per tahunnya mengalami peningkatan serta penurunan wisatawan. Kunjungan wisata ke suatu daerah diduga diakibatkan oleh terjadinya permintaan dan penawaran yang muncul dari empat unsur pokok yang saling terkait erat atau menjalin hubungan dalam suatu sistem yakni a) permintaan atau kebutuhan; b)penawaran atau pemenuhan kebutuhan berwisata itu sendiri; c) pasar dan kelembagaan yang berperan untukmemfasilitasi keduanya; d)pelaku atau aktor yang menggerakkan ketiga elemen tadi.

Unsur- unsur penting dalam permintaan wisata adalah wisatawan dan penduduk lokal yang menggunakan sumberdaya (produk dan jasa) basis utamanya adalah ketersediaan waktu dan uang pada kelompok tersebut Kelly, 1998: Gun, 2006 (Damanik 2006, hlm. 3). Dengan adanya ketersediaan tersebut maka hal ini menjadi sebuah peluang bagi para pengusaha maupun masyarakat untuk menyediakan sarana dan prasarana bagi wisatawan dalam melakukan kegiatan pariwisata. Salah satu sarana penunjang wisata ialah restoran yang menurut Marsum (2005, hlm. 8) adalah suatu bisnis yang direncanakan dengan baik yang

dimaksudkan dan ditujukan untuk suatu tujuan tertentu. Berikut tabel perkembangan jumlah restoran yang ada di Kota Bandung:

**TABEL 1.1**  
**Data Perkembangan Restoran, Rumah Makan dan Bar Berijin dari Tahun 2009-2013 berdasarkan Klasifikasi Jenis Usaha**

No	Nama Potensi	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013
1	Rest. Talam Kencana				1	1
2	Rest. Talam Salaka	13	13	26	64	67
3	Rest. Talam Gangsa	117	121	141	165	165
4	Rest. Waralaba	40	40	42	46	55
5	Bar	11	12	12	12	12
6	Rumah Makan A	20	20	30	35	36
7	Rumah Makan B	99	101	123	145	151
8	Rumah Makan C	145	144	150	157	158
Jumlah		445	451	524	625	645

Sumber : *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2014)*. Data diolah kembali.

Dari data diatas menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah restoran, rumah makan dan bar setiap tahunnya. Yang menandakan tingginya tingkat konsumsi masyarakat dengan mengandalkan jasa yang disediakan oleh para pelaku usaha. Menurut Wayan (Suwanthoro 2008, hlm. 21) Adalah industri yang bergerak dalam bidang penyediaan makanan dan minuman, yang dikelola secara komersial. Jenis usaha ini dapat dibedakan dalam manajemenya, yaitu cara pengelolaannya, apakah dikelola secara mandiri maupun terkait dengan usaha lain. Industri yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman ini merupakan industri yang paling menjanjikan.

Restoran pada dasarnya berkecimpung dalam produk jasa, dimana yang dihadapi adalah manusia menurut Marsum (2005, hlm.7). Dibuat dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan manusia melalui penyediaan makanan dan minuman guna memenuhi kebutuhan fisiologisnya. Namun pada perkembangannya banyak berbagai macam jenis restoran dengan menampilkan keunikan maupun inovasi

berbeda guna menarik perhatian konsumen. Dalam hal ini salah satu jenis restoran yang unik dan berbeda adalah jenis *speciality restaurant* atau restoran yang suasana dan dekorasi seluruhnya disesuaikan dengan tipe khas makanan yang disajikan atau temanya Marsum (2005, hlm.11)

Restoran jenis ini biasanya menyediakan masakan *ethnic* maupun masakan khas dari luar dimana restoran ini didirikan. Salah satu jenis specialiti restaurant yang ada di Kota Bandung ialah restoran Jepang dengan jumlah yang cukup banyak bila dibandingkan jenis restoran *speciality* lain dengan jumlah yang mencapai 69 restoran dengan beberapa sudah membuka sistem *franchasie* yang secara tidak langsung mengindikasikan bahwa restoran Jepang cukup diminati di Kota Bandung. Berikut daftar restoran, kedai maupun rumah makan:

**Tabel 1.2**

**Restoran/ Rumah Makan Jepang Berijin di Kota Bandung**

No	Nama Restoran	Alamat
1	Sushi Groove	Jl. Sukajadi 137-139
2	Miyazaki	Jl. Ir.H. Djuanda 122
3	Fukuzushi	Jl. Sukajadi 137-139
4	Ramen 38 Sanpachi	Jl. Sukajadi 228
5	Torigen	Jl. Setiabudhi 55
6	Mikawa	Jl. Sukaraja II 32
7	Gokanna Teppan	Jl. Kepatihan 11-17 lt.IV
8	Good Suki Restaurant	Jl. Braga 39
9	Hoka- Hoka Bento	Jl. Dr. Setiabudhi 302 A
10	Hoka- Hoka Bento	Jl. Merdeka 47
11	Hoka- Hoka Bento	Jl. Buah batu 273
12	Hoka- Hoka Bento	Jl. Kepatihan 11-17
13	Hoka- Hoka Bento	Jl. Soekarno-hatta 590 MTC
14	Midori	Jl. Sultan Tirtayasa 31
15	Momiji	Jl. Braga 54
16	Hanamasa	Jl. Ir. H. Djuanda 48
17	Hanamasa	Jl. Pasirkaliki 121-123 (IP)
18	Shin Men Japanese	Jl. Sukajadi 137-139
19	Karaage	Jl. Sukajadi 137-139
20	Sushi Hanna	Jl. Sukajadi 137-139
21	Tomodachi	Jl. Sukajadi 163

22	Tomodachi	Jl. Dr. Radjiman 6
23	Torigen	Jl. Dr. Setiabudhi 55
24	Suki Time	Jl. Gatot Subroto BSM lt.2
25	Tomo Sushi and More	Jl. Sukajadi 137-139 PVJ
26	Little Tokyo	Jl. Sukajadi 137-139 blok G-c20
27	Kage	Jl. Burangrang 34
28	Take Ichi	Jl. Surya Sumantri 84 A
29	Tokio Kios	Jl. Peta 241
30	Gokkana Teppan	Jl. Sukajadi 225
31	Gokkana Teppan	Jl. Pelajar Pejuang 45 119
32	Gokkana Teppan	Jl. Cihampelas 160 (ciwalk)
33	Ramen Hichimaki	Jl. Setiabudhi 42
34	Ichi Bento	Jl. Merdeka 27
35	Zenbu	Jl. Sukajadi 137-139 PVJ
36	Suhsi Tei	Jl. Sumatra 9

Sumber: *Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Bandung*, Februari 2014

Sementara itu, untuk restoran Jepang yang tidak termasuk kedalam daftar restoran berijin yaitu:

**Tabel 1.3**

**Restoran/ Rumah Makan Jepang yang Belum Terdaftar di Departemen Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung**

No	Nama Restoran	Alamat
1	Oishi Steak Kedai	Jl. Pandu 5
2	Sushi Alley	Jl. Riau 36
3	Pepper Lunch	Jl. Sukajadi 137-139 PVJ
4	Ritako House	Jl. Cihampelas 160
5	Ta-wan	Jl. Sukajadi 137-139 PVJ
6	Noodle Cafe	Jl. Pasirkaliki 121-123 (IP)
7	Bakar Celup	Jl. Purnawarman 13-15 (BEC)lt 2
8	Chicken Katsu	Jl. Puter
9	Crispy Kaatsu Nasi	Jl. Simpang
10	Daimanzoku	Jl. Gatotsubroto 289
11	Ginza	Jl. Pasirkaliki 121-123 lt 3 (IP)
12	Gomidori	Jl. Purnawarman 13-15 (BEC)
13	Hikari Bento	Jl. Simpang
14	Hotto Suppu	Jl. Pasirkaliki 121-123 lt 3 (IP)
15	I Celup	Jl. Purnawarman 13-15 (BEC)
16	Mikawa	Jl. Raya Gunung Batu

17	Kimochi	Jl. Surapati 184
18	Jeisyoku	Jl. Dr. Djunjunan 139 (PFM)
19	Kukeriku	Jl. Cihampelas 184
20	My Little Kichen	Jl. Setiabudhi 10
21	Orianji Kisaten	Jl. Ir. H. Djuanda 81
22	Sushi RAA	Jl. Alpina no 1-3 Komp. Dago Asri
23	Takiyo	Jl. Purnawarman BEC lt.3
24	Tomo	Jl. Sukajadi PVJ 137-139
25	Waroeng Priangan	Jl. Merdeka pujasera
26	Yamatoya	Jl. Purnawarman BEC lt 3
27	Yuki	Jl. Hassanudin
28	Zenbu	Jl. Sukajadi PVJ 137-139

Sumber: pra penelitian (2014) diambil dari <http://www.streetdirectory.com>

Jumlah tersebut belum termasuk jenis ramen maupun kedai yang belum terdaftar. Hal ini tidak terlepas dari peran produk masakan Jepang itu sendiri yang bisa diukur dari kualitas, baik itu sebelum, saat dan setelah dikonsumsi.

Untuk kualitas produk itu sendiri peneliti mengambil dimensi yang dikemukakan oleh Marsum (2005, hlm.159) yakni, *flavour* yang berarti rasa atau bau yang ditimbulkan oleh makanan tersebut, *consistency* atau ketetapan mutu saat menu tersebut disajikan, *texture/foam/shape* yaitu susunan menu atau dalam masakan jepang disebut dengan *moritsuke* serta tekstur dan bentuk makanan saat disajikan, *nutritional content* atau kandungan gizi yang didapatkan dari makanan tersebut, *visual appeal* atau daya tarik yang berupa susunan makanan diatas meja yang memiliki unsur seni, *aromatic appeal* atau aroma yang ditimbulkan dari makanan tersebut dan *temperature* atau suhu makanan yang disajikan sesuai dengan keadaan yang seharusnya.

Dimensi diatas mencerminkan mutu makanan yang disajikan dalam suatu produk bagi konsumen apabila dimensi tersebut mampu dipenuhi oleh sebuah produk makanan maka produk tersebut layak dinyatakan sebagai produk yang berkualitas.

Disamping kualitas yang dihasilkan oleh sebuah produk, faktor lain yang mempengaruhi seseorang memilih sebuah produk ialah *Food Trends* atau fenomena yang terjadi di masyarakat khususnya yang terjadi pada makanan.

Yeyen Nurhasanah, 2015

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN TREND PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pengertian dari trend itu sendiri ialah Perkembangan sosial atau ekonomi yang bersifat otonom dan berlangsung dalam waktu yang relatif lama dimana suatu perkembangan yang pada waktu lampau sudah dapat dimonitor, dianalisis dan dapat diperkirakan akan terus berlangsung di waktu yang akan datang baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang Menurut Prasadja (2010, hlm. 105).

Fenomena ini terjadi pada dunia makanan dimana fokus dari makanan dewasa ini mengenai *nutrition and good health*, *inflation* dan *crative cooking* Kowtaluk (1982, hlm. 27). Yang bila dilihat dari bahan- bahan maupun cara memasak dalam makanan Jepang memenuhi beberapa kriteria diatas.

Di negara maju, trend sudah berkembang menjadi alat penentu bagi tercapainya keinginan konsumen yang berupa *Convenience* atau kemudahan bagi pengguna produk. Selain itu *Health and Wellness* menjadi perhatian konsumen dewasa ini, yang mencakup manfaat yang diberikan pada tubuh manusia. Faktor *Pleasure* atau keinginan konsumen yang dalam hal ini penyedia usaha jasa boga berusaha untuk memenuhinya. Dan *Value* atau nilai lebih dari produk yang dihasilkan menjadi tuntutan yang diinginkan masyarakat. (Beranek, 2003)

Dan fenomena dari banyaknya restoran Jepang yang muncul di kota Bandung menjadi sebuah kemungkinan bahwa pertumbuhannya tidak lepas dari pengaruh fenomena yang terjadi di masyarakat.

Implementasi kualitas produk yang disediakan diduga berkaitan dengan fenomena yang terjadi di masyarakat khususnya mereka yang tinggal di kota besar, yang pada akhirnya muncul kepuasan dari para konsumen/ pelanggan restoran Jepang diiringi semakin bertambahnya jumlah restoran. Faktor yang menunjang dari kepuasan konsumen itu sendiri dapat dilihat melalui zona toleransi kualitas produk dan trend produk yang berada diantara *expectation* atau yang diharapkan dan *preceived performance* atau yang diterima.

Dimana zona toleransi berperan sebagai batas jika produk dan trend apat diterima sebagai kepuasan pelanggan dan jika hasil kepuasan jauh dibawah tingkat yang diharapkan, maka dapat diindikasikan pelanggan tidak puas. Dan apabila melebihi tingkat yang diharapkan, maka diindikasikan pelanggan akan

puas atau bahkan sangat puas. Menurut Barnes (2003, hlm.72) maka dari itu peneliti mengambil judul ***“Analisis Kualitas Produk dan Trend Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Jepang (Studi Kasus pada Konsumen Restoran Jepang di Kota Bandung)”***

### **1.1 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Seiring meningkatnya restoran – restoran berijin yang ada di Kota Bandung dengan menunjukkan perbedaan dan keunikan sebagai daya tarik yang mampu membawa konsumen dalam memutuskan memilih masakan jepang tersebut, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan variasi produk terhadap daya terima konsumen. Berdasarkan permasalahan diatas maka perumusan masalah yang dapat diuraikan adalah:

1. Bagaimana gambaran kualitas produk di Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran trend produk di Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen mengenai kualitas produk dan terhadap Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di Kota Bandung.
5. Bagaimana pengaruh trend produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan trend produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung

### **1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk di Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui gambaran trend produk di Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung.

3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui pengaruh trend produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung
6. Untuk mengetahui kualitas produk dan trend produk terhadap kepuasan konsumen Restoran Jepang yang ada di kawasan Kota Bandung

### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Secara Teoritis**

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam hal akademik, guna memperkaya kaidah- kaidah keilmuaan terutama pada ilmu pariwisata yang berkenaan dengan wisata kuliner baik untuk saat ini maupun masa yang akan datang.

#### **b. Secara Personal**

Diharapkan penelitian ini nantinya dapat berkembang menjadi wadah pemikiran individu yang mampu dan dapat berinovasi disamping perkembangan globalisasi yang semakin meningkat. Selain itu guna mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata dari Manajemen Industri Katering di Universitas Pendidikan Indonesia.