

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut *World Tourism Organization* (WTO) pariwisata atau *tourism* adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini. Seorang wisatawan atau turis adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi.

Menurut Undang Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata – mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti O.A, 1996: 119)

Pariwisata ataupun rekreasi merupakan suatu aktivitas yang dilakukan orang – orang semata – mata hanya untuk memenuhi keinginan mereka yang beraneka ragam, dan pariwisata bukanlah suatu industri. Akan tetapi apabila dilihat dari sudut ekonomi, aktivitas tersebut menciptakan permintaan yang memerlukan pasaran bagi produk ataupun pelayanan yang dihasilkan oleh perusahaan dan masing – masing terpisah satu sama lain, tetapi tetap saling melengkapi.

Adanya kegiatan pariwisata / rekreasi yang dilakukan, seorang wisatawan akan pergi jauh meninggalkan tempat tinggalnya untuk sementara waktu, maka selama dia melakukan perjalanan wisata seorang wisatawan akan membutuhkan pelayanan, seperti: transportasi, akomodasi, catering, entertainment, dan pelayanan lainnya.

Industri pariwisata berkembang dari tahun ke tahun dengan kemajuannya yang semakin tumbuh dan berkembang. Dampak positif yang diperoleh antara lain memperluas lapangan pekerjaan dan mengurangi jumlah pengangguran, salah satu usaha pemberdayaan masyarakat, serta dapat meningkatkan devisa negara. Industri pariwisata di Indonesia sendiri telah berkembang di beberapa kota besar, dan salah satunya adalah kota kembang yang biasa disebut Bandung.

Bandung merupakan suatu wilayah di Jawa Barat yang memiliki keindahan alam dan pesona yang luar biasa. Tahun ke tahun perkembangan dunia wisata di Bandung semakin pesat, hal yang paling menonjol di kota kembang ini merupakan wisata alam, wisata belanja, dan wisata kulinernya. Pesona wisata alam yang berada di Bandung sendiri menjadi faktor pendukung bagi usaha industri, khususnya fashion dan kuliner.

Menurut Anggoro Dwitjahyono, kepala Bidang Statistik Distribusi BPS provinsi Jawa Barat, Kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk ke Jawa Barat melalui Bandara Husein Sastranegara pada Juni 2012 meningkat tajam hingga 15.417 pendatang tertinggi dalam 5 tahun terakhir. Meningkatnya wisman yang berkunjung ke Jawa Barat diantaranya terdongkrak dengan dibukanya rute penerbangan langsung antara Malaysia – Bandung tanpa harus melalui Jakarta. Adapun tabel data wisatawan yang datang ke Bandung dijelaskan dibawah ini:

Tabel 1.1

**DATA KUNJUNGAN WISATAWAN YANG DATANG KE KOTA
BANDUNG TAHUN 2011**

No	Keterangan	2011	Satuan
I	Jumlah kendaraan yang masuk via gerbang tol (Pasteur, Pasir Koja, Kopo, M .Toha, Buah Batu)	30.533.812	Kendaraan
II	1. Jumlah pengunjung melalui gerbang Tol	69.674.507	Orang
	2. Jumlah pengunjung melalui bandara, stasiun, terminal	6.388.447	Orang
	Jumlah	76.062.954	Orang

Rohayati, 2013

Analisis Proses Produksi Produk Unggulan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pad Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk Se-Kota Bandung

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

III	Wisatawan yang melalui pintu gerbang kedatangan		
	a. Wisman	225.585	Orang
	b. Wisnus	6.487.239	Orang
	Jumlah wisatawan	6.712.824	Orang
IV	Wisatawan menginap		
	a. Wisman	194.062	Orang
	b. Wisnus	3.882.010	Orang
	Jumlah tamu menginap (penghitungan <i>occupancy</i> hotel)	4.076.072	Orang
	Jumlah tamu tidak menginap	2.636.752	Orang

Sumber data : Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Semakin meningkatnya dunia industri di Bandung sendiri, maka semakin bermunculan wirausahawan yang dengan kreatif menciptakan sesuatu yang berbeda guna menarik minat para wisatawan khususnya pada industri kuliner. Banyak produk – produk baru yang telah bermunculan, seperti brownies kukus, keripik maicih, rainbow cake, red velvet, dll. Hal itu merupakan salah satu daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke kota kembang ini. Perkembangan dunia kuliner di Bandung saat ini merupakan salah satu faktor bagi wirausahawan untuk mendirikan usaha kuliner yaitu restoran. Menurut Marsum WA (2005: 7) restoran merupakan suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan ataupun minuman.

Salah satu yang paling populer di Bandung adalah restoran yang menyajikan sajian sundanya yang khas. Banyak para wisatawan yang datang ke Bandung dengan tujuan untuk menikmati sajian sunda yang khas ini. Namun tak jarang pelaku bisnis dari restoran sunda ini kurang memperhatikan kualitas produknya, apalagi dengan restoran sunda yang mempunyai banyak cabang. Meningkatkan kualitas produk sangatlah penting, sehingga tidak terjadi penurunan mutu / kualitas dari makanan tersebut. Untuk mengatasi hal itu, usaha restoran dituntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan

yang terjadi dalam persaingan, yaitu dengan tetap mempertahankan kualitas dan mutu yang telah dimiliki perusahaan tersebut.

Makanan sunda merupakan masakan dari masyarakat Sunda di Jawa Barat. Makanan sunda merupakan salah satu makanan paling populer di Indonesia. Makanan sunda memiliki ciri khas kesegaran bahannya, seperti lalaban, karedok serta loteknya. Hal ini menunjukkan kegemaran orang sunda yang gemar terhadap sayuran mentah segar. Sambal terasi merupakan bumbu pelengkap yang wajib dalam hidangan sunda, dimakan dengan lalaban, tahu, dan tempe goreng.

Usaha restoran yang menjadikan kualitas sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing dengan kompetitornya dalam menguasai pasar, karena tidak semua restoran mampu mencapai superioritas kualitas. Dalam mencapai produk yang berkualitas, restoran selalu meningkatkan kualitas produk dengan cara pemilihan bahan baku yang baik dan sesuai, pengolahan produk yang mengikuti standar, serta penyajian produk dengan mengikuti standar tersebut yang telah ditetapkan. Karena produk yang berkualitas memiliki keistimewaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Salah satu restoran sunda yang cukup terkenal dan mempunyai beberapa cabang lainnya adalah Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk. Di Bandung sendiri RM. Cibiuk ini mempunyai 5 cabang yang pusatnya berada di kota Garut. Kelima cabang tersebut adalah :

1. Jl. Lengkong Besar No.8
2. Jl. Prof. Eyckman No.5
3. Jl. Otista, Food Court Pasar Baru
4. Jl. Bada Singa No.2
5. Jl. Soekarno Hatta (By – pass) No. 506

Menu di Rumah Makan Cibiuk ;

1. Menu Nasi	2. Menu Soup
3. Menu Tumisan	4. Menu Pepes
5. Menu Daging	6. Menu Ayam
7. Menu Ikan	8. Menu Seafood
9. Menu Sambal	10. Minuman

Menu Unggulan di Rumah Makan Cibiuk

<p>Menu Ikan :</p> <p>Gurame Goreng Cobek</p> <p>(Gurame goreng disiram sambal cobek dengan tambahan tomat hijau)</p>	<p>Menu Sambal :</p> <p>Sambal Cibiuk</p> <p>(Sambal yang bahan utamanya menggunakan tomat hijau dan kemangi)</p>
---	---

Sebagaimana motonya Rumah Makan Cibiuk ini adalah “Jagonya Gurame dan Rajanya Sambal”. Yang menjadikan Ikan gurame goreng cobek dan sambal cibiuk ini menjadi produk unggulan, karena salah satu bahan khas yang digunakan adalah tomat hijaunya. Tomat hijau sendiri merupakan bahan yang paling utama dalam pembuatan sambal cibiuk serta dalam pembuatan sambal cobeknya.

Semakin banyak suatu restoran mempunyai cabang maka restoran harus bisa menjaga kualitas produknya dari masing – masing cabang dengan menerapkan standarisasi. Menerapkan standarisasi dari tiap cabang dan juga harus dijalankan oleh karyawan restoran tersebut. Dalam menjaga kualitas produk yang diolah tentunya dapat dilihat dari proses pembuatan produk

tersebut, apabila proses yang dilakukan sama maka rasa dan kualitas produknya pun akan sama walaupun dari beberapa tempat yang berbeda.

Standarisasi produk merupakan metode yang efisien untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kualitas. Kualitas adalah kemampuan sebuah produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Heizer. J dan Rander. B, 2009 : 97)

Produksi (operasi) merupakan penghasil dari produk atau jasa yang akan dipasarkan kepada konsumen, sedangkan proses adalah setiap bagian dari organisasi yang mengambil *input* dan menransformasikannya menjadi *output*, yang diharapkan akan memiliki nilai tambah bagi organisasi dibandingkan dengan dengan *input* awalnya (Ishak. A, 2010 : 1). Dalam proses produksi diperlukan pengukuran dan analisis atas hasil produksi secara kuantitas dan kualitas. Produksi harus memperhatikan kedua aspek produksi tersebut. Kuantitas bersifat korelatif terhadap cukupnya masakan yang diolah sehingga tidak ada tamu yang tidak kebagian makanan, sedangkan kualitas bersifat korelatif terhadap kepuasan pelanggan yang sudah bersedia membayar dengan harga layak.

Tabel 1.2
DATA PENGUNJUNG RUMAH MAKAN SUNDA KHAS CIBIUK
TAHUN 2012

No	Keterangan Bulan	Jumlah Konsumennm
1	Januari	5.424
2	Februari	5.636
3	Maret	6.924
4	April	6.224
5	Mei	8.288
6	Juni	9.224
7	Juli	15.428
8	Agustus	13.070
9	September	6.284
10	Oktober	12.246
11	November	13.754

12	Desember	15.356
Jumlah		117.858

Sumber : Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk Bandung

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada saat penelitian sebelumnya dengan supervisor dari Rumah Makan Cibiuk sendiri, diketahui terdapat beberapa masalah mengenai produk unggulannya yaitu perbedaan rasa gurame goreng cobek antara satu cabang dengan cabang lain yang diperoleh dari komplain tamu yang datang. Dan berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, perbedaan tersebut memang terlihat dari beberapa cabang tersebut.

RM. Cibiuk sendiri sudah mempunyai 5 cabang di Bandung, namun dari kelima cabang tersebut masih terdapat permasalahan mengenai produk unggulan yang dihasilkan RM. Cibiuk. Produk unggulan yang dihasilkan dari kelima cabang tersebut tidak menghasilkan produk unggulan yang kualitasnya sama dan konsisten. Dari kelima cabang terdapat perbedaan produk yang dihasilkan antara satu cabang dengan cabang lainnya.

Produk sendiri dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat memuaskan keinginan / kebutuhan konsumen, yang dilakukan dengan cara memakainya, mengkonsumsinya ataupun menikmatinya (Sunyoto D, 2011: 22). Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa produk merupakan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen dapat dilihat dari bagaimana konsumen tersebut menerima produk yang dihasilkan perusahaan.

Seperti halnya di RM. Cibiuk, terjadi perbedaan rasa dan penyajian antara RM. Cibiuk Lengkong dengan keempat cabang RM. Cibiuk yang ada di Bandung. Perbedaan rasa tersebut diketahui dari *complain* tamu yang datang. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Analisis Proses Produksi Produk Unggulan Dan Pengaruhnya Terhadap kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk Se-Kota Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran kualitas produk di Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk?
2. Bagaimana gambaran kepuasan konsumen di Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk?
3. Bagaimana proses produksi produk unggulan pada Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk pada seluruh cabang di kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui kualitas produk di Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk
2. Untuk mengetahui gambaran kepuasan konsumen di Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk
3. proses produksi pada Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk pada seluruh cabang di kota Bandung.
4. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk se-kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis karena dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi informasi bagi perusahaan mengenai proses produksi dan standarisasi produknya.

Rohayati, 2013

Analisis Proses Produksi Produk Unggulan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pad Rumah Makan Sunda Khas Cibiuk Se-Kota Bandung

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