

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara besar yang memiliki pulau resmi yang tercatat di PBB berjumlah 16.056 pulau, dengan jumlah penduduk mencapai 265 juta jiwa menjadikan Indonesia sebagai Negara terbesar ke-14 di dunia menurut luas wilayahnya. Sumber alam Indonesia yang melimpah, ragam kebudayaan yang ada menjadikan sektor pariwisata mejadi sektor paling menjanjikan dan mendatangkan devisa yang besar bagi Indonesia. Pada sektor pariwisata tahun 2018 mendatangkan devisa sebesar US\$ 20 miliar atau naik sekitar 20% dari tahun 2017 yang sekitar US\$ 16.8 miliar pemerintah terus mengembangkan pariwisata Indonesia agar dapat diminati oleh wisatawan mancanegara. Wisatawan mancanegara menurut (UNWTO, 2018) adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar negara tempat tinggalnya, kurang dari satu tahun, didorong oleh suatu tujuan utama (bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya), selain untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjunginya.

Pembangunan pariwisata memiliki arti yang sangat penting ditinjau dari berbagai aspek. Meninjau ekonomi pariwisata dalam beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata memberikan kontribusi terhadap PDB (baik melalui devisa maupun perputaran ekonomi), dapat membuka peluang usaha jasa pariwisata (baik langsung maupun tidak langsung), dan membuka peluang kerja yang sangat banyak. Menjadikan banyaknya industri pariwisata yang berkembang mulai dari akomodari, transportasi, jasa pariwisata dan masih banyak lagi. Berikut ini merupakan pendapatan pariwisata dari berbagai sektor pendukungnya dari tahun 2014 hingga tahun 2016:

Tabel 1. 1
Tabel Distribusi Pendapatan Pariwisata Tahun 2014 – 2016

Jenis Pengeluaran	2014	2015	2016
Akomodasi	5.105,08	5.250,34	5.185,80
Makanan & Minuman	2.058,13	2.398,49	2.434,78
Souvenir	798,21	776,48	830,76
Belanja	846,71	801,48	806,74
Transportasi Lokal	812,54	929,96	1.065,37
Paket Pariwisata Lokal	208,84	244,76	252,06
Penerbangan Domestik	229,01	314,07	271,08
Entertainment	347,35	424,94	386,69
Healty & Beauty	271,87	231,24	235,41
Guide Service	42,20	57,56	47,96
Pendidikan	24,63	33,18	31,87
Lainnya	211,67	87,00	76,45
Total Pendapatan	11.166,13	11.760,74	11.933.61

Sumber: Ministry of Tourism Republic of Indonesia, 2017

Tabel 1. 2
Banyak Perjalanan yang dilakukan Penduduk Indonesia Menurut Provinsi

Nama provinsi	Jumlah perjalanan				
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Total
DKI Jakarta	4.365.927	5.049.188	7.781.574	6.850.254	24.046.943
Jawa Barat	10.007.098	11.728.613	11.779.541	10.104.466	43.619.718
Jawa Tengah	9.739.994	10.490.983	10.554.909	9.334.522	40.120.408
D.I. Yogyakarta	1.745.038	1.878.508	1.794.029	1.019.080	6.436.655
Jawa Timur	11.356.163	11.661.331	11.668.233	8.521.442	43.207.169
Banten	1.910.393	2.297.880	4.09. 976	1.210.977	9.514.226
Bali	2.051.103	2.699.640	2.175.677	1.539.249	8.465.669

Sumber: BPS Statistik Indonesia, 2016

Data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa pariwisata tahun 2016 memberi peningkatan pendapatan yang signifikan pada beberapa industri pariwisata seperti sektor penyedia makanan dan minuman juga pada layanan transportasi lokal yang ada di Indonesia, transportasi lokal yang dimaksud bisa berupa moda transportasi darat maupun laut yang dapat mendukung keberlangsungan pariwisata seperti bus, kereta api, angkutan umum, kapal pesiar, ferry dan angkutan tradisional di setiap daerah, selain itu ditinjau dari kunjungan wisata pada tahun 2016 dilakukan oleh

Rezki Febriana .S, 2019

ANALISIS HARGA JUAL PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PENUMPANG KERETA API DI PT. RESKA MULTI USAHA BRANCH OFFICE 2 BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | respository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

wisatawan nusantara yang terbanyak melakukan perjalanan yaitu berasal dari Provinsi Jawa Barat yaitu sebanyak 43.619.718 dilihat berdasarkan tabel 1.2 Hal ini bisa terjadi karena Pulau Jawa merupakan pulau yang padat penduduknya juga memiliki fasilitas yang lebih lengkap daripada pulau yang lain khususnya fasilitas transportasi kereta api, selama tahun 2016 penumpang kereta api di Pulau Jawa mengangkut penumpang mencapai 345.800.000 orang meningkat 10 % dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 320.600.000 orang dalam perkembangannya moda transportasi kereta api mulai banyak digunakan khususnya di Pulau Jawa, ini merupakan peluang besar sehingga pariwisata di Pulau Jawa dapat dengan mudah diakses selain menggunakan pesawat terbang. Hal ini salah satu menjadikan faktor Jawa Barat menjadi terbesar kunjungan wisatawan nusantara.

Kota Bandung merupakan salah satu tujuan kota wisata di Jawa Barat, dikutip dari artikel Pikiran Rakyat pada tahun 2017 Kota Bandung ditetapkan sebagai salah satu 10 *branding* destinasi wisata Indonesia oleh kementerian pariwisata yaitu “*Stunning Bandung*” dengan slogan “*Where the wonders of West Java begin*” dengan nama itu bermakna Bandung sebagai gerbang pariwisata Jawa Barat, diharapkan program ini dapat mendorong peningkatan wisatawan asing yang datang ke Indonesia. Banyak tempat yang menarik dikunjungi di Kota Bandung mulai dari tempat bersejarah, wisata belanja hingga wisata kulinernya, di akhir pekan banyak orang - orang luar Bandung berdatangan dan memadati kawasan wisata di Bandung, salah salah satu faktornya karena Kota Bandung telah didukung dengan 3A (Akses, Amenitas, Atraksi) yang cukup lengkap. Akses menjadi salah satu kunci memudahkan banyak wisatawan untuk datang ke Kota Bandung, dimana terdapat 4 akses jalur masuk ke Kota Bandung yaitu bandara melalui Bandara Husein Sastranegara, pintu masuk tol diantaranya Tol Pasteur, Tol Kopo, Tol Pasir Koja, Tol Mohammad Toha, dan Tol Buahbatu, terminal bus diantaranya Cicaheum dan Leuwi Panjang, dan Stasiun Kereta Api yaitu stasiun kereta api Kota Bandung dan stasiun kereta api Kiara Condong.

Penggunaan transportasi kereta api hingga saat ini semakin nyaman dan banyak diminati dengan fasilitas yang melengkapinya salah satunya fasilitas restorasi yaitu sejenis restoran yang berada dalam rangkaian kereta yang menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman kepada para penumpang kereta

api selama perjalanan, fasilitas ini sangat berguna bagi para penumpang kereta apalagi dengan rute jarak jauh makanan menjadi suatu kebutuhan bagi para penumpang kereta, industri makanan saat ini sangat berkembang pesat tak hanya fasilitas restorasi banyak juga tempat - tempat yang menjual makanan dan minuman di dalam stasiun kereta yang bervariasi ini merupakan menjadi salah satu pesaing dari restorasi kereta api yang di kelola oleh PT Reska Multi Usaha sebagai perusahaan penyedia makanan di atas kereta api. Berikut merupakan data lalu lintas penumpang kereta api di Kota Bandung.

Tabel 1. 3
Tabel Rekapitulasi Penumpang Kereta Api di Kota Bandung

No	Jenis Kereta	Penumpang		
		2014	2015	2016
1	Eksekutif	859,005	943,780	1,222,820
2	Bisnis	410,248	511,346	442,499
3	Ekonomi	1,003,934	1,030,467	1,885,083
4	Lokal Raya	7,487,276	10,891,857	12,319,336
Total		9,762,477	13,379,465	15,871,754

Sumber: PPIB Kota Bandung 2015, 2016, 2017

Data tersebut menunjukkan jumlah penumpang kereta bertambah 20% tiap tahunnya hal ini positif karena dapat memberikan manfaat tak hanya pada pihak PT. Kereta Api Indonesia juga terhadap penjualan makanan dan minuman di restorasi kereta yaitu restoran kereta api, juga usaha – usaha makanan dan minuman di sekitar stasiun kereta. Hal ini dapat mendorong terjadinya persaingan. PT. Reska Multi usaha selaku perusahaan penyedia makanan dan minuman untuk memberikan layanan yang lebih baik, mulai dari penyajian makanan, kualitas makanan, variasi makanan hingga harga makanan yang ditawarkan harus mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan penumpang kereta api agar memberikan kenyamanan pada penumpang kereta selama dalam perjalanan. Berikut merupakan produk makanan dan minuman yang di jual di restoran kereta api:

Tabel 1. 4
Tabel Harga Menu Makanan & Minuman Restoran Kereta Api

No	Nama Produk	Harga	Ket
1	Nasi Goreng Parahiyangan	Rp 35,000	RTE
2	Nasi Goreng Bakso	Rp 35,000	RTE
3	Nasi Rames	Rp 35,000	RTE
4	Nasi Rames Nusantara	Rp 35,000	RTE
5	Ayam Geprek	Rp 35,000	RTE
6	Train Chicken	Rp 33,000	RTE
7	Bistik	Rp 45,000	RTE
8	Mie Goreng Telur Cengek	Rp 15,000	RTE
9	Mie Rebus Telur Cengek	Rp 15,000	RTE
10	Kids Meal	Rp 25,000	RTE
11	Bakso Popso	Rp 25,000	RTE
12	Empal Gentong	Rp 33,000	POM
13	Tempe Mendoan	Rp 33,000	POM
14	Nasi Jambal	Rp 33,000	POM
15	Pecel Kroya	Rp 33,000	POM
16	Pecel Madiun	Rp 33,000	POM
17	Hoka Hemat 1	Rp 33,000	POM
18	Simple Set Chicken Teriyaki 1	Rp 33,000	POM
19	Simple Set Chicken Teriyaki 2	Rp 33,000	POM
20	Teh Melati	Rp 10,000	Hot Drink
21	Kopi Hitam	Rp 10,000	Hot Drink
22	Wedang Uwuh	Rp 8,000	Hot Drink
23	Bandrek	Rp 8,000	Hot Drink
24	Kopi Nusantara	Rp 20,000	Hot Drink
25	Cappuccino	Rp 10,000	Hot Drink
26	Hot Chocolate	Rp 10,000	Hot Drink
27	Air Mineral	Rp 6,000	Cold Drink
28	Teh Botol Sosro	Rp 6,000	Cold Drink
29	Fruit Tea	Rp 6,000	Cold Drink
30	Mizone	Rp 7,000	Cold Drink
31	Pulpy Orange	Rp 10,000	Cold Drink
32	You-C 1000	Rp 10,000	Cold Drink
33	Kopoko Coffe Latte	Rp 6,000	Cold Drink
34	Indomilk	Rp 6,000	Cold Drink
35	Kripik kentang	Rp 12,000	Snack
36	Mix Nuts	Rp 6,000	Snack
37	Mie Cup	Rp 10,000	Snack

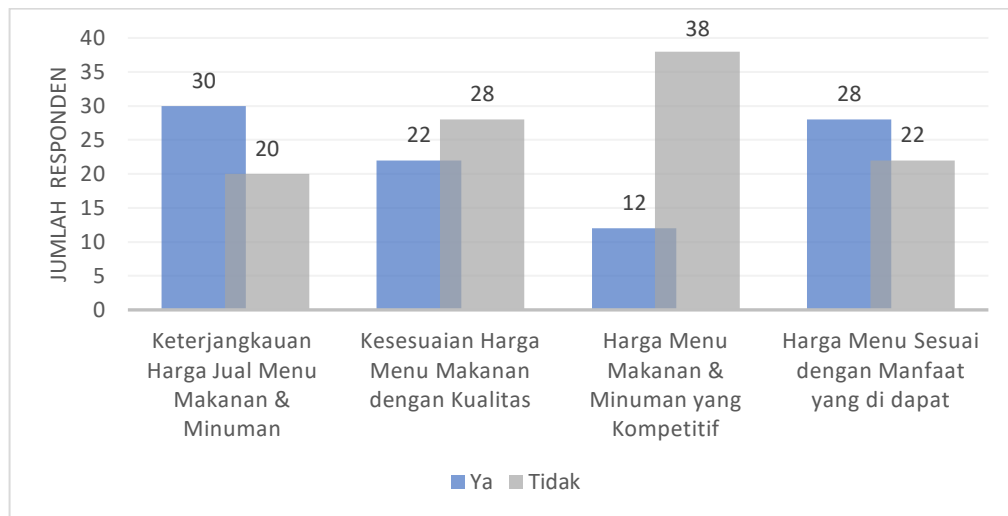
Sumber: PT. Reksa Multi Usaha, 2018

Berdasarkan teori ekonomi, secara umum harga yang lebih tinggi kurang memiliki kemungkinan diminati oleh para konsumen. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga merupakan faktor penting dalam pemilihan makanan, terutama bagi konsumen berpenghasilan rendah Steenhuis et al. (2011) dalam penelitiannya mengenai apakah peran harga dan nilai dalam pemilihan makanan berbeda antara konsumen berpenghasilan rendah dan tinggi, harga juga sering digunakan sebagai isyarat dalam ekspektasi konsumen terhadap kinerja produk/layanan Dodds, Monroe, & Grewal (1991), sehingga dalam peranannya penggunaan harga sebagai syarat ekspektasi konsumen, evaluasi dan pengambilan keputusan pembelian. Han, Ryu, & Kisang Ryu (2009) hal tersebut terkait persepsi konsumen. Presepsi merupakan proses bagaimana stimuli-stimuli diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan. Stimuli merupakan suatu rangsangan (stimulus) yang dimana presepsi terbentuk karena dipengaruhi oleh karakteristik dari stimuli, hubungan stimuli dengan sekelilingnya dan kondisi – kondisi di dalam diri kita sendiri menurut Deshpande, Farley, & Webster (1993). Harga sendiri merupakan stimuli yang termasuk ke dalam stimuli pemasaran yang didesain untuk mempengaruhi konsumen.

Menurut J.Setiadi (2008) tentang hubungan antara harga dan kualitas dalam beberapa kondisi konsumen memiliki ekspektasi atas hubungan harga dan kualitas di mana harga yang lebih tinggi mencerminkan kualitas yang lebih baik, menurutnya harga digunakan sebagai dedikasi produk berkualitas. Berikut merupakan fakta atas hubungan harga dan kualitas:

- a) Konsumen mempunyai keyakinan bahwa harga menunjukkan kualitas
- b) Terjadi perbedaan kualitas yang di rasakan di antara setiap para pesaing yang ada
- c) Kualitas aktual suatu barang/jasa sulit di nilai melalui cara objektif melalui nama merek atau citra toko
- d) Perbedaan harga yang besar mempunyai dampak pada perbedaan kualitas yang dirasakan daripada perbedaan harga yang lebih kecil
- e) Merek yang sudah sangat di kenal harga dapat di gunakan secara lebih baik sebagai indikator kualitas

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana persepsi konsumen mengenai harga makan yang di jual di Restoran Kereta Api, peneliti melakukan kuesioner pra penelitian kepada 50 orang penumpang kereta api yang pernah membeli makanan yang ditawarkan, dan hasilnya disajikan berbentuk data grafik sebagai berikut:



Sumber: Data diolah: 2018

Gambar 1.1
Grafik Kepuasan Penumpang kereta Api Terhadap Harga Menu Makanan & Minuman Yang Di Jual Retoran Kereta Api

Data tabel 1.4 di atas dapat diketahui daftar menu apa saja yang di jual di Restoran Kereta Api beserta harganya, selanjutnya untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap harga menu makanan & minuman yang ditawarkan dilakukan pra penelitian yang melibatkan 50 responden dengan melakukan kuesioner dengan skala Guttman pada tabel 1.5 tentang harga menu makanan yang dijual menurut konsumen berdasarkan pada:

1. Keterjangkauan harga menu makanan & minuman.
2. Kesesuaian harga menu dengan kualitas makanan & minuman yang didapat.
3. Harga menu makanan dan minuman yang dijual kompetitif atau relatif murah bila dibandingkan dengan harga yang ditawarkan produk makanan lain di sekitar stasiun.
4. Harga menu makanan dan minuman yang dijual sesuai dengan manfaat dan nilai produk yang diperoleh seperti mengenyangkan dan yang lainnya.

Kemudian diperoleh informasi bahwa harga jual menu makanan & minuman yang ditawarkan Restoran Kereta Api masih bisa dijangkau oleh konsumen namun harganya dianggap belum kompetitif, relatif di anggap lebih mahal dibanding harga makanan & minuman yang dijual di sekitar stasiun ini dilihat dari 38 responden menjawab tidak dari 50 responden, serta 28 responden dari 50 responden menjawab harga jual masih belum bisa memberikan kualitas yang baik pada menu makanan yang di sajikan meskipun menu makanan yang disajikan memberikan manfaat untuk para konsumen.

Harga suatu barang atau jasa berperan penting dalam mencapai besarnya volume penjualan karena menjadi salah satu faktor terjadinya permintaan pasar, (Kotler, Philip, & Armstrong, 2008) Harga merupakan sejumlah uang yang di bebaskan pada suatu produk atau jasa. Biasanya harga akan menjadi tolak ukur dalam mengkomunikasikan kualitas dari produk atau jasa tersebut kepada konsumen, konsumen akan menginterpretasikan bahwa harga yang tinggi akan mendapatkan produk atau jasa yang tinggi pula kualitas maupun pelayanannya, sehingga kualitas dan penentuan kebijakan harga produk jasa akan sangat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen didalamnya terdapat minat konsumen dimana menurut Kotler dan Keller (2012), arti minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Migliore, Farina, Tinervia, Matranga, & Schifani (2017) dalam penelitiannya mengidentifikasi faktor - faktor utama yang mempengaruhi *consumer interest* atau minat konsumen, temuan penelitiannya menunjukkan faktor – faktor yang mempengaruhinya yaitu kebiasaan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk, sikap neophilia, faktor instrinsik (kualitas makanan, rasa, tekstur, warna, aroma, tampilan) dan ekstrinsik produk (harga, manfaat, karakter demografis, usia, gender, pendapatan, pendidikan, dll)

Menurut Raab, Maye, Kim, & Shoemaker (2009) Penetapan harga biasanya dilakukan berbeda berdasarkan kombinasi beberapa faktor yaitu struktur

biaya perusahaan, harga pesaing, dan persepsi nilai pelanggan terhadap produk . Harga berbasis biaya biasanya melibatkan teknik biaya *mark-up* dan variabel aktual (biaya produk) pada persentase biaya produk yang diinginkan. Metode penetapan harga ini biasanya digunakan untuk menetapkan harga menu di restoran.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Harga Jual Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Penumpang Kereta Api di PT. Reska Multi Usaha Branch Office Bandung**” yang dimana penelitian ini merupakan rekomendasi penerapan Menu makanan, kudapan dan minuman tradisional nusantara pada konsumen Kereta Api menggunakan perhitungan model *full costing* dengan menentukan harga jual setiap menu item.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dari latar belakang diatas untuk memperjelas juga membatasi masalah, maka di rumuskan kedalam bentuk pertanyaan berikut ini:

1. Bagaimana perhitungan penerapan harga jual dalam menu makanan, kudapan dan minuman nusantara yang direkomendasikan untuk PT. Reska Multi Usaha area Bandung?
2. Bagaimana pengaruh harga jual menu makanan, kudapan dan minuman nusantara yang direkomendasikan terhadap minat beli masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui data, informasi, mengolah, menganalisis serta menginterpretasikan hal yang berhubungan dengan pengendalian biaya makanan, adapun tujuannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui perhitungan penerapan harga jual dalam menu makanan, kudapan dan minuman nusantara yang direkomendasikan untuk PT. Reska Multi Usaha area Bandung.
2. Mengetahui pengaruh harga jual menu makanan, kudapan dan minuman nusantara yang direkomendasikan terhadap minat beli masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan di PT. Reska Multi Usaha Area Bandung dapat diperoleh dua (2) aspek manfaat yang berbeda dari segi teori dan praktik, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan memberi manfaat keilmuan di bidang industri makanan dan minuman khususnya pada aspek pembiayaan dan juga pemasaran di restoran yang nantinya akan berdampak pada penentuan harga jual makanan secara teoritis, yang selanjutnya dapat di aplikasikan dalam menghadapi persaingan di industri kuliner.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan juga rekomendasi tambahan Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha dalam penambahan menu nusantara serta mengetahui harga jual makanan dan minuman secara proposional sehingga dapat menetapkan harga yang sesuai dengan minat beli konsumen saat ini.