

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mendukung perekonomian suatu daerah. Seperti halnya yang dijelaskan oleh Herman V. Schulard dalam Oka A.Yoeti. "Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan terutama yang berkaitan dengan perekonomian secara langsung berhubungan dengan masuknya orang-orang asing melalui lalu lintas di suatu negara tertentu, kota dan daerah." (Yoeti, 1996).

**Tabel 1.1**

**Tabel Distribusi Pendapatan Pariwisata Tahun 2014 – 2016**

<b>Jenis Pengeluaran</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
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
<i>Entertainment</i>	347,35	424,94	386,69
<i>Healty &amp; beauty</i>	271,87	231,24	235,41
<i>Guide Service</i>	42,20	57,56	47,96
Pendidikan	24,63	33,18	31,87
Lainnya	211,67	87,00	76,45
<b>Total Pendapatan</b>	<b>11.166,13</b>	<b>11.760,74</b>	<b>11.933,61</b>

*Unit : Juta USD*

*Sumber: Statistical Report On Visitor Arrival to Indonesia: 2016*

Dari tabel 1.1 dapat dilihat setiap tahunnya pendapatan sektor pariwisata semakin meningkat. Salah satu pendapatan terbanyak adalah sektor makanan dan akomodasi. Selain itu, pariwisata berkaitan dengan berbagai sektor yang

mendorong perekonomian suatu daerah seperti akomodasi, transportasi, jasa pelayanan makanan, dan masih banyak lagi. Salah satu penunjang kegiatan pariwisata adalah transportasi .

**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: Statistik Profil Wisnus Tahun 2016*

Berdasarkan dari tabel 1.2 pada setiap triwulan banyaknya jumlah perjalanan yang dilakukan penduduk Indonesia terutama di daerah Jawa Barat sebanyak 43.619.718 penduduk melakukan perjalanan setiap tahunnya. Salah satu tujuan dari perjalanannya untuk berwisata.

Ketika sistem transportasi sudah terorganisir dengan baik, tentu saja akan mempengaruhi perkembangan pariwisata yang baik di suatu daerah, karena untuk menjangkau suatu objek wisata diperlukan transportasi, baik itu melalui jalur darat, laut maupun udara. Ketika pemilihan moda transportasi dapat disesuaikan dengan jarak dan kebutuhan wisatawan itu sendiri. Pemerintah dalam hal ini juga ikut andil untuk menciptakan sistem transportasi yang efektif dan efisien sehingga dapat digunakan secara aman dan nyaman.

Persaingan bisnis jasa transportasi yang semakin ketat, menyebabkan banyak perusahaan yang melakukan peningkatan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini seakan menuntut setiap perusahaan jasa transportasi harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Pada saat ini semakin banyak diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai (*value*) lebih kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing. Jadi, untuk memuaskan pelanggan dan membina hubungan baik dengan pelanggan, maka suatu perusahaan harus membuat dirinya berbeda dengan para pesaing. Salah satu langkanya utamanya adalah menambah nilai (*value*) pada setiap pelayanan yang diberikan.

Salah satu moda transportasi yang sedang berkembang dan dijadikan pilihan untuk moda transportasi adalah kereta api. Sebagai penyedia jasa angkutan atau akomodasi, PT. Kereta Api Indonesia (persero) pada tahun 2003 berinovasi tidak hanya melayani perjalanan/akomodasi tetapi memberikan pula sebuah layanan khusus makanan dan minuman bagi para konsumennya, dengan diresmikannya anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (persero) yaitu PT. Reska Multi Usaha. PT. Reska Multi Usaha sebagai salah satu penyedia/provider makanan dan minuman dalam industri bidang akomodasi, berusaha memberikan layanan terbaiknya. Perbaikan di berbagai lini terus dilakukan. Dibawah ini merupakan data lalu lintas penumpang kereta api di Kota Bandung.

**Tabel 1.3**

**Tabel Rekapitulasi Penumpang Kereta Api di Kota Bandung**

**Tahun 2014-2016**

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
<b>Total</b>		<b>9,762,477</b>	<b>13,379,465</b>	<b>15,871,754</b>

*Sumber : PPIB Kota Bandung 2015, 2016, 2017*

Berdasarkan tabel 1.3 bahwa penumpang kereta Api bertambah setiap tahunnya. Hal ini mendorong PT. Kereta Api untuk meningkatkan *value* yang diperoleh oleh konsumen. Salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan di bidang penyediaan makanan.

Perkembangan restorasi di Kereta Api semakin berkembang. Banyak variasi menu yang ditawarkan. Mulai dari nasi goreng, nasi uduk, nasi rames, nasi rendang, empal gentong, dan masih banyak lagi. Namun masih ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, salah satunya dari segi pengemasan produk, Karena ketertarikan konsumen dimulai ketika konsumen melihat kemasan produk. Jika produk dikemas dengan semenarik mungkin maka ketertarikan konsumen akan semakin meningkat. Menurut penelitian dari seluruh kegiatan penginderaan manusia, 80 % adalah penginderaan melalui penglihatan atau kasatmata (visual). Karena itulah, unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain: warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak merupakan unsur visual yang mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasat mata (*visual communication*) (Cenadi, 2000),

Seperti yang diungkapkan Cenadi (2000), agar suatu produk berhasil, maka penampilan sebuah kemasan harus mempunyai daya tarik. Daya tarik tersebut, dapat digolongkan menjadi dua jenis, yaitu daya tarik visual (estetika) dan daya tarik praktis (fungsional)

Hasil dari suatu penelitian menunjukkan bahwa konsumen membutuhkan waktu rata-rata 7 detik ketika membuat keputusan pembelian. (Maine, 2014). Selain itu menurut Marc Cobe dalam bukunya *emotional branding* menyatakan bahwa “Kemasan harus dapat menarik perhatian konsumen dalam waktu yang singkat”, yaitu setengah detik untuk dikenali dan setengah detik kemudian untuk dicintai (Gobe, 2003). Oleh karena itu, pesan yang disampaikan dalam kemasan produk harus bersifat instan dan langsung, namun tetap mengikat konsumen secara emosional. Dalam hal ini diperlukannya desain kemasan yang menarik perhatian agar konsumen memiliki ketertarikan untuk membeli suatu produk.

Pada penelitian awal yang dilakukan oleh penulis mengenai kemasan produk yang dituangkan ke dalam 5 pernyataan dan disebar kepada 50 responden dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan penumpang terhadap kemasan produk

makanan & minuman yang ada di Restoran PT. Reska Multi Usaha. Hal tersebut digunakan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dari sudut pandang konsumen. Berikut beberapa pernyataan yang diajukan kepada 50 orang responden.

**Tabel 1.4**

**Data Hasil Pra Survey Pada Pelanggan di Restoran PT. Reska Multi Usaha.**

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Informasi dalam kemasan makanan/minuman sudah lengkap	78 %	22 %
2	Gambar yang ada dalam kemas sesuai dengan produk yang disajikan	46%	54%
3	Kemasan makanan/ minuman membuat Anda tertarik membeli produk	48%	52%
4	Kemasan makanan/minuman praktis untuk digunakan, dibawa / dijinjing	80%	20%
5	Apakah sebaiknya kemasan dibuat dalam satu set menu (makanan, kudapan, & minuman)	74%	26%

*Sumber: Pengolahan data, 2018*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pada kemasan makanan maupun minuman di restoran PT. Reska Multi usaha untuk informasi dalam kemasan 78% responden berpendapat sudah lengkap dan 22% berpendapat tidak lengkap. Untuk kesesuaian gambar dengan isi produk 46 % responden menjawab ya dan 54% responden menjawab tidak. Untuk pengaruh kemasan agar tertarik membeli produk 48% menjawab ya dan 52% menjawab tidak tertarik. Untuk kemasan makanan/ minuman yang praktis 80% responden menjawab ya dan 20% konsumen menjawab tidak. Kemudian untuk pertanyaan apakah sebaiknya kemasan dibuat dalam satu set menu 74% menjawab ya dan 26 % menjawab tidak.

Berkaitan dari hasil pra survey diperlukan peningkatan untuk membuat kemasan yang menarik agar mempengaruhi minat beli konsumen, dan diperlukan kesesuaian antara informasi menggunakan gambar dengan isi produk. Selain itu

Ulfa Nurfadilah, 2019

UJI PENAWARAN KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KERETA API PT. RESKA MULTI USAHA BRANCH OFFICE 2 BANDUNG

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

yang paling penting 74% responden berpendapat bahwa sebaiknya kemasan makanan/minuman dibuat dalam satu set menu.

Selain itu, untuk menambah nilai (*value*) dari sebuah kemasan, kemasan dapat dijadikan sarana informasi wisata gastronomi dengan memperkenalkan dan memberikan informasi dengan jelas kuliner-kuliner setiap daerah dengan sistem *Quick Response code* (code QR).

Semua hal diatas akan memengaruhi proses minat beli konsumen. Seperti yang dikatakan Giuseppina Migliore bahwa minat beli konsumen (Consumer interest) oleh berbagai faktor, termasuk kebiasaan konsumsi, sikap neophilia, dan berbagai unsur intrinsik dan ekstrinsik atribut kualitas produk itu sendiri (Migliore,2017).Untuk kemasan disini termasuk unsur ekstrinsik dari produk yang akan memengaruhi minat beli konsumen.

Oleh karena itu, kemasan suatu produk dapat memberikan pengaruh yang penting dalam proses terciptanya minat beli konsumen. Kemasan mempunyai arti yang penting dalam mempengaruhi konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menentukan pilihan terhadap produk yang akan dibelinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap minat beli pada uji coba penawaran menu makanan, minuman, dan kudapan di PT. Reska Multi Usaha *branch office* 2 Bandung.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pengaruh kemasan makanan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap kemasan yang dibuat untuk uji coba penawaran menu di PT. Reska Multi Usaha?
- 2) Bagaimana pengaruh kemasan minuman mempengaruhi minat beli konsumen terhadap kemasan yang dibuat untuk uji coba penawaran menu di PT. Reska Multi Usaha?
- 3) Bagaimana pengaruh kemasan kudapan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap kemasan yang dibuat untuk uji coba penawaran menu di PT. Reska Multi Usaha?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemasan makanan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap kemasan yang dibuat untuk uji coba penawaran menu di PT. Reska Multi Usaha.
- 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemasan minuman mempengaruhi minat beli konsumen terhadap kemasan yang dibuat untuk uji coba penawaran menu di PT. Reska Multi Usaha.
- 3) Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh kemasan kudapan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap kemasan yang dibuat untuk uji coba penawaran menu di PT. Reska Multi Usaha.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat secara Akademik
  - a. Memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi Manajemen Industri Katering dalam memperoleh gelar sarjana pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia.
  - b. Menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi penulis.
- 2) Manfaat bagi Perusahaan
  - a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan menu makan di PT Reska Multi Usaha Bandung.
  - b. Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam pemilihan kemasan yang sesuai dengan menu makan di PT Reska Multi Usaha Bandung.
- 3) Manfaat bagi Universitas
  - a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Universitas Pendidikan Indonesia sebagai bahan pustaka khususnya bagi perpustakaan untuk menambah dan melengkapi koleksi bacaan ilmiah pada perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan juga berguna bagi jurusan Manajemen Industri Katering sebagai bahan acuan bagi penelitian yang lain yang berkepentingan dalam permasalahan yang sama.



