

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata menurut UU No.9 tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Pariwisata juga dikelompokkan kedalam industri jasa, yang menangani jasa mulai dari transportasi, jasa keramahan, tempat tinggal, makanan, minuman, dan yang berkaitan dengan jasa lainnya seperti bank, asuransi, keamanan, dll. Dan juga menawarkan tempat istirahat, budaya, pelestarian, petualangan, dan pengalaman baru dan berbeda lainnya. (*wikipedia.com*)

Banyak negara yang pendapatannya bergantung dari sektor industri pariwisata sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh organisasi non-pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa.

Perkembangan dunia pariwisata Indonesia dewasa ini semakin berkembang seiring laju perekonomian di dunia. Bidang pariwisata merupakan salah satu bidang perindustrian yang sangat menunjang program pemerintah, khususnya dalam memasukan devisa negara dan pembangunan pada umumnya dan juga dapat membentuk citra bangsa yang bagus di negara lain. Dengan adanya program

pemerintah “*Visit Indonesia 2010*” yang merupakan promosi pemerintah dalam menarik para wisatawan mancanegara untuk datang dan menikmati keanekaragaman budaya, seni dan alam Indonesia dan juga adanya gebyar-gebyar wisata lainnya yang dilakukan oleh setiap wilayah kawasan wisata diseluruh Indonesia yang mampu menarik wisatawan nusantara, dan sumber daya budaya lainnya juga dapat mendukung pengembangan pariwisata. Dengan adanya aktivitas ini membuka mata masyarakat terhadap potensi pariwisata yang amat besar. Sebagai salah satu cara dalam mengatasi pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat

Kabupaten Bandung adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Ibukotanya adalah Soreang. Secara geografis letak Kabupaten Bandung berada pada 6°,41’ – 7°,19’ Lintang Selatan dan diantara 107°22’ – 108°5’ Bujur Timur dengan luas wilayah 176.239 ha. Letak Kabupaten Bandung yang berada di daerah pegunungan atau daratan tinggi ini memiliki suatu daya tarik tersendiri dengan kontur alam yang berbukit-bukit, hamparan kebun teh dan tempat wisata lainnya yang menjadikan Kabupaten Bandung sebagai salah satu daerah tujuan wisata. Dengan jumlah penduduk sebesar 2.943.283 jiwa dengan mata pencaharian yaitu disektor industri, pertanian, pertambangan, perdagangan dan jasa.

Ciwidey merupakan salah satu tempat daerah tujuan wisata yang berada di kabupaten Bandung, yang banyak diminati dan dikunjungi oleh berbagai wisatawan baik dari dalam negeri ataupun luar negeri. Banyaknya tempat wisata seperti: Situ Patengan, Perkebunan Rancabali, Ranca Upas, Air Panas Cimanggu, Kawah Putih, Arung Jeram Ciwidey, Kawah Cibuni, Perkebunan Gambung, Wisata Gunung

Padang, dan Punceling, merupakan suatu asset untuk menarik para wisatawan dan juga meningkatkan jumlah pengunjung wisata yang datang ke daerah wisata ini.

Table 1.1

**Data Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata
Kabupaten Bandung Periode 2005 – 2009**

Tahun	Wisnus	Wisman	Total	Perkembangan (%)
2005	1.988.795	49.950	2.038.745	-
2006	2.405.923	57.443	2.463.366	20.83
2007	3.277.073	63.802	3.340.875	63.87
2008	3.512.146	68.825	3.580.971	75.65
2009	3.796.114	71.006	3.867.120	89.69

Sumber Data : Disporpar Kabupaten Bandung (April 2010), data diolah

Dari data diatas dapat kita ketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara ataupun mancanegara pada lima tahun terakhir meningkat. Bisa dilihat pada rekapitulasi wisatawan yang datang ke objek wisata di Kabupeten Bandung pada tahun 2005 sejumlah 2.038.745 orang dan di tahun 2009 terjadi peningkatan jumlah pengunjung sejumlah 3.867.120 orang atau meningkat sebesar 89.69%. Ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan jumlah pengunjung ke daerah wisata tersebut dan merupakan pertanda bahwa pertumbuhan pariwisata dikawasan ini sangat positif.

Dijadikannya Ciwidey sebagai daerah tujuan wisata merupakan salah satu potensi yang besar bagi industri atau usaha yang berada disekitar wilayah tersebut

dalam meningkatkan ekonomi masyarakat setempat. Industri dan usaha tersebut diantaranya industri kulit, kayu, logam/ logam mulia, anyaman, gerabah/ keramik, kain/ tenun, serta usaha yang bergerak dibidang makanan yang kian meningkat dan sangat memberikan kontribusi dalam memasukan devisa negara dan merupakan asset dalam meningkatkan pendapatan daerah serta dapat meningkatkan perekonomian daerah wisata tersebut.

Seiring dengan semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisata tersebut, kondisi ini mendorong semakin banyak usaha yang bermunculan dan didirikan. Menurut Morrison dalam Dewi (2008:14). Terdapat tiga bagian dalam *Hospitality Industry*. Diantaranya adalah *Lodging Operation, Food and Beverage Service* dan *Travel/ Tourism*. Salah satunya adalah dengan adanya akomodasi pariwisata seperti Hotel, Motel, Losmen, Inn, Apartemen, dan Mes. Biro Perjalanan Wisata, Usaha Pramuwisata, dan Transportasi. Selain usaha akomodasi diatas ada juga usaha jasa boga, diantaranya: Restaurant (Rumah Makan dan sejenisnya), Bar dan Katering. Usaha ataupun industri kecil lainnya seperti industri makanan ikut serta didalamnya. Karena seperti yang kita ketahui Bandung sangat terkenal oleh wisata kulinernya yang beraneka ragam, yang merupakan salah satu sektor yang kini banyak dilirik masyarakat. Untuk wisata kuliner khususnya makanan oleh-oleh ini sendiri dalam *Hospitality Industry* termasuk dalam kategori *Food and Beverage Service*.

Makanan khas Ciwidey diantaranya: kalua jeruk, dodol strawberry, selai strawberry, syrup, manisan, kerupuk, agar- agar, karamel, dll. Makanan khas ini juga mendapatkan perhatian dari para wisatawan yang datang mengunjungi Ciwidey.

Yang kemudian dijadikan oleh-oleh setiap pengunjung yang akan meninggalkan Ciwidey. Hal ini merupakan salah satu aspek yang dapat meningkatkan adanya peningkatan kesejahteraan ekonomi di wilayah wisata tersebut yang bisa kita lihat dari data perkembangan jumlah sarana konsumsi wilayah Ciwidey seperti berikut:

Table 1.2
Jumlah Sarana Konsumsi
Wilayah Ciwidey Kabupaten Bandung, Periode 2007 – 2009

Tahun	Restoran/ Rumah Makan	Warung/ Kedai Makan- Minuman	Toko/ Warung Kelontong	Total	Perkembangan (%)
2007	11	186	400	597	-
2008	18	208	443	669	12.06
2009	25	249	497	771	29.15

Sumber Data : BPS Kabupaten Bandung (April 2010), data diolah.

Dari data diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2008 jumlah sarana konsumsi di wilayah Ciwidey sebanyak 669 atau meningkat sebesar 12.06% dari tahun sebelumnya. Dan pada tahun 2009 jumlah sarana konsumsi itu meningkat lagi sejumlah 771 atau meningkat sebesar 29.15%. Hal ini merupakan pertanda adanya peningkatan perekonomian masyarakat di daerah yang dijadikan kawasan wisata ini.

Namun dalam kondisi perkembangan pariwisata yang meningkat dan juga memberikan banyak keuntungan bagi usaha- usaha yang berada dikawasan pariwisata

tersebut. Hal ini sangat memberikan motivasi bagi orang-orang yang berada di daerah kawasan wisata ini untuk menjual atau menawarkan makanan oleh-oleh khas Ciwidey. Sehingga usaha yang bergerak dalam penyediaan makanan oleh-oleh ini semakin menjamur dan semakin ketat pula persaingan yang akan terjadi dalam usaha ini. Seiring dengan banyak para pedagang yang menawarkan makanan khas Ciwidey tersebut maka timbulah persaingan diantara mereka. Dengan banyaknya pesaing maka setiap pedagang dituntut untuk mampu mempertahankan jumlah penjualan yang mungkin akan mengalami dampak terhadap penurunan volume penjualan akibat persaingan ini. Hal ini bisa dilihat dari data survey yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut:

Table 1.3

**Data Perkembangan Volume Penjualan Makanan Khas Ciwidey,
Kabupaten Bandung. Periode tahun 2007 – 2009.**

NO	Nama Perusahaan	Tahun	Volume Penjualan (Rp) dalam ribuan	Perkembangan %
1	Pasti Legit	2007	102.850	-
		2008	117.650	14.39
		2009	103.000	0.15
2	Yurri Berry	2007	175.000	-

		2008	97.000	-44.57
		2009	60.000	-65.71
3	Sari Manis	2007	76.000	-
		2008	65.000	-14.47
		2009	50.000	-34.21
4	Neqtasari	2007	56.000	-
		2008	48.000	-14.29
		2009	36.000	-35.71
5	Ponyo	2007	102.000	-
		2008	98.000	-3.92
		2009	87.000	-14.71
6	Legit Sari	2007	113.000	-
		2008	99.875	-11.62
		2009	95.000	-15.93
7	Karamat Berry	2007	98.000	-
		2008	91.000	-7.14
		2009	71.750	-26.78
8	Mandiri	2007	92.000	-
		2008	61.000	-33.70
		2009	52.000	-43.48
9	Tin's	2007	93.860	-

	Strawberry	2008	79.000	-15.83
		2009	48.000	-48.86
10	R' Berry	2007	184.900	-
		2008	96.000	-48
		2009	84.000	-54.57

Sumber Data: Survey Pra Penelitian April 2010, data diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa volume penjualan makanan khas Ciwidey, Kabupaten Bandung cenderung mengalami penurunan yang sangat signifikan pada tiga tahun terakhir dimulai pada tahun 2007 hingga tahun 2009. Hal ini menjadi sebuah fenomena yang tidak selaras seiring dengan perkembangan industri pariwisata yang kian meningkat dan juga jumlah usaha dibidang makanan khas Ciwidey yang semakin menjamur.

Tujuan akhir suatu perusahaan adalah memperoleh keuntungan atau laba, besar kecilnya laba tergantung dari besar kecilnya volume penjualan yang diperoleh.

Volume penjualan menurut Mulyadi (1999 : 239) "Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang dan jasa yang terjual."

Beberapa faktor yang harus diperhatikan untuk mencegah penurunan volume penjualan menurut Harry (1968), adalah kelayakan pengguna dana; jenis barang yang akan dipasarkan; peluang pasar; pesaing barang substitusi dan komplementer; selera konsumen atas barang tersebut; trend atau mode serta faktor- faktor eksternal lainnya

termasuk pemasaran. Pemasaran dalam teori ekonomi meliputi 4 unsur pendukung yaitu; produk, harga, tempat atau lokasi dan promosi produk. Keempat aspek ini saling terikat dalam meningkatkan fungsi pemasaran.

Banyak indikator yang mempengaruhi volume penjualan, yang dikemukakan secara konseptual diantaranya: produk, harga, distribusi, promosi, organisasi penjualan, selera konsumen, persaingan, perekonomian dan kebijaksanaan pemerintah (Cummins, dalam Diki, 2009:39).

Produk merupakan hasil dari kegiatan produksi yang berwujud barang. Variable pertama dari pemasaran dan cukup penting dan yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah produk, karena produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Naik turunnya volume penjualan suatu perusahaan juga dipengaruhi oleh produk yang dijual kepasar oleh perusahaan tersebut, perusahaan tidak hanya menjual produk saja akan tetapi harus memperhatikan dari sisi kualitas produk tersebut karena kepuasan konsumen tersebut akan tercapai maka berdampak pada volume penjualan yang semakin meningkat. Kualitas produk yang tidak sesuai yang ditemukan pada makanan khas Ciwidey ini diantaranya adalah; rasa yang kurang enak, tampilan produk yang kurang menarik, tingkat kebersihan produk yang kurang terjamin dan tidak ada kadaluarsa dari produk tersebut.

Faktor lainnya adalah kemasan yang merupakan salah satu unsur dari atribut produk. Kemasan merupakan hal yang pertama yang dihadapi pembeli menyangkut produk dan mampu mengubah pembeli dalam hal keputusan pembelian. Kemasan

yang baik dapat menciptakan nilai keberhasilan bagi pelanggan dan nilai promosi bagi produsen yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan. Adapun permasalahan kemasan pada makanan khas Ciwidey ini diantaranya adalah; ukuran dan bentuk kemasan yang kurang menarik, tidak mudah dibawa, warna yang tidak sesuai dan kurang adanya kejelasan tentang informasi produk yang ditawarkan kepada konsumen tersebut.

Dari uraian teori dan data diatas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan dapat ditingkatkan dengan cara memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk dan kemasan.

Oleh karena itu dalam skripsi ini penulis mengambil judul ***“Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan Terhadap Volume Penjualan (Survey pada Pedagang Makanan Khas Ciwidey Kabupaten Bandung)”***.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam kondisi perkembangan pariwisata yang meningkat dan juga memberikan banyak keuntungan bagi usaha- usaha yang berada dikawasan pariwisata tersebut. Hal ini sangat memberikan motivasi bagi orang- orang yang berada di daerah kawasan wisata ini untuk menjual atau menawarkan makanan khas Ciwidey. Sehingga usaha yang bergerak dalam penyediaan makanan oleh-oleh ini semakin menjamur dan semakin ketat pula persaingan yang akan terjadi dalam usaha ini.

Berdasarkan data yang diperoleh dari penjual/ pedagang makanan khas Ciwidey terjadi penurunan volume penjualan yang sangat signifikan pada tiga tahun

terakhir, terutama pada tahun 2009. hal ini, mengindikasikan bahwa adanya penurunan volume penjualan pada penjual/ pedagang makanan khas Ciwidey yang diduga disebabkan oleh kualitas produk dan kemasan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan pada pedagang makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kemasan terhadap volume penjualan pada pedagang makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kemasan terhadap volume penjualan pada pedagang makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan diadakan penelitian adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan pada pedagang makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung.

2. Untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap volume penjualan pada pedagang makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kemasan terhadap volume penjualan pada pedagang makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung.

1.4.2 Kegunaan

1. Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan masukan terhadap pengembangan ilmu manajemen khususnya Manajemen Industri Katering mengenai pengaruh kualitas produk dan kemasan terhadap volume penjualan.

2. Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pedagangn makanan khas Ciwidey Kabupaten Bandung dalam upaya peningkatan kualitas produk dan kemasan terhadap volume penjualan.