

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang dilakukannya penelitian di Bakpia Pathok 25 dan perumusan masalah yang akan dibahas lebih lanjut, serta tujuan penelitian dan batasan masalah penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Yogyakarta merupakan kota yang lebih dikenal dengan kata “Jogja”. Yogyakarta memiliki berbagai macam keistimewaan yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Mulai dari wisata alam, budaya, sejarah, dan kuliner. Wisata kuliner memegang peranan penting dalam tujuan wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Kota yang dikenal sebagai kota pelajar dan wisata ini mengandung kekhasan yang tidak dimiliki oleh kota-kota lain. Dilihat dari segi kuliner, Yogyakarta mempunyai makanan yang khas yaitu gudeg, oseng-oseng mercon, sate klathak, dan beberapa makanan lainnya.

Selain makanan khas, Yogyakarta juga mempunyai kekhasan pada oleh-oleh untuk wisatawan, salah satunya adalah bakpia. Bakpia dikenal sebagai salah satu kuliner khas kota Jogja. Setiap musim libur, makanan khas ini menjadi salah satu oleh-oleh yang tidak bisa dilupakan oleh wisatawan untuk keluarga, teman, dan sanak saudara mereka. Bakpia termasuk ke dalam salah satu industri kreatif di Yogyakarta.

Ada beberapa merk bakpia di Yogyakarta, salah satu merk bakpia yang sudah dikenal oleh masyarakat Jogja maupun wisatawan adalah Bakpia Pathok 25. Bakpia Pathok 25 dikenal luas sebagai salah satu produk kuliner yang menjadi legenda di kota Jogja. Bakpia berasal dari kata “Tou Luk Pia” yang ada di Cina, artinya adalah kue kacang hijau. Pertama kali, bakpia muncul di daerah Pathuk, Yogyakarta. Bakpia mulai diproduksi di daerah ini sejak tahun 1948. Awalnya, bakpia dipasarkan tanpa kemasan dan label atau eceran. Kemudian kemasan bakpia mulai berkembang dengan menggunakan kertas karton dan label yang ditempel. Seiring dengan perkembangan jaman, tepatnya pada tahun 1980 kemasan bakpia yang telah berlabel sudah beridentitaskan alamat rumah karena bakpia merupakan industri rumahan dari bisnis keluarga. Pada tahun 1992,

bakpia sudah mulai dikenal oleh wisatawan dan mengalami puncak ketenaran sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta hingga saat ini.

Dilihat dari Tabel 1.1, perkembangan produksi Industri Mikro dan Kecil (IMK) sedang mengalami pertumbuhan positif sebesar 4,19% jika dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya (tahun 2015). Hal ini disebabkan karena peningkatan produksi pada beberapa jenis industri IMK termasuk industri makanan yang mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan output produksi secara keseluruhan. Bakpia Pathok 25 yang merupakan industri kreatif memegang peranan penting dalam menjaga posisinya untuk semakin dikenal oleh wisatawan maupun masyarakat Jogja sendiri. Jumlah wisatawan yang datang ke Yogyakarta dilihat dari tabel 1.2 semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini membuat persaingan industri rumahan khususnya industri kreatif makanan semakin ketat karena banyaknya produk serupa yang dihasilkan. Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 menunjukkan data statistik mengenai Industri Mikro dan Kecil di Yogyakarta dan jumlah wisatawan yang datang ke Yogyakarta:

Tabel 1.1. Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Mikro dan Kecil di D.I.Yogyakarta Triwulan I Tahun 2016 dan Triwulan II Tahun 2016

No.	KBLI (2 Digit)	Jenis Industri	Triwulan I 2016		Triwulan II 2016	
			q-to-q	y-on-y	q-to-q	y-on-y
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	10	Industri Makanan	-0,44	9,77	4.11	2.42
2	11	Industri Minuman	12,63	22,62	1.02	19.09
3	13	Industri Tekstil	2,11	0,69	8.17	-3.36
4	14	Industri Pakaian Jadi	1,38	15,36	3.73	8.63
5	15	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	-0,38	7,61	5.11	-0.66
6	16	Industri Kayu, Barang dari Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus (Tidak Termasuk Furnitur) dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	-4,11	-2,91	0.79	-16.02
7	17	Industri Kertas dan Barang dari Kertas	4,68	9,86	5.30	20.74
8	18	Industri Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	3,33	27,19	-1.68	22.43
9	20	Industri Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia	1,97	61,45	-1.22	62.04
10	21	Industri Farmasi, Produk Obat Kimia Dan Obat Tradisional	1,44	10,31	-0.08	10.14
11	22	Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	-18,55	-9,25	-3.14	-7.21
12	23	Industri Barang Galian Bukan Logam	2,19	11,23	-7.64	-7.90
13	24	Industri Logam Dasar	-7,04	-7,30	5.76	0.56
14	25	Industri Barang Logam, Bukan Mesin dan Peralatannya	-8,51	2,17	7.45	2.25
15	31	Industri Furnitur	6,85	-13,80	15.89	-2.20
16	32	Industri Pengolahan Lainnya	-2,08	3,64	2.63	-8.42
IMK (Industri Mikro dan Kecil)			-1,10	10,99	4.03	4.19

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi D.I.Yogyakarta

**Tabel 1.2. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke D.I.Yogyakarta Tahun
2012-2015**

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Pertumbuhan (%)
2012	197.751	16.62	2.162.422	50.36	2.360.173	46.80
2013	235.893	19.29	2.602.074	20.33	2.837.967	20.24
2014	254.213	7.77	3.091.967	18.83	3.346.180	17.91
2015	308.485	21.35	3.813.720	23.34	4.122.205	23.19

Sumber: Data Statistik Dinas Pariwisata Yogyakarta

Munculnya berbagai macam bentuk, rasa, dan trend yang baru membuat industri makanan harus menganggap penting hal ini. Banyaknya merk lain selain Bakpia Pathok 25 membuat Bakpia Pathok 25 harus mengetahui posisinya di antara kompetitor. Hal ini diperlukan untuk menjaga nama Bakpia Pathok 25 yang sudah dikenal oleh wisatawan dan menjadi oleh-oleh legenda di Yogyakarta. Selain itu, dapat memudahkan Bakpia Pathok 25 untuk meningkatkan penjualan meskipun di luar hari libur dan membantu Bakpia Pathok 25 untuk mengetahui atribut-atribut yang mempengaruhi penjualan. Dalam membantu permasalahan Bakpia Pathok 25 yang mengalami penurunan penjualan di akhir pekan maupun hari-hari biasa maka dilakukan analisis terhadap kompetitor untuk mengetahui posisi Bakpia Pathok 25 dilihat dari berbagai atribut pembanding. Analisis kompetitor ini dilakukan dengan metode pendekatan *Multidimensional Scaling* (MDS).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibahas pada sub bab sebelumnya maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan penjualan Bakpia Pathok 25 melalui persepsi konsumen terhadap posisi Bakpia Pathok 25 dengan kompetitor dilihat dari atribut-atribut yang mempengaruhi penjualan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi atribut-atribut yang dapat mempengaruhi penjualan Bakpia Pathok 25.
2. Mengetahui posisi Bakpia Pathok 25 terhadap kompetitornya dilihat dari atribut yang mempengaruhi dengan menggunakan *Multidimensional Scaling*.

3. Memberikan usulan perbaikan terhadap posisi Bakpia Pathok 25 dengan kompetitornya.

1.4 Batasan Masalah

Batasan yang ada pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan di dua toko oleh-oleh sekitar Jalan Mataram yang menjual beberapa merk Bakpia yang diantaranya menjual merk Bakpia Pathok 25.
2. Metode pengolahan data dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan aplikasi *Multidimensional Scaling* (MDS) pada SPSS 22 (*Statistical Package for Social Science*).