

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Satu diantara sektor ekonomi yang sangat penting bagi negara di semua dunia termasuk Indonesia, yaitu pariwisata. Pariwisata merupakan praktik perjalanan ke lokasi tertentu untuk hiburan, rekreasi, atau bisnis (Fefry Y. Roslin, 2023). Menurut *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) pada tahun 2020, industri perjalanan mewakili lebih dari 319 juta posisi dan mewakili sekitar 10,4% Produk Domestik Bruto di seluruh dunia. Pariwisata, sebagai sektor ekonomi yang berkembang, menawarkan peluang besar bagi pemerintah dan masyarakat untuk memperoleh keuntungan finansial yang besar. Di Indonesia sendiri, pariwisata menyumbang 4,8% dari PDB pada tahun 2019 dan mempekerjakan sekitar 13 juta orang. Oleh karena itu, di tahun 2019 pemerintah Indonesia membuat target 20 juta perjalanan wisatawan dan 40 juta pada tahun 2020 (Kemenparekraf, 2020).

Pariwisata Indonesia ialah salah satu destinasi dimana telah di kenal luas di berbagai mancanegara, kini sektor pariwisata di Indonesia sudah mulai menjadi perhatian pemerintah melalui daya tarik yang dimiliki Indonesia baik dari kekayaan alam, kuliner maupun beragam budaya yang dimilikinya. Hal ini menjadikan Indonesia negara dengan kekayaan warisan sosial yang mencerminkan rangkaian pengalaman dan keragaman etnis Indonesia yang dinamis. Salah satu hasil dari industri perjalanan adalah industri kuliner. Sejak tahun 2018 hingga tahun 2022, perkembangan industri kuliner di Indonesia tercatat meningkat secara konsisten. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 1.1

Tabel 1.1**Presentase Pertumbuhan Industri Kuliner Tahun 2018-2022**

Tahun	Pertumbuhan (%)
2018	7,91%
2019	7,78%
2020	1,58%
2021	2,54%
2022	4,90%
2023	5,33%

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Dilihat dari tabel 1.1 Perkembangan industri kuliner pada tahun 2018 hingga tahun 2023 di Indonesia akan terus mengalami keterpurukan. Perkembangan industri makanan dan minuman paling lambat terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 1,58% seiring dengan adanya pandemi virus Corona di Indonesia. Meski demikian, pada tahun 2021 hingga 2023 akan terjadi perkembangan positif dibandingkan tahun sebelumnya. Industri kuliner di Indonesia mengalami persaingan yang ketat karena pengembangan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Tabel 1.2**Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara Tahun 2022 dan 2023**

Sumber: Kemenparekraf, 2022

Berdasarkan data tabel 1.2 menyatakan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia terlihat ada peningkatan selama tahun 2023. Kunjungan wisatawan pada tahun 2022 merupakan kunjungan wisatawan mancanegara paling yang memiliki peningkatan secara signifikan dari pada tahun sebelumnya.

Wilayah Jawa Barat berperan besar dalam menarik wisatawan lokal dan asing, khususnya Kota Bandung. Tidak dapat dipungkiri, Bandung merupakan gudangnya perkembangan, baik dari segi industri perjalanan, gaya, dan fokus kuliner. Sehingga hal ini telah meningkatkan nilai daya tarik wisatawan lokal dan asing. Berikut jumlah kunjungan turis di Kota Bandung:

Tabel 1.3

Data Jumlah Wisatawan di Kota Bandung periode 2018-2022

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Domestik	Mancanegara	
2018	7.357.785	227.560	7.585.345
2019	8.175.221	252.842	8.428.063
2020	3.214.390	30.210	3.244.600
2021	3.704.263	37.417	3.741.680
2022	6.548.815	1.748	6550563

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung 2023

Tabel 1.3 menunjukkan tiap tahun wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung menghadapi naik turun. Untuk mengkoordinasikan kebutuhan perjalanan dan kunjungan, tentunya ada berbagai sudut pandang yang dibutuhkan wisatawan, khususnya industri wisata kuliner. Hal ini ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan bisnis kuliner, penginapan, resor, dan tujuan wisata. Ditegaskan dalam UU RI No. 10/2009 tentang Industri Perjalanan Wisata, yaitu: "Industri perjalanan merupakan serangkaian aktivitas yang menyangkut wisata diadakan oleh berbagai kantor dan administrasi dimana disiapkan oleh daerah setempat, badan usaha, pengelola, dan pengelola daerah."

Kota Bandung merupakan kota yang memiliki segudang potensi wisata lokal, seperti halnya komunitas perkotaan lainnya. Kota Bandung selalu ramai dikunjungi wisatawan setiap tahunnya. Objek wisata di kota Bandung terdiri dari berbagai macam tempat dan objek wisata, salah satunya kuliner industri perjalanan misalnya saja organisasi di bidang makanan dan minuman yang bersifat lingkungan dan juga menampilkan daya tarik berbagai negara untuk dikunjungi.

Melihat dari perkembangan wisata kuliner di Kota Bandung, dalam menghadapi situasi persaingan pelaku usaha harus memiliki kreativitas yang mumpuni dalam kondisi social yang dinamis. Dengan ini setiap pengelola badan usaha dituntut untuk terus tanggap dan serba bisa dalam menghadapi persaingan menjadi luar biasa. Mereka berusaha untuk memberikan layanan pelanggan terbaik sehingga mereka selalu dapat memperoleh kepercayaan dari pelanggan mereka serta menciptakan produk berkualitas baik yang memenuhi preferensi dan kebutuhan pelanggan mereka.

Meninjau hal tersebut pemilik Dahari Café & Resto sebagai salah satu pelaku bisnis *entertainer* di Kota Bandung memberikan bukan hanya sekedar tempat makan dan minum kopi, tempat ini juga menyajikan nuansa minimalist dengan *industrial style* dengan beragam tamanan yang ditempatkan menyebar di area cafe. Konsep minimalis ini sangat digemari karena desainnya yang simple, nyaman serta memuat kesan tenang bagi para pengunjung. Namun mengacu pada pencapaian terbaik tetap merujuk pada kebutuhan pembeli. Berikut informasi mengenai penjualan makanan dan minuman di Dahari Café & Resto Januari 2023 - Januari 2024.



Gambar 1.1 Diagram Volume Penjualan Makanan dan Minuman Di Dahari Café & Resto Periode Januari 2023 – Januari 2024

Sumber: pra penelitian di Dahari Café & Resto (2024)

Berdasarkan data volume penjualan makanan dan minuman dari Januari 2023 hingga Januari 2024, penjualan makanan mencapai puncaknya pada bulan April 2023 dengan volume 218, yang merupakan 107,4% dari rata-rata bulanan (rata-rata 164,5), sementara penjualan terendah terjadi pada bulan November 2023 dengan volume 112, hanya 54,2% dari rata-rata. Untuk penjualan minuman, puncaknya juga tercatat pada bulan April 2023 dengan volume 327, setara dengan 111,5% dari rata-rata bulanan (rata-rata 228,5), dan terendah pada bulan Juli 2023 dengan volume 124, yang hanya 54,3% dari rata-rata. Secara keseluruhan, penjualan makanan mengalami penurunan sekitar 39% dari bulan April ke Januari 2024, sedangkan penjualan minuman mengalami penurunan sekitar 36,6% dalam periode yang sama, menunjukkan tren penurunan yang signifikan setelah mencapai puncaknya.



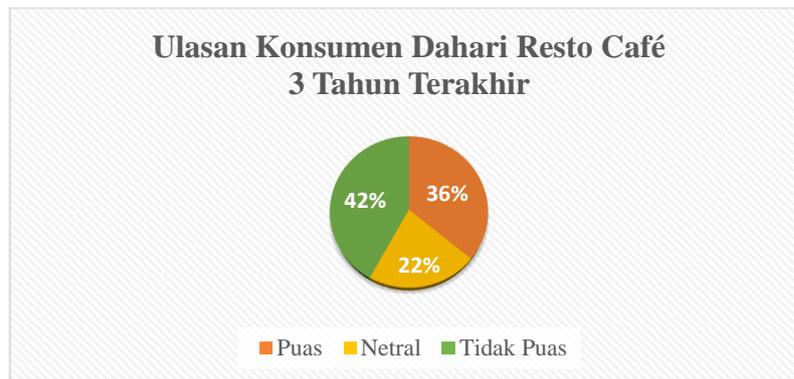
Gambar 1.2 Diagram Volume Penjualan Makanan dan Minuman Di Dahari Café & Resto Periode Januari 2023 – Januari 2024

Sumber: pra penelitian di Dahari Café & Resto (2024)

Dari data omset penjualan makanan dan minuman antara Januari 2023 hingga Januari 2024, terlihat bahwa penjualan makanan mengalami fluktuasi dengan rata-rata omset bulanan sekitar 4.045.000, sedangkan penjualan minuman memiliki rata-rata sekitar 2.155.000. Penjualan makanan tertinggi terjadi pada bulan April 2023, mencapai 5.450.000, yang merupakan 34% lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata bulanan, sedangkan penjualan minuman tertinggi pada bulan Januari 2023 mencapai 3.150.000, sekitar 46% lebih tinggi dari rata-rata bulanan. Sebaliknya, penjualan terendah untuk makanan terjadi pada November 2023 dengan 2.800.000 (30% di bawah rata-rata), dan untuk minuman pada Juli 2023 dengan 1.240.000 (42% di bawah rata-rata). Secara keseluruhan, penjualan makanan menunjukkan ketahanan yang lebih baik dibandingkan minuman, meskipun keduanya mengalami penurunan di akhir tahun dan awal tahun baru. Bila dibandingkan dan dilihat dengan makanan yang terjual, omset penjualan minuman kian meningkat. Untuk situasi ini bisa dibayangkan ada hal lain yang menarik tamu untuk berkunjung selain makanan. Oleh karena itu, tidak hanya jenis makanan yang berperan dalam menentukan volume penjualan, faktor lain juga turut diperhitungkan.

Dahari café & Resto memiliki 789 ulasan pada situs google. Ulasan ini ditulis oleh konsumen yang pernah berkunjung serta merasakan pelayanan, produk,

maupun fasilitas di Dahari Café & Resto secara langsung. Seluruh ulasan pada situs google tersebut telah ada sejak Dahari Café & Resto berdiri. Dengan menggunakan sampel ulasan 3 tahun terakhir yang berjumlah 513 didapatkan data mengenai kepuasan konsumen Dahari Café & Resto. Ulasan ini dikelompokkan berdasarkan pernyataan pada setiap ulasan dan dibagi menjadi tiga bagian kelompok yakni tidak puas= 1, sedang=2 dan puas=3.



Gambar 1.3 Diagram Ulasan Konsumen

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan gambar 1.1 grafik ulasan Google Review yang menunjukkan kepuasan konsumen Dahari Café & Resto selama tiga tahun terakhir, dapat disimpulkan bahwa mayoritas ulasan, yaitu 42%, mencerminkan ketidakpuasan pelanggan, sementara 36% memberikan ulasan positif dan 22% bersifat netral. Hal ini menunjukkan adanya tantangan signifikan dalam hal kualitas produk dan pelayanan yang perlu diperbaiki, mengingat banyak konsumen yang mengeluhkan bahwa pengalaman mereka tidak memenuhi ekspektasi. Oleh karena itu, penting bagi pengelola untuk fokus pada peningkatan aspek-aspek tersebut agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menarik lebih banyak pengunjung ke café, pada isi konten ulasan tersebut hal yang paling sering dibahas adalah mengenai kualitas produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, pelayanan yang kurang baik, kurangnya tempat untuk WFC ketika terkendala hujan.

Penulis memiliki rencana penerapan strategi bisnis yang dapat diterapkan oleh pengelola café, bersumber analisa situasi, analisa konsumen serta kondisi

eksternal dan internal Dahari Café & Resto untuk membuat masyarakat tidak hanya datang dan membeli barang dan jasa di Dahari Café & Resto tetapi juga menikmasi dan berkunjung kembali ke Dahari Resto Cafe. Berdasarkan penelitian sebelumnya peneliti mengaplikasikan analisis SWOT sebagai metode penentu strategi bisnis baru untuk meningkatkan volume penjualan pada usaha. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Dahari café & Resto melalui penggunaan analisis tersebut dengan judul “**Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Dahari Café & Resto**”

1.2 Rumusan Masalah

Berikut penjabaran rumusan masalah:

1. Bagaimana permasalahan internal dan eksternal yang dialami oleh Dahari Café & Resto?
2. Bagaimana identifikasi strategi bisnis Dahari Café Resto saat ini?
3. Bagaimana formulasi dan alternative strategi yang akan diterapkan untuk mengatasi permasalahan di Dahari Café & Resto melalui analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis permasalahan internal dan eksternal yang dialami oleh Dahari Café & Resto.
2. Menganalisis dan mengetahui strategi bisnis Dahari Café & Resto saat ini.
3. Mengidentifikasi formulasi dan alternative strategi apa yang dapat digunakan dalam menghadapi permasalahan di Dahari Café & Resto.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Memberikan data dan memperluas informasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan terkait strategi pengembangan bisnis dalam manajemen bisnis serta pemasaran yang dipraktekkan penggunaanya dalam strategi bisnis sehingga dapat memilih di antara berbagai strategi bisnis.

2. Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada pengelola Café memandang strategi pengembangan bisnis sebagai upaya meningkatkan volume penjualan.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk pertimbangan pendekatan lain dalam manajemen bisnis.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna dalam memperluas pemahaman logis, khususnya di bidang manajemen bisnis dan manajemen pemasaran.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan yang berguna untuk penelitian serupa di masa depan.