

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata atau *tourism* secara umum dapat didefinisikan sebagai sesuatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan. Sedangkan menurut Undang – undang Nomor 10 Tahun 2009 Bab 1 Pasal 1 menjelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ataupun sekelompok orang dengan tujuan mengunjungi tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Salah satu kota tujuan wisata di Indonesia adalah Kota Bandung. Menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung tercatat sekitar 4 juta wisatawan yang datang ke Kota Bandung selama tahun 2014. Salah satu produk industri pariwisata adalah industri makanan dan minuman. Pada tahun 2011 sampai dengan 2014 tercatat pertumbuhan industri makanan dan minuman di indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya lihat tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Persentase Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman
Skala besar dan kecil di Kota Bandung Tahun 2011-2014**

Tahun	Pertumbuhan (%)
2011	7,33%
2012	8,09%
2013	9,18%
2014	10,09%

Sumber: Badan pusat Statistik (BPS) Kota Bandung tahun 2014

Berdasarkan Tabel 1.1 pertumbuhan industri makanan dan minuman di indonesia pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2014 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi perekonomian, sosial serta politik di Indonesia sangat baik untuk mengembangkan usaha. Persaingan di industri makanan dan minuman di-indonesia cukup ketat dikarenakan adanya inovasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Ina Desriyani , 2015

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA DE'WAAS CAFE & RESTO UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

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

Salah satu bagian dari makanan dan minuman adalah industri jasa boga, Dimana diantaranya terdapat restoran, rumah makan, dan cafe. Adapun definisi Restoran menurut SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KM 73/PW 105/MPPT-85 yang menjelaskan bahwa restoran adalah salah satu jenis usaha di bidang jasa pangan yang bertepatan di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman untuk umum.

Pada saat ini banyak sekali makanan dan minuman yang bermunculan di Indonesia khususnya di Kota Bandung. Menurut Dinas Pariwisata Kota Bandung di tahun 2014 tercatat sekita 591 Restoran dan 12 Bar yang tersebar di Kota Bandung, seperti pada tabel 1.2.

**Tabel 1.2 Jumlah Restoran dan Bar di Kota Bandung
dari tahun 2011-2014**

Tahun	Jumlah	
	Restoran	Bar
2011	572	14
2012	591	12
2013	642	9
2014	690	10

Sumber: Dinas Pariwisata Ekonomi Tahun 2014

Hal ini dapat membuktikan bahwa tingkat persaingan di Kota Bandung cukup ketat. Oleh karena itu masing – masing restoran harus memiliki strategi pengembangan usaha, agar usahanya tersebut dapat berkembang dan tidak merugi dalam kegiatan operasionalnya. Salah satu Restoran yang berada di Kota Bandung adalah De'Waas Cafe & Resto. Pada tahun 2009 de'waas hanya berupa warung bandrek biasa yang didirikan oleh Aullia Tsani A.H. selama 2 tahun berjalan, karena semakin banyak permintaan pasar jadi perusahaan ini mengembangkan usahanya yang awalnya hanya warung biasa menjadi resto&café. De'Wass Café & Resto berdiri sejak 9 September 2011 yang beralamat di JL.Bojongkoneng atas no D69 Bandung. Keunggulan De Wass Café & Resto yaitu lokasi berada di

Ina Desriyani , 2015

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA DE'WAAS CAFE & RESTO UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

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

ketinggian pegunungan kota Bandung dan konsumen pun bisa melihat Kota Bandung dengan langsung, kemudian lokasinya yang strategis. Selain lokasi yang strategis, perusahaan ini juga menyajikan berbagai macam masakan-masakan special khas De'Wass Café & Resto seperti masakan ala WESTERN FOOD, JAPANESE, SUNDANESSE, CHINESSE FOOD, dan salah satu menu favorite yaitu menu BEBEK khas de'waas. Perusahaan memiliki peternakan sendiri, jadi bebek yang disajikan benar-benar fresh.

De'waas Cafe and Resto mencakup semua kalangan baik anak muda, keluarga dan juga bias digunakan untuk acara seperti : birthday, wedding, gathering, dan meeting. Kemudian fasilitas yang dimiliki diantaranya gazebo, function room dan balcony out door secara keseluruhan bias menampung + 300 orang dengan lahan parkir yang luas. Dari tahun ke tahun De'Waas ini mengalami permasalahan dari segi penjualan, dimana di setiap tahunnya De'Waas ini mengalami naik turunnya pada penjualan, selain itu akses jalan yang kurang memperlihatkan Restoran ini, karena pada De'Waas Cafe & Resto ini tidak berada di pinggir jalan utama, kita harus belok lagi dan melalui jalan yang menanjak. Memang sekilas dari jauh tidak terlihat ada Restoran tetapi dari dekat terlihat ada Tulisan De'Waas Cafe & Resto. Maka dari itu De'Waas Cafe & Resto ini ingin memperbaiki dari segi akses jalan, fasilitas, kualitas pegawai, dan ingin membuka cabang di tempat lain agar orang lain lebih mengenal restoran ini. Untuk promosi sendiri restoran ini sudah melalui tv, radio, web, dan sosial media lainnya. Tetapi itu semua belum cukup membuat restoran ini banyak di kenal orang maka dari itu restoran ini ingin lebih meningkatkan kualitas dari restoran tersebut agar meningkatkan Volume Penjualan. Fasilitas yang ingin di lakukan yaitu seperti membuat Mini Bar, menambah kursi, membuat room karaoke dan menambahkan menu olahan dari bebek agar pengunjung lebih tertarik lagi untuk datang ke Restoran tersebut. Berikut adalah Volume Penjualan De'Waas Cafe & Resto selama satu tahun, lihat pada tabel 1.3.

Kode Account	Uraian Per Periode	Jan	Feb	Mar	Apr	May
		01 s/d 31	01 s/d 28	01 s/d 31	01 s/d 30	01 s/d 31
Pendapatan						
	Penjualan kotor (bruto)	59.120.859	58.630.788	40.708.150	56.097.075	45.570.000
	Compliment	2.987.460	1.485.249	2.383.000	4.216.500	3.300.000
	Discount	783.549	7.865.924	653.225	992.575	1.268.225
	Retur	-	-	-	-	-
Pendapatan Bersih (netto)		55.349.850	49.279.615	37.671.925	50.888.000	41.001.775
Rata-rata penjualan per hari		1.785.479	1.759.986	1.215.223	1.696.267	1.322.638

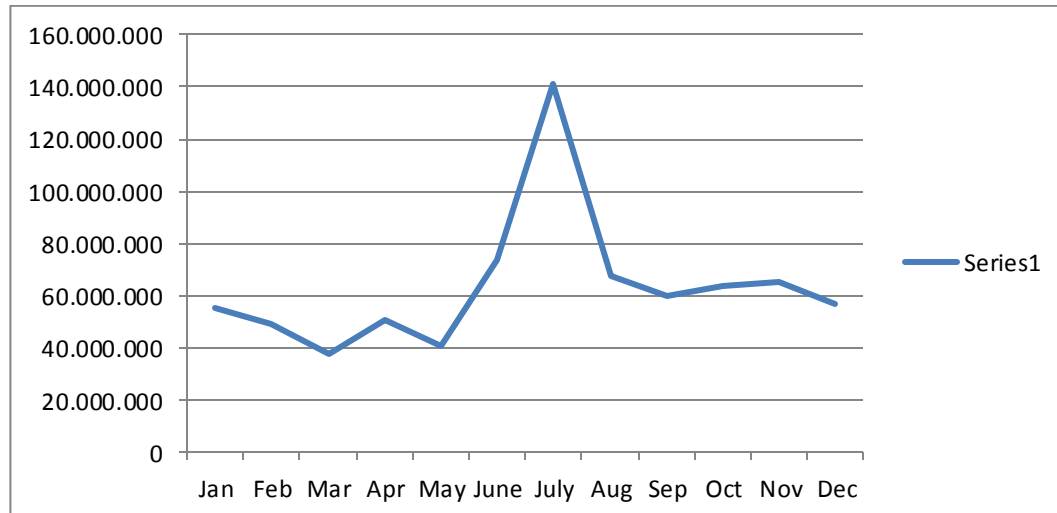
**Tabel 1.3 Volume Penjualan De'Waas Cafe & Resto
selama tahun 2014**

June	July	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
01 s/d 30	01 s/d 31	01 s/d 31	01 s/d 30	01 s/d 31	01 s/d 31	01 s/d 30
80.033.365	145.542.273	69.615.100	63.083.005	67.519.674	79.296.400	59.798.320
4.776.000	2.550.000	2.325.750	1.751.000	2.485.672	2.158.690	1.987.620
1.514.950	2.067.373	-	1.424.120	1.548.352	1.654.230	948.225
-	-	-	-	-	-	-
73.742.415	140.742.900	67.289.350	59.907.885	63.485.650	65.483.480	56.862.475
2.458.081	4.545.965	2.170.624	1.996.930	2.434.951	2.434.951	1.895.416

Sumber : Pemilik De'Waas Cafe & Resto

Untuk lebih jelasnya lihat pada gambar 1.1 Grafik Volume Pendapatan Bersih selama tahun 2014.

1.1 Grafik Volume Pendapatan Bersih selama tahun 2014



Sumber : Penulis

Pada tabel dan grafik di atas di lihat dari setiap bulannya De'Waas Cafe & Resto ini mengalami naik turun dari segi penjualan, maka dari itu De'Waas Cafe & Resto ini perlu mengembangkan strategi usahannya. Begitu pula dengan keinginan De'Waas Cafe & Resto yaitu ingin mengembangkan usaha penjualannya dan menambah fasilitas untuk meningkatkan Volume Penjualan. De'Waas Cafe & Resto ini harus mempunyai strategi yang cocok agar mampu bersaing dengan para pesaing khususnya yang berada di sekitar De'Waas Cafe & Resto.

Menurut David (2012:h15) definisi manajemen strategi yaitu sebagai berikut: “Sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan – keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan”.

Penelitian ini penting dilakukan agar De'Waas Cafe & Resto ini bisa mengembangkan usahanya supaya lebih baik lagi dan bisa mengetahui strategi yang cocok dan layak untuk mengembangkan usaha agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Oleh karena itu penulis akan mengangkat judul penelitian yaitu **“Analisi Strategi Pengembangan Usaha pada De'Waas Cafe & Resto untuk meningkatkan Volume Penjualan”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Ina Desriyani , 2015

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA DE'WAAS CAFE & RESTO UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

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

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Faktor internal apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari De'Waas Cafe & Resto ?
2. Faktor eksternal apa yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha pada De'Waas Cafe & Resto ?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha pada De'Waas Cafe & Resto dalam meningkatkan volume penjualan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis faktor – faktor internal yang akan menjadi peluang dan ancaman bagi perkembangan usaha De'Waas Cafe & Resto.
2. Menganalisis faktor – faktor eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi usaha De'Waas Cafe & Resto dalam mencapai tujuan.
3. Mengidentifikasi strategi pengembangan usaha pada De'Waas Cafe & Resto berdasarkan Analisis SWOT dan Analisis Ansoff Matrix dalam meningkatkan volume penjualan.

1.4 Kegunaan penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu manajemen, khususnya manajemen strategi tentang strategi pengembangan usaha berdasarkan analisis SWOT dan Analisis Ansoff Matrix untuk meningkatkan volume penjualan.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian dapat memberikan masukan untuk De'Waas Cafe & Resto untuk memilih strategi usahanya berdasarkan analisis SWOT dan Analisis Ansoff Matrix.

