

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata atau *tourism* secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan. Sedangkan menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Bab I Pasal 1 menjelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ataupun sekelompok orang dengan tujuan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan 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 2012. Salah satu pendukung industri pariwisata adalah industri makanan dan minuman. Pada tahun 2009 sampai dengan 2013 tercatat pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami kenaikannya setiap tahunnya.

Tabel 1.1 Persentase Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Skala besar dan kecil di Indonesia Tahun 2009- 2013

Tahun	Pertumbuhan (%)
2009	5,20%
2010	6,63%
2011	7,33%
2012	8,09%
2013)*	5,18%

Sumber :Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung tahun 2013

Keterangan :)* sampai dengan kuartal II tahun 2013

Kaisar Fauziansyah Suparman, 2013

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Pendekatan Analisis Swot Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan)

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

Berdasarkan tabel 1.1 pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 di kuartal II 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.

Salah satu bagian dari industri makanan dan minuman adalah industri jasa boga. Dimana di dalamnya 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 bertempat 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 bermunculan restoran yang ada di Indonesia khususnya Kota Bandung. Menurut Dinas Pariwisata Kota Bandung di tahun 2012 tercatat sekitar 591 restoran dan 12 bar yang tersebar di Kota Bandung.

Table 1.2 Jumlah Restoran dan Bar di Kota Bandung dari tahun 2009-2012

Tahun	Jumlah	
	Restoran	Bar
2009	458	8
2010	561	10
2011	572	14
2012	591	12

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi tahun 2012

Hal ini membuktikan bahwa tingkat persaingan restoran di Kota Bandung cukup ketat. Oleh karena itu masing-masing restoran harus memiliki strategi pengembangan usaha, agar usahanya tersebut dapat terus dapat berkembang dan tidak merugi dalam kegiatan operasionalnya. Salah satu restoran yang berada di Kota Bandung adalah kedai iga bakar Mang Opan dimana salah satu strategi agar pelanggan tertarik dengan produk yang mereka tawarkan adalah dengan cara melakukan jasa *delivery service* dengan *free* (gratis) ongkos kirim produk mereka kepada tiap pelanggan yang berada di lingkungan tempat kedai berada, dimana adanya strategi *free delivery service* ini usaha mengalami perkembangan yang cukup pesat. Itu dapat diketahui dari jumlah pelanggan yang menggunakan jasa *delivery service* pada iga bakar Mang Opan. Berikut ini merupakan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa *delivery service* dari Iga Bakar Mang Opan serta pendapatan sejak tahun 2008.

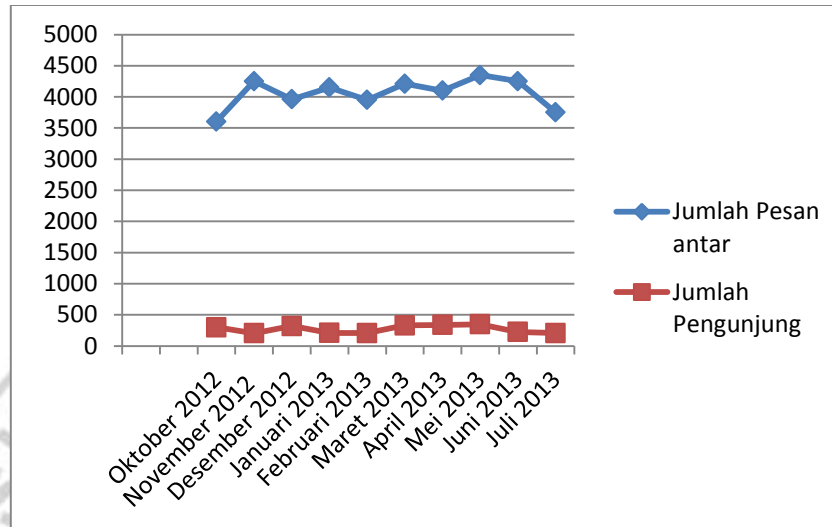
1.2 Data Jumlah Pesan Antar dan Pengunjung di Kedai iga bakar Mang Opan Periode Oktober 2012-Juli 2013

No.	Bulan	Jumlah Pesan antar	Kenaikan/ Penurunan %	Jumlah Pengunjung
1.	Oktober 2012	3.605	0	301
2.	November 2012	4.250	0,18	205
3.	Desember 2012	3.960	-0,07	320
4.	Januari 2013	4.150	0,05	210
5.	Februari 2013	3.950	-0,05	208
6.	Maret 2013	4.210	0,07	330
7.	April 2013	4.100	-0,03	340
8.	Mei 2013	4.350	0,06	350
9.	Juni 2013	4.250	-0,02	225
10.	Juli 2013	3.750	-0,12	209
	Jumlah Total	4.0575		2.698

Kaisar Fauziansyah Suparman, 2013

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Pendekatan Analisis Swot Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan)

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



Sumber: data diolah oleh penulis pada tahun 2013

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan jasa *delivery service* dan pengunjung di Iga bakar Mang Opan mengalami fluktuasi setiap bulannya. Fluktuasi ini salah satunya di dipengaruhi oleh semakin tingginya persaingan yang terjadi pada usaha restoran, selain itu penurunan jumlah konsumen yang menggunakan *delivery service* disebabkan adanya bulan puasa, libur sekolah dan kuliah sehingga jumlah konsumen menurun

Kedai iga bakar Mang Opan dalam perkembangan usahanya mengalami kendala dari sumber permodalan dan sumber daya manusia yang masih kurang dalam menghadapi permintaan dari konsumen. Selain itu kedai iga bakar Mang Opan harus menghadapi *competitor* atau pesaing yang memiliki produk yang sama. Berikut ini daftar restoran pesaing dari iga bakar Mang Opan.

Kaisar Fauziansyah Suparman, 2013

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Pendekatan Analisis Swot Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan)

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

Tabel 1.5 Restoran Pesaing Iga bakar Mang Opan

No.	Nama restoran	Lokasi
1.	Iga bakar si Jangkung	Jl.Cipaganti
2.	Iga bakar Mas giri	Jl.RE.Martadinata (Riau)
3.	Iga bakar jogja	Jl.Wastukencana
4.	Dapur iga	Jl.Ir.H.Juanda (dago)
5.	Iga Bakar Mang Opan	Jl. Adhyaksa
6.	Iga bakar Buncit	Jl.RE.Martadinata (Riau)
7.	Warung tekko	Jl.Dr.Setia budhi
8.	Warung leko	Jl.Ir.H.Juanda (dago)
9.	Kedai nyonya rumah	Jl.Trunojoyo
10.	Rumah Iga Cendana	Jl.Cendana
11.	Dapur penyet	Jl.Gandapura
12.	Warung iga bakar shinta	Jl.Solontongan
13.	Kedai iga mama	Jl.Solontongan

Sumber: data diolah dari hasil survey pada juli 2013

Dari tabel 1.4 diketahui bahwa terdapat sekitar 12 restoran yang berpotensi menjadi ancaman bagi pihak perusahaan dalam mengembangkan usahanya di bidang kuliner khususnya dalam bisnis Iga Bakar. Untuk menghadapi para pesaing atau *competitor* perlu adanya strategi yang tepat diperlukan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman agar kedai iga bakar Mang Opan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi. Menurut David (2009) perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternatif dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diketahui pemilik ingin mengembangkan usahanya tetapi mengalami kendala sumber daya manusia, modal dan jumlah pendapatan yang mengalami fluktuatif, maka penulis menganggap perlu untuk melakukan penelitian mengenai: **“ANALISIS STRATEGI**

Kaisar Fauziansyah Suparman, 2013

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Pendekatan Analisis Swot Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan)

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

PENGEMBANGAN USAHA PADA KEDAI IGA BAKAR MANG OPAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN “. Metode pendekatan analisis SWOT untuk memperoleh prioritas masalah dan solusi sebagai dasar dalam pengembangan usaha.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari kedai iga bakar Mang Opan?
2. Faktor- faktor eksternal apa saja yang dapat menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha pada kedai iga bakar Mang Opan?
3. Bagaimana analisis SWOT pada kedai iga bakar Mang Opan?
4. Bagaimana strategi pengembangan usaha pada kedai iga bakar Mang Opan berdasarkan analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui faktor-faktor internal yang akan menjadi peluang dan ancaman bagi perkembangan usaha kedai Iga bakar Mang Opan.
2. Mengetahui faktor-faktor eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi usaha kedai iga bakar Mang Opan dalam mencapai tujuan.
3. Menganalisis usaha pada kedai iga bakar Mang Opan berdasarkan analisis SWOT.
4. Mengetahui strategi pengembangan usaha pada kedai berdasarkan analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualannya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

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

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk kedai iga bakar Mang Opan untuk memilih strategi usahanya restoran berdasarkan analisis SWOT.