

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Berbicara tentang industri pariwisata, Jawa Barat merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki kekayaan alam, sehingga banyak tempat industri pariwisata yang indah untuk dikunjungi oleh wisatawan. Selain itu Jawa Barat memiliki potensi yang sangat besar dalam pemanfaatan alam tersebut, untuk menambah perekonomian masyarakat setempat, mengingat Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang sangat padat penduduknya. Salah satu ciri khas dari Jawa Barat yaitu banyaknya gunung dan lembah yang memberikan pemandangan alam secara alami. Struktur ekonomi di Jawa Barat di dominasi oleh industri pengolahan, perdagangan dan pertanian. Keunggulan yang dimiliki oleh Jawa Barat yaitu perkebunan dan jasa, hasil dari perkebunan diantaranya kakao, karet, tebu, kopi dan masih banyak lagi, sedangkan keunggulan jasa merupakan wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke kota-kota di Jawa Barat sangat banyak, dan salah satu kota yang sering dikunjungi oleh wisatawan yaitu Kota Bandung.

Kota Bandung merupakan kota metropolitan di Jawa Barat sekaligus sebagai Ibu Kota Jawa Barat yang sering dikunjungi oleh wisatawan sebagai objek untuk berwisata. Kota ini pada zaman dahulu dikenal sebagai Paris Van Java (bahasa Belanda) atau "Paris dari Jawa" karena terletak di dataran tinggi, sehingga udara di Kota Bandung menjadi sejuk. Inilah salah satu alasan wisatawan menjadikan Bandung sebagai tujuan wisata. Mengingat hal itu maka pemerintah menambah dan meningkatkan kualitas alat transportasi seperti pesawat, kereta api, bus, taxi dan alat transportasi lainnya yang dapat menunjang kegiatan wisata, sehingga orang-orang yang ingin berwisata tidak merasa kesulitan dalam mendapatkan alat transportasi untuk datang ke objek wisata yang diinginkan khususnya Kota Bandung. Pengertian pariwisata menurut Undang-Undang No.10 tahun 2009 Pasal 1 ayat 3 menyebutkan bahwa "Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah". Dari

pengertian tersebut sangat jelas bahwa pemerintah sangat mendukung terhadap perkembangan industri pariwisata, khususnya yang berada di Kota Bandung. Dukungan yang diberikan oleh pemerintah sangat berpengaruh terhadap wisatawan yang datang, sehingga semua instansi dapat bekerjasama untuk mengembangkan industri pariwisata yang berada di Kota Bandung.

Objek wisata yang terdapat di Kota Bandung diantaranya Gedung sate yang merupakan ikon Kota Bandung, Tangkuban Perahu, Kawah Putih, Situ Patenggang, Ciater, Air Terjun Maribaya yang termasuk dalam kategori wisata alam. Sedangkan untuk wisata belanja yang ada di Kota Bandung diatanya Cihampelas Walk (Ciwalk), Pasar Baru, Pasar Gede Bage, Rumah Mode, Paris Van Java Mall dan sebagainya. Kampung seniman yang berada di daerah Jelekong merupakan gambaran dari wisata budaya yang masih dipertahankan sampai sekarang karena wisata budaya merupakan warisan yang harus dilestarikan, Saung Udjo yang menampilkan budaya sunda dan sebagainya. Banyaknya museum di Kota Bandung merupakan salah satu wisata yang termasuk kepada wisata pendidikan.

Selain dari objek wisata yang tersebar, Kota Bandung juga memiliki potensi bisnis yang sangat besar di bidang kuliner. Berbagai macam makanan yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis kepada wisatawan yang datang ke Kota Bandung, mulai dari makanan tradisional sampai makanan internasional. Semua itu dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan yang datang, sehingga wisatawan merasa tertarik dan berkeinginan untuk kembali berwisata ke Kota Bandung. Hal ini merupakan peluang yang sangat besar bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnis serta meningkatkan pertumbuhan perekonomian. Menurut Husein (2008,hal.4) mengatakan bahwa

Bisnis adalah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung didalam bidang perniagaan (Produsen, pedagang, konsumen dan industri dimana perusahaan berada) dalam rangka memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka

Berdasarkan pengertian bisnis diatas disebutkan bahwa bisnis merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh orang-orang yang berkecimpung di bidang perniagaan baik itu perniagaan yang dilakukan oleh produsen, pedagang,

konsumen maupun oleh perusahaan atau industri dimana perusahaan atau industri itu berada. Besarnya peluang untuk berbisnis di Kota Bandung, maka secara tidak langsung terjadi persaingan yang tinggi diantara pelaku bisnis lainnya.

Jumlah para pelaku bisnis yang berada di Kota Bandung dari tahun ke tahun semakin meningkat, hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis memberikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Persaingan di antara pelaku bisnis pun tidak dapat dihindari. Persaingan yang terjadi diantara pelaku bisnis membuat para pelaku bisnis berpikir bagaimana caranya agar bisa bersaing dengan para pelaku bisnis lainnya. Salah satu usaha atau bisnis yang sering di perbincangkan akhir-akhir ini yaitu usaha jasa boga yang didalamnya terdapat catering. Pada saat ini bisnis catering merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan karena pada saat ini catering sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk menunjang kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang ataupun perusahaan.

Menurut Menteri Kesehatan RI Nomor 715/Menkes/SK/V/2003 disebutkan bahwa “Jasa boga atau *catering* adalah perusahaan atau perorangan yang melakukan kegiatan pengelolaan makanan yang disajikan diluar tempat usaha atas dasar pesanan. Sedangkan menurut sumber Departemen Perindustrian dan Perdagangan menyebutkan bahwa “Usaha jasa boga adalah usaha yang meliputi usaha penjualan makanan jadi (siap konsumsi) yang terselenggara melalui pesanan-pesanan untuk perayaan, pesta, seminar, rapat, paket perjalanan haji, angkutan umum, dan sejenisnya”. Dengan demikian di zaman sekarang catering merupakan salah satu usaha yang sangat menjanjikan, karena usaha jasa boga yang banyak dibutuhkan sebagai penunjang dalam sebuah acara. Banyaknya catering yang berada di kota bandung merupakan salah satu bukti bahwa bisnis catering banyak memberikan keuntungan.

Beberapa catering yang terdapat di Kota Bandung diantaranya yaitu *Destiny Catering*, *Pradha Catering*, *Santika catering*, *Bayam Sebelas Catering*, *Sarahfie Catering* dan *Bakul Ma’Ecot Catering*, *Resep Bunda Catering*, *Kencana Careting* dan sebagainya. Catering-catering tersebut memiliki segmen yang berbeda-beda, mulai dari catering yang melayani jasa untuk *wedding services*,

khitanan, ulang tahun maupun pesanan *box* untuk para pegawai suatu perusahaan, snack untuk anak sekolah sampai pada katering yang menawarkan makanan untuk orang yang membutuhkan makanan khusus bagi orang yang mempunyai penyakit tertentu (*diet*).

Salah satu katering yang berada di kota Bandung yaitu PT. Griya Nutrisi yang merupakan perusahaan *catering* penyedia dan melayani produk makanan sehat dan *snack* yang diolah dengan memperhatikan kandungan gizi yang tepat terutama bagi klien yang mempunyai keluhan penyakit. Sebagai “*One Stop Solution Company*”, PT. Griya Nutrisi Bandung merupakan pelopor dalam memproduksi dan memberikan pelayanan diet bagi masyarakat yang berorientasi pada kebutuhan gizi dan kualitas makanan, dan setiap klien dilayani secara profesional dan personal untuk konsultasi.

Pangsa pasar dari PT. Griya Nutrisi Bandung yaitu pasien atau konsumen yang memiliki penyakit tertentu dan disarankan untuk mengonsumsi makanan khusus (*diet*). Namun seiring dengan berjalannya waktu, pangsa pasar PT. Griya Nutrisi Bandung memiliki pangsa pasar yang luas seperti pemenuhan makanan untuk karyawan suatu perusahaan sehingga dapat meningkatkan penjualan. Adapun yang menjadi pesaing bagi PT. Griya Nutrisi Bandung yaitu Kencana Katering dan Resep Bunda Katering yang menyediakan jasa pelayanan untuk memenuhi kebutuhan makanan khusus (*diet*) serta katering-katering yang mengembangkan produknya

**Tabel 1.1**  
**Data Pendapatan Periode April 2014 – Maret 2015 di PT. Griya Nutrisi Bandung**

<b>Bulan dan Tahun</b>	<b>Paviliun II (Rp) dalam jutaan</b>	<b>Catering Diet (Rp) dalam jutaan</b>
<b>April 2014</b>	197	33
<b>Mei 2014</b>	187	33
<b>Juni 2014</b>	202	31
<b>Juli 2014</b>	200	29

<b>Agustus 2014</b>	210	32
<b>September 2014</b>	212	32
<b>Oktober 2014</b>	234	34
<b>November 2014</b>	240	36
<b>Desember 2014</b>	231	38
<b>Januari 2015</b>	236	37
<b>Februari 2015</b>	255	39
<b>Maret 2015</b>	285	40

Sumber: Peneliti, 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pendapatan yang terjadi di PT. Griya Nutrisi Bandung terjadi kenaikan dan penurunan. Pada bulan April sampai bulan Agustus terjadi fluktuasi, yaitu pada bulan April pendapatan yang diperoleh Rp.197.000.000 sedangkan pada bulan Mei terjadi penurunan menjadi Rp.187.000.000. terjadi kenaikan kembali pada bulan Juni sebesar Rp.202.000.000 dan kembali terjadi penurunan menjadi Rp.200.000, setelah itu penjualan naik secara terus menerus, hanya terjadi penurunan di bulan November, dan puncaknya terjadi pada bulan Maret 2015 pendapatan yang diperoleh sebesar Rp.285.000.000 dikarenakan pada bulan ini terjadi pancaroba atau perarilahan musim sehingga banyak orang yang sakit.

Penjualan pada *Catering Diet* terjadi penurunan dan kenaikan yang tidak terlalu jauh sehingga pendapatan yang diperoleh tidak jauh berbeda dengan tahun sebelumnya. Namun pada tahun sebelumnya pendapatan yang diperoleh dari *catering diet* ini mencapai Rp.100.800.000, sedangkan tahun ini pendapatan yang diperoleh dari *catering diet* hanya Rp.40.000.000. Menurut salah satu Manajer Operasional mengatakan bahwa “untuk target *catering diet* minimal Rp.55.200.000”. berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa pendapatan tidak sesuai dengan target yang diharapkan oleh PT. Griya Nutrisi Bandung

Berdasarkan pemaparan masalah di atas dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan dan penurunan pendapatan di PT.Griya Nutrisi Bandung, dan target penjualan yang belum tercapai. Hal ini mengindikasikan bahwa PT.Griya Nutrisi

Sri Wahyuni, 2015

Bandung belum berkembang dengan baik. Jika dibiarkan secara terus menerus, maka berdampak pada perkembangan bisnis, oleh karena itu dibutuhkan strategi pengembangan bisnis agar PT.Griya Nutrisi Bandung dapat meningkatkan pendapatan dan tercapainya target penjualan. Strategi yang dilakukan bertujuan agar PT.Griya Nutrisi Bandung mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama dan bersaing dengan katering lainnya. Adapun cara yang dilakukan untuk mengatasi persaingan tersebut, maka PT.Griya Nutrisi Bandung harus membuat strategi bagaimana cara mengembangkan usaha ataupun bisnis mereka agar dapat bertahan dan berkembang sesuai dengan harapan.

Menurut Hunger dan Wheelen (2003:hal.4) menyatakan bahwa “Manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang”. Apabila suatu manajemen dapat mengambil keputusan dan tindakan yang benar maka usaha ataupun bisnis yang sedang mereka jalankan akan dapat berkembang dan bersaing dengan usaha atau bisnis lainnya. Perumusan strategi dapat dilakukan melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat*). Analisis SWOT dapat diketahui melalui analisis faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan analisis faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman perusahaan. Berdasarkan pemaparan masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Strategi Pengembangan Bisnis di PT. Griya Nutrisi Bandung** “.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana keadaan faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi PT.Griya Nutrisi Bandung
2. Bagaimana keadaan faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi PT.Griya Nutrisi Bandung
3. Bagaimana strategi pengembangan bisnis bagi PT.Griya Nutrisi Bandung berdasarkan analisis SWOT

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan diadakannya penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis keadaan faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi PT.Griya Nutrisi Bandung
2. Untuk menganalisis keadaan faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi PT.Griya Nutrisi Bandung
3. Untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis apa yang tepat bagi PT.Griya Nutrisi Bandung berdasarkan analisis SWOT

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Selain tujuan, penelitian yang dilakukan di PT. Griya Nutrisi mempunyai kegunaan yaitu :

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan inspirasi kepada akademis dalam mengembangkan ilmu manajemen khususnya manajemen strategi untuk mengembangkan suatu usaha atau bisnis agar usaha yang dijalankan bisa bertahan lama.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini sebagai bahan masukan kepada PT. Griya Nutrisi strategi apa yang tepat untuk mengembangkan bisnisnya berdasarkan analisis SWOT sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.