

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam daya tarik wisata adalah Provinsi Jawa Barat. Jawa Barat memiliki peluang besar untuk mengembangkan dan memajukan sektor pariwisata karena memiliki potensi wisata alam dan budaya yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Mengelola dan mengembangkan potensi wisata alam serta melakukan pemasaran yang baik adalah salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi di bidang pariwisata. Di Provinsi Jawa Barat ada salah satu kabupaten yang cukup diketahui orang-orang dengan sebutan Lumbung Padi yaitu Kabupaten Karawang.

Karawang sebagai salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang merupakan salah satu kota yang disebut Lumbung Padi, Kawasan Industri, kawasan bersejarah dan juga kesenian yang masih melekat yang bisa menunjang sebagai tujuan pariwisata di Jawa Barat itu sendiri, dengan begitu sekarang kabupaten sudah menyediakan tempat untuk menunjang pariwisata seperti restoran, rumah makan, *cafe*, hotel dan banyaknya juga mall yang berada di Kabupaten Karawang. Hal ini merupakan prospek yang harus direspon dengan baik dikarenakan bisnis ini memiliki prospek yang cukup baik jika diiringi dengan kreasi dan inovasi dari para pengusahanya. Dengan banyaknya jumlah hotel, restoran, rumah makan, mall serta *cafe* di Kabupaten Karawang khususnya diharapkan dapat menjadi pemicu pergerakan kepariwisataan di Kabupaten Karawang. Jumlah wisatawan ini meliputi wisatawan nusantara. Perkembangan jumlah wisatawan ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Kabupaten Karawang Tahun
2011-2014

Tahun	Jumlah
2011	323.402 orang
2012	419.628 orang
2013	459.826 orang
2014	476.952 orang
Total	1.679.808 orang

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Karawang 2015

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa jumlah wisatawan nusantara yang datang ke Kabupaten Karawang sebanyak 1.679.808 orang selama kurun waktu 2011-2014. Hal ini perlu ditunjang oleh fasilitas yang memadai karena para wisatawan sangat membutuhkan kenyamanan dalam melakukan kegiatan wisatanya. Di sini peran serta para *stakeholder* sangat dibutuhkan mengingat besarnya jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Karawang tersebut.

Sarana pendukung pariwisata itu sendiri tidak dapat dipisahkan dari bisnis *Food and Beverage* atau yang dikenal dengan bisnis restoran. Restoran merupakan salah satu pendorong pariwisata untuk berkembang, seperti yang telah diketahui bahwa Kabupaten Karawang selain dikenal sebagai Kota Pertanian dan Kota Industri juga cukup dikenal sebagai Kota Wisata Kuliner. Bisnis *Food and Beverage* memang tidak dapat dipisahkan dengan pariwisata karena selain sebagai daya tarik wisata, bisnis *Food and Beverage* juga dapat memberikan keuntungan yang sangat besar bagi para pelaku bisnis tersebut.

Kabupaten Karawang merupakan tempat yang banyak menyajikan berbagai macam makanan dan minuman di mulai dari makanan dan minuman tradisional hingga modern. Kabupaten Karawang juga merupakan salah satu daerah yang sangat berpotensi besar dalam pengembangan industri restoran. Data restoran di Kabupaten Karawang dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Restoran Di Kabupaten Karawang Tahun 2011-2014

No.	Klasifikasi	Tahun			
		2011	2012	2013	2014
1.	Restoran	25	35	36	46
2	Rumah Makan	35	42	47	53
3	Cafe	20	23	28	34
4	Fast Food	12	14	14	16

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karawang

Dari data pada Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah restoran, rumah makan, *café*, *fast food* di Kabupaten Karawang dari tahun ke tahun semakin meningkat. Dengan semakin banyaknya penyedia *outlet* tempat makan yang mendukung terjadinya kegiatan pariwisata maka akan semakin banyak rupiah yang dihasilkan kedua jas atersebut yang disetorkan ke Pemerintah Daerah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah sebuah kegiatan pembentukan ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan suatu daerah.

Semakin maraknya wisata kuliner yang akhir-akhir ini memiliki ciri khas masing-masing dari Kabupaten Karawang, memberikan dampak yang berarti pula bagi industri makanan yang berskala kecil maupun yang berskala besar. Bisa dilihat pada tabel 1.2 bahwa jumlah restoran, rumah makan, *café*, dan fast food mulai tahun 2011 mengalami kenaikan, dan dalam tiga tahun selanjutnya mengalami peningkatan secara signifikan.

Di lihat dari tabel 1.2 diharapkan industri kuliner di Kabupaten Karawang tidak hanya dapat unggul dalam kuantitas jumlah restoran yang terus bertambah. Namun pertumbuhan tersebut dapat sejalan dengan diresmikannya wisata kuliner sebagai bagian dari industri pariwisata oleh Erik Wolf pada tahun 2013. Maka pada masa mendatang diharapkan industri kuliner dapat semakin baik, terarah dan juga dapat memiliki identitas untuk menjadi aspek daya tarik wisata. Sehingga dapat menarik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara untuk

berkunjung dan menikmati sajian kuliner lokal sebagai bagian dari kegiatan wisata.

Dibawah ini salah satu restoran yang cukup dikenal di Kabupaten Karawang dengan jenis *Speciality Restaurant* yang berarti mempunyai karakteristik sendiri dari mulai suasana, interior, eksterior sampai makanan dan pegawai dan juga termasuk dalam jenis *Family Restaurant* yang berarti untuk keluarga. Pada Tabel 1.3 berikut ini:

Tabel 1.3
Daftar Restoran Sunda di Kabupaten Karawang

No	Nama Perusahaan	Alamat
1.	Restoran Alam Sari Interchange	• Kecamatan Telukjambe Timur
2.	Restoran Saung Beureum	• Kecamatan Rengasdengklok
3.	Restoran Pemancingan Ajo	• Kecamatan Telukjambe Timur
4.	Restoran Sindang Reret	• Kecamatan Telukjambe Timur
5.	Restoran Lebaksari Indah	• Kecamatan Telukjambe Timur

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karawang

Berdasarkan data pada Tabel 1.3 terlihat lima restoran yang paling banyak dikenal orang di Karawang adalah jenis restoran yang memiliki suatu yang khas yaitu restoran bertemakan khas sunda dan interiornya khas sunda termasuk menu makanannya. Dari kelima restoran diatas peneliti lebih tertarik di Restoran Saung Beureum dan peneliti ingin mengembangkan potensi atraksi wisata yang terdapat di Restoran Saung Beureum. Restoran Saung Beureum merupakan salah satu diantara sejumlah restoran yang ada di Kabupaten Karawang yang mengusung masakan sunda sebagai sajiannya yang termasuk dalam *Speciality Restaurant* dan *Family Restaurant*. Namun Restoran Saung Beureum memiliki diferensiasi yang dilakukan oleh pemiliknya membuat Restoran Saung Beureum menjadi restoran sunda yang memiliki identitas tersendiri. Sedikit arti mengapa dibuat dengan nama Saung Beureum yaitu “Saung” mengandung arti tempat berteduh seperti disawah atau dikebun sedangkan “Beureum” melambangkan keberanian. Dengan demikian, Saung Beureum diharapkan dapat menjadi tempat dimana para seniman berani mengajak, mengajarkan dan mencintai kesenian dan kuliner khas sunda.

Clara Mersiana Elfauzan, 2015

STRATEGI PENGEMBANGAN RESTORAN SAUNG BEUREUM MELALUI ATRAKSI WISATA BUDAYA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

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

Di samping penyajian menu masakan khas masyarakat sunda, di Restoran Saung Bereum terdapat penjualan souvenir seperti iket kepala khas sunda dan baju khas orang sunda, juga yang menarik di sini ialah pegawai di Restoran Saung Beureum memberikan atraksi wisata yang berupa kesenian asli sunda kepada pengunjung seperti terlihat pada Tabel 1.4 sebagai berikut :

Tabel 1.4
Atraksi Wisata Di Restoran Saung Beureum

No	Nama Kesenian
1.	Kecapi Suling
2.	Angklung
3.	Ngabungbang
4.	Padepokan Seni Saung Beureum

Sumber : Restoran Saung Beureum, 2015

Dengan menampilkan atraksi wisata yang berupa kesenian asli sunda para pengunjung dapat merasakan atau mengingatkan kembali kesenian-kesenian khas Jawa Barat yang memang selalu di ajarkan oleh seniman seniman di Karawang dan juga disini bisa ikut mengembangkan kesenian sunda seperti ikut serta dalam kesenian itu sendiri tanpa dipungut biaya apapun. Diharapkan dengan adanya atraksi wisata dapat memberikan nilai tambah dan mampu menarik minat pengunjung untuk datang ke Restoran Saung Beureum sehingga dapat meningkatkan penjualan dan *revenue* yang diharapkan dan sebagai pembeda dari restoran-restoran sunda lainnya

Namun potensi tersebut tidak sejalan dengan apa yang diharapkan karena pengunjung Restoran Saung Beureum mengalami naik turun sehingga berdampak terhadap penjualan yang mengakibatkan jumlah *revenue* yang mengalami penurunan setiap tahunnya. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.4 sebagai berikut :

Tabel 1.4
Data Jumlah Kunjungan ke Restoran Saung Beureum Tahun
2011 - 2014

Tahun	Data Kunjungan	Persentase (%)	Revenue
2011	5381	-	-
2012	6869	22.66	908.397.000
2013	6289	9.2	890.978.000
2014	6870	8.46	759.962.000

Sumber : Data yang sudah diolah oleh Restoran Saung Beureum

Berdasarkan Tabel 1.4 terlihat bahwa data kunjungan di Restoran Saung Beureum mengalami naik turun dari tahun 2011 hingga 2014 dan dilihat dari persentasenya terjadi penurunan yang sangat signifikan dari 22,66% pada tahun 2012 menjadi 9,2% pada tahun 2013 dan kembali menurun menjadi 8,46% pada tahun 2014. Penurunan persentase pengunjung tersebut berdampak pada *revenue* yang ikut menurun dari Rp. 908.397.000 pada tahun 2012 menjadi Rp. 890.978.000 pada tahun 2013 dan Rp. 759.962.000 pada tahun 2014. Penurunan tersebut disebabkan karena banyaknya restoran yang muncul di Kabupaten Karawang dan juga pengunjung yang datang ke Restoran Saung Beureum tidak semua makan tetapi hanya melihat pentas seni saja sehingga menyebabkan *revenue* yang menurun. Dampak dari fenomena tersebut Restoran Saung Beureum mengalami depresiasi pada minat wisatawan yang berkunjung. Jika hal tersebut terjadi secara terus menerus akan menyebabkan *revenue* yang terus menurun dan berujung pada kerugian pada Restoran Saung Beureum.

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, untuk dapat mengembangkan Restoran Saung Bereum melalui atraksi wisata budaya agar meningkatkan penjualan di Kabupaten Karawang, maka perlu penelitian dengan cara strategi pengembangan, yang menggunakan analisis SWOT yaitu faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan faktor eksternal merupakan peluang dan ancaman perusahaan, maka peneliti tertarik untuk menganalisis dan melakukan penelitian dengan judul

“STRATEGI PENGEMBANGAN RESTORAN SAUNG BEUREUM MELALUI ATRAKSI WISATA BUDAYA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN” (Survei pada Pengunjung di Wisata Kuliner dan Seni Budaya Restoran Saung Beureum Karawang).

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pemikiran dari latar belakang diatas, guna memperjelas dan membatasi kajian dalam membahasnya maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana posisi perusahaan berdasarkan matrik IFAS dan EFAS terhadap Restoran Saung Beureum melalui atraksi wisata budaya untuk meningkatkan penjualan.
2. Bagaimana strategi Pengembangan Bisnis di Restoran Saung Beureum melalui atraksi wisata budaya untuk meningkatkan penjualan berdasarkan analisis SWOT.

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Untuk mengetahui hasil matrik IFAS dan EFAS yang mempengaruhi pengembangan Restoran Saung Beureum melalui atraksi wisata budaya untuk meningkatkan penjualan.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis melalui atraksi wisata budaya untuk meningkatkan penjualan yang tepat bagi Restoran Saung Beureum Karawang berdasarkan analisis SWOT.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penulisan penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat kegunaan teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memperluas wawasan kajian ilmu mengenai kepariwisataan di jurusan Manajemen Industri Katering dalam mengembangkan kajian mengenai atraksi wisata budaya sebagai salah satu upaya dalam pengembangan ilmu pengetahuan sehingga menambah wawasan khususnya pada pengembangan sektor pariwisata Restoran Saung Beureum.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak manajemen Restoran Saung Beureum khususnya mengenai strategi pengembangan dalam memanfaatkan potensi yang ada di Saung Beureum sebagai bagian dari atraksi wisata budaya di Kabupaten Karawang.