

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era globalisasi yang sedang dialami Indonesia saat ini berpengaruh cukup besar terhadap pembangunan ekonomi Indonesia, Ditambah lagi dengan adanya AFC 2015 (*ASEAN Economic Community 2015*) atau di Indonesia sering kita kenal dengan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) yang resmi diberlakukan pada Desember tahun 2015. MEA bertujuan untuk memberikan keleluasaan dan kebebasan bagi Negara-negara anggota ASEAN dengan menghapuskan pungutan-pungutan ekspor impor seperti: quota, tarif dan sebagainya, Sehingga memudahkan aliran barang, jasa, tenaga kerja terampil serta aliran investasi keluar masuk di suatu Negara.

**Tabel 1.1**

Jumlah Data Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara Yang Datang Ke Kota Bandung Tahun 2012-2013

No	Keterangan	2012	2013	Satuan
1	a. Jumlah pengunjung melalui gerbang tol	32.587.386	33.731.385	Orang
	b. Jumlah pengunjung melalui Bandar, stasiun, terminal	80.501.064	83.838.364	Orang
	<b>Jumlah</b>	<b>113.088.450</b>	<b>117.570.364</b>	Orang
2	Wisatawan yang datang melalui pintu gerbang kedatangan			
	a. Wisatawan mancanegara	176.855	176.432	Orang
	b. Wisatawan nusantara	5.080.584	5.388.292	Orang
	<b>Jumlah wisatawan</b>	<b>5.257.439</b>	<b>5.564.724</b>	Orang

*Sumber: BPS Pub(Januari 2015). data diolah kembali*

Mey Rani Duwi Astuti, 2015

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TROTTOART CAFÉ**

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

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat adanya peningkatan secara spesifik pada jumlah wisatawan asing maupun domestik ke kota Bandung. Terjadinya peningkatan jumlah pengunjung yang datang ke kota Bandung sebesar 4.789.199 orang ini memunculkan cara baru dalam hal peningkatan ekonomi kota Bandung, salah satunya lewat pariwisata. Hal ini digambarkan dengan banyaknya pertumbuhan industri-industri kuliner, perhotelan, *resort*, dan tempat kunjungan wisata. Ditunjang dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10/2009 tentang kepariwisataan, yaitu:

“Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.”

Salah satu daya tarik wisata digambarkan jelas dalam wisata kulinernya, seperti usaha di bidang makanan dan minuman yang bersifat lokal sampai mengangkat daya tarik Negara lain untuk disajikan. Tidak mengherankan jika akhirnya wisata kuliner menjadi salah satu bagian dari pengembangan industri kreatif di Indonesia khususnya di daerah Bandung.

Ditinjau dari perkembangan wisata kuliner di Kota Bandung tersebut, harus adanya kreativitas yang mumpuni dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat dan kondisi sosial yang terus berubah. Hal ini menuntut setiap pemilik usaha kuliner selalu tanggap dan menyesuaikan diri dalam menghadapi persaingan. Pengusaha di bidang kuliner saling bersaing untuk menjadi yang terbaik, mereka berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar selalu mendapatkan kepercayaan konsumen dan selalu menghasilkan produk yang sesuai selera dan kebutuhan konsumen serta dengan kualitas yang terbaik.

Merujuk pada hal tersebut ibu Jen selaku salah satu pemilik café di Kota Bandung yaitu Trottoart Café menyajikan bukan hanya sekedar tempat makan dan minum kopi, tempat ini menyuguhkan suasana layaknya berada di bangunan tua dipadu dengan barang-barang bekas yang disusun dengan rapi. Namun merujuk pada

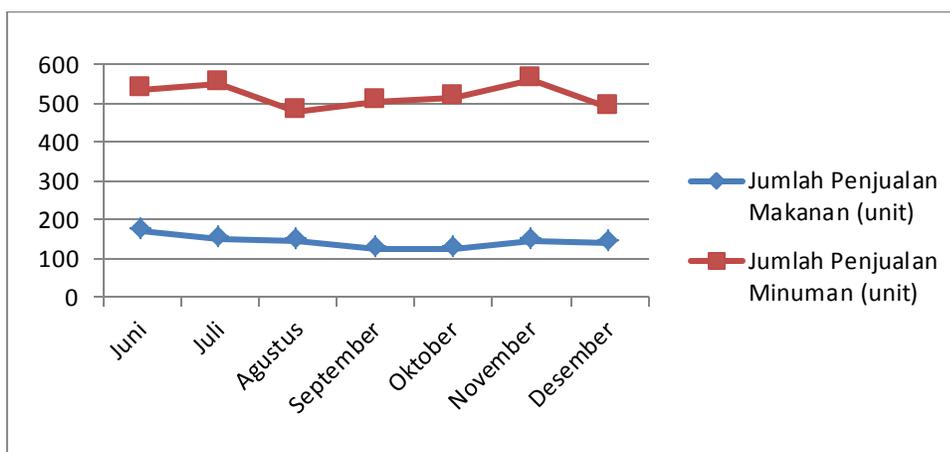
pencapaian kualitas yang terbaik tetapi tetap memacu pada kebutuhan konsumen. Berikut ini data volume penjualan dan omset penjualan makanan dan minuman di Trottoart Café periode Juni-Agustus 2014.

**Tabel 1.2**

Volume Penjualan Makanan dan Minuman Di Trottoart Café  
Periode Juni – Desember 2014

Bulan	Volume Penjualan	Volume Penjualan
	Makanan (unit)	Minuman (unit)
<b>Juni</b>	169	538
<b>Juli</b>	150	551
<b>Agustus</b>	146	480
<b>September</b>	127	503
<b>Oktober</b>	125	514
<b>November</b>	144	559
<b>Desember</b>	138	488

Sumber: pra penelitian di Trottoart Café (2014)



Sumber : Data diolah penulis, 2014

**Gambar 1.1**

Diagram Volume Penjualan Makanan dan Minuman Di Trottoart Café  
Periode Juni – Desember 2014

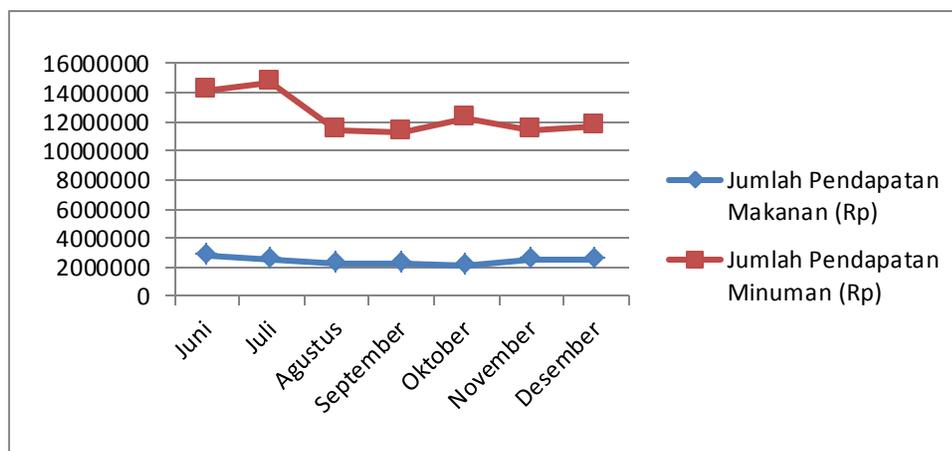
Dari data diatas dapat dilihat bahwa volume penjualan makanan mengalami penurunan secara perlahan. Ini disebabkan karena banyaknya makanan serupa dengan harga lebih murah, Tetapi hal ini tidak membuat Trottoart Café kehilangan pelanggan. Ini dibuktikan dengan penjualan minuman yang memang kurang stabil tetapi dengan kapasitas penjualan yang lebih baik dibandingkan makanannya.

**Tabel 1.4**

Omset Penjualan Makanan dan Minuman Di Trottoart Café  
Periode Juni – Desember 2014

Bulan	Omset Penjualan Makanan (Rp)	Omset Penjualan Minuman (Rp)
Juni	2.725.000	14.121.000
Juli	2.574.000	14.688.500
Agustus	2.287.000	11.385.500
September	2.177.000	11.213.500
Oktober	2.165.000	12.278.000
November	2.461.000	11.423.500
Desember	2.562.000	11.668.500

Sumber : Pra penelitian di Trottoart Café



Sumber : Pra penelitian di Trottoart Café

**Gambar 1.2**

Diagram Omset Penjualan Makanan dan Minuman Di Trottoart Café

Mey Rani Duwi Astuti, 2015

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TROTTOART CAFÉ

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

Periode Juni – Desember 2014

Dari omset penjualan minuman terlihat adanya penurunan yang signifikan dibandingkan dengan omset penjualan makanan, Dan bila dilihat dan dibandingkan dengan penjualan makanan, omset penjualan minuman lebih tinggi. Dalam hal ini bisa dikatakan bahwa minat pengunjung untuk datang lebih kepada hal lain selain makanan. Dengan demikian adanya standar lain dalam penentuan volume penjualan bukan hanya sekedar jenis makanan tersebut tetapi ada hal lain.

Dari beberapa penjelasan tersebut, guna menarik minat masyarakat datang dan mengkonsumsi produk dan jasa di Trottoart Café, penulis merencanakan menerapkan strategi bisnis yang tepat, yang didasarkan atas analisa konsumen, analisa situasi dan kondisi internal-eksternal café tersebut. Dengan menggunakan analisa ini maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengevaluasi Trottoart Café dengan judul ***“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TROTTOART CAFE”***

## **1.2 Perumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Apakah permasalahan internal dan eksternal yang dihadapi oleh Trottoart Café ?
2. Apa alternatif strategi yang akan digunakan dalam menghadapi permasalahan di Trottoart Café?
3. Strategi prioritas apa yang perlu dilakukan Trottoart Café ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis permasalahan internal dan eksternal yang dihadapi oleh Trottoart Café.
2. Menganalisis dan mengetahui alternatif strategi apa yang dapat digunakan dalam menghadapi permasalahan di Trottoart Café.

Mey Rani Duwi Astuti, 2015

***STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TROTTOART CAFÉ***

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

3. Untuk mengetahui strategi prioritas apa yang akan dilaksanakan dan diterapkan pada Trottoart Café.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis

Untuk menambah wawasan tentang strategi manajemen dan mengembangkan pengetahuan tentang manajemen bisnis dan manajemen pemasaran yang di praktekkan penggunaannya dalam strategi bisnis sehingga dapat mengetahui alternatif strategi dan strategi prioritas yang digunakan.

2. Secara Personal

Menggali potensi dalam mengembangkan kemampuan berpikir dan menganalisis dalam mengembangkan sebuah usaha, Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Manajemen Industri Katering serta untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata.