

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata menjadi salah satu bagian yang menjadi perhatian pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat. Berdasarkan Undang–Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintahan daerah. Perbaikan–perbaikan oleh pemerintah terus digenjarkan guna mengoptimalkan sektor pariwisata, antara lain: sarana, prasarana, promosi, akomodasi, dan lain-lainnya. Salah satu yang menunjang sektor pariwisata ialah akomodasi atau transportasi.

Salah satu kota pariwisata terkenal di Indonesia ialah kota Bandung. Berwisata ke kota Bandung menjadi pilihan idaman wisatawan lokal dan mancanegara. Berdasarkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, terdapat beberapa pilihan jalur masuk untuk berwisata ke kota yang mendapat julukan “*Paris Van Java*” ini, yakni : **pertama** Bandara Husein Sastranegara, **kedua** pintu masuk tol diantaranya Tol Pasteur, Tol Kopo, Tol Pasir Koja, Tol Mohammad Toha, dan Tol Buahbatu, **ketiga** Terminal Bus diantaranya Cicaheum dan Leuwi Panjang, dan **keempat** Stasiun Kereta Api yaitu stasiun kereta api kota Bandung dan stasiun kereta api Kiara Condong.

Seiring meningkatnya jumlah wisatawan yang menggunakan empat jalur tersebut masuk kota Bandung akan berpengaruh pula terhadap keadaan ekonomi masyarakat sekitar. Bidang industri kuliner salah satu bagian industri yang ditekuni baik masyarakat sekitar maupun pihak penyedia akomodasi. Fenomena ini mendorong terjadi persaingan yang ketat dengan perbaikan pelayanan yang dilakukan penyedia bidang kuliner. Dipungkiri atau tidak, bermunculan banyak tempat-tempat makan di sekitaran empat jalur tersebut.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, jumlah wisatawan yang datang melakukan wisata terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berikut adalah data mengenai jumlah kunjungan wisasatan yang datang ke Kota Bandung sejak tahun 2010 sampai tahun 2015.

Tabel 1.1

No	Keterangan	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Jumlah Kendaraan yang masuk Bandung via gerbang tol (Pasteur, Pasirkoja, Kopo, M.Toha, Buah Batu	28.686.824	30.533.812	32.587.386	33.731.385	35.002.815	32.174.348

**Rekapitulasi Data Kunjungan Wisatawan
yang Datang Ke Kota Bandung Peride Tahun 2010- 2015**

2	Jumlah Pengunjung Melalui gerbang Tol.	65.442.916	69.674.507	73.976.993	76.765.364	79.164.051	73.592.442
3	Jumlah Pengunjung melalui Bandara, Stasiun, dan Terminal	7.990.407	6.388.447	6.524.071	7.073.615	7.038.837	7.603.193
4	Jumlah	73.433.323	76.062.954	80.501.064	83.838.979	86.202.888	81.195.635
Wisatawan yang datang ke kota Bandung melalui jalur kedatangan							
5	Wisman	228.449	225.585	176.855	176.432	180.143	183.143
6	Wisnu	4.951.439	6.487.239	5.080.584	5.388.292	5.627.421	5.877.162
7	Jumlah	5.179.888	6.712.824	5.257.439	5.564.724	5.807.564	6.061.094

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2016)

Salah satu jenis tempat makan yang sering dijumpai yaitu restoran. Restoran merupakan salah satu kategori/jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya (Depkes RI, 1995). Berdasarkan pengertian Depkes tersebut maka restoran yaitu suatu usaha makanan dan minuman yang bertempat pada suatu bangunan dimana dilengkapi dengan alat-alat kelengkapan dalam menunjang proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan produk makanan dan minuman untuk masyarakat.

Sebagai penyedia jasa angkutan atau akomodasi, PT. Kereta Api Indonesia (persero) mulai tahun 2003 berinovasi tidak hanya melayani perjalanan/akomodasi tetapi memberikan pula sebuah layanan khusus makanan dan minuman bagi para konsumennya, dengan diresmikannya anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (persero) yaitu PT. Reska Multi Usaha.

PT. Reska Multi Usaha sebagai salah satu penyedia/*provider* makanan dan minuman dalam industri bidang akomodasi, berusaha memberikan layanan terbaiknya. Perbaikan di berbagai lini terus dilakukan. Salah satunya ialah perbaikan sistem pembelian produk makanan dan minuman dengan

Arief Fachrurozi, 2017

STRATEGI PENINGKATAN BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA RESTORAN KERETA API PT. RESKA MULTI USAHA AREA 2 BANDUNG DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

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

mengaplikasikan sistem yang telah diterapkan pada penyedia makanan dan minuman dalam bidang akomodasi lainnya yakni PT. Aerofood Aerowisata Catering Service.

Guna menarik konsumen restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung terus melakukan pembaharuan. Hal ini diwujudkan dengan beberapa program-program baru yang diluncurkan tahun demi tahun. Tabel 1.2 di bawah ini merupakan menu-menu yang ditawarkan kepada para penumpang kereta api yang sedang melaksanakan perjalanan.

Tabel 1.2
Tabel Daftar Nama Produk pada Restoran Kereta Api
PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung

NO	Nama Produk	Kategori	NO	Nama Produk	Kategori
1	NSM Nasi Uduk	Makanan	28	Mie Godhog	Menu Pre Order
2	NSM Nasi Goreng Oriental	Makanan	29	Lumpia Bohay	Menu Pre Order
3	NSM Nasi Ayam Penyet	Makanan	30	Nasi Gudeg Ayam Swir	Menu Pre Order
4	NSM Nasi Rames	Makanan	31	Nasi Gudeg Telor	Menu Pre Order
5	NSM Nasi Goreng Parahyangan	Makanan	32	Simple Set Chicken Terayaki	Menu Pre Order
6	NSM Nasi Goreng Baso	Makanan	33	Hoka Hemat 2	Menu Pre Order
7	Nasi Goreng Ayam Solaria	Makanan	34	Hokben Simple Set 1	Menu Pre Order
8	Nasi Ayam Mentega Solaria	Makanan	35	Hokben Simple Set 2	Menu Pre Order
9	Nasi Ayam Teriyaki Solaria	Makanan	36	Empal Gentong	Menu Pre Order
NO	Nama Produk	Kategori	NO	Nama Produk	Kategori
10	Nasi Ayam Rica Rica Solaria	Makanan	37	Tempe Mendoan	Menu Pre Order
11	Pop So	Makanan	38	Nasi Jamblang	Menu Pre Order
12	Mie Cup (Pop Mie)	Makanan	39	NSM Teh Melati	Minuman
13	Chitato	Makanan	40	NSM Kopi Hitam	Minuman
14	Lay's	Makanan	41	NSM Kopi Krimer	Minuman
15	Fruchips 40gr	Makanan	42	Santino Teh Blackcurent	Minuman
16	Gody Bag D'Cost Paket 1	Makanan	43	Santino Teh Apel	Minuman
17	Gody Bag D'Cost Paket 2	Makanan	44	Santino Teh Lemon	Minuman
18	Gody Bag D'Cost Paket 3	Makanan	45	Gemilang White Coffee	Minuman
19	Kripik Singkong Original	Makanan	46	Air Mineral Kemasan 600ml	Minuman

Arief Fachrurozi, 2017

STRATEGI PENINGKATAN BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA RESTORAN KERETA API PT. RESKA MULTI USAHA AREA 2 BANDUNG DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

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

20	Kripik Singkong Barbeque	Makanan	47	Teh Botol Sosro 450ml	Minuman
21	Kripik Tempe	Makanan	48	Fruit Tea 500ml	Minuman
22	Mix Nuts	Makanan	49	Mizone 500ml	Minuman
23	Roti Sandwich Aneka Rasa	Makanan	50	Pulpy Orange 350ml	Minuman
24	Roti Bagel	Makanan	51	You-C 1000 500ml	Minuman
25	Spagetti Bolognese	Menu Pre Order	52	Cola Cola 425ml	Minuman
26	French Fries	Menu Pre Order	53	Fanta 425ml	Minuman
27	Beef Stroganoff	Menu Pre Order	54	Sprite 425ml	Minuman

Sumber: PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung:2017

Stasiun Bandung kota dan Stasiun Kiara Condong merupakan salah satu stasiun kereta api yang tersibuk di Indonesia. Hal demikian dikarenakan kedua stasiun tersebut sebagai gerbang pintu masuk ke kota Bandung. PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung sebagai operator restoran kereta api dalam memasok makanan dan minuman untuk kereta-kereta api di bawah ini :

Tabel 1.3
Daftar Nama Kereta Api di Daop 2 Bandung

No	Nama Kereta Api	Relasi
1	Argo Parahyangan	Bandung – Gambir
2	Lodaya	Bandung – Stasiun Balapan (Solo)
3	Agro Wilis	Bandung – Gubeng (Surabaya)
4	Turangga	Bandung – Gubeng (Surabaya)
5	Malabar	Bandung – Malang
6	Harina	Bandung – Pasar Turi (Surabaya)
7	Mutiara Selatan	Bandung – Gubeng (Surabaya)
8	Pasundan	Bandung – Gubeng (Surabaya)
9	Ciremai Ekspres	Bandung – Tawang (Semarang)

Sumber: PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung:2017

Berdasarkan tabel di atas yang menerangkan daftar kereta api yang dibawah naungan Daop 2 Bandung. PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung mendapat pendapatan melalui penjualan produk makanan dan minuman restoran kereta api sebagai berikut:

Tabel 1.4
Tabel Penjualan Produk Restoran Kereta Api pada
PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung
Periode Tahun 2014-2016

Arief Fachrurozi, 2017

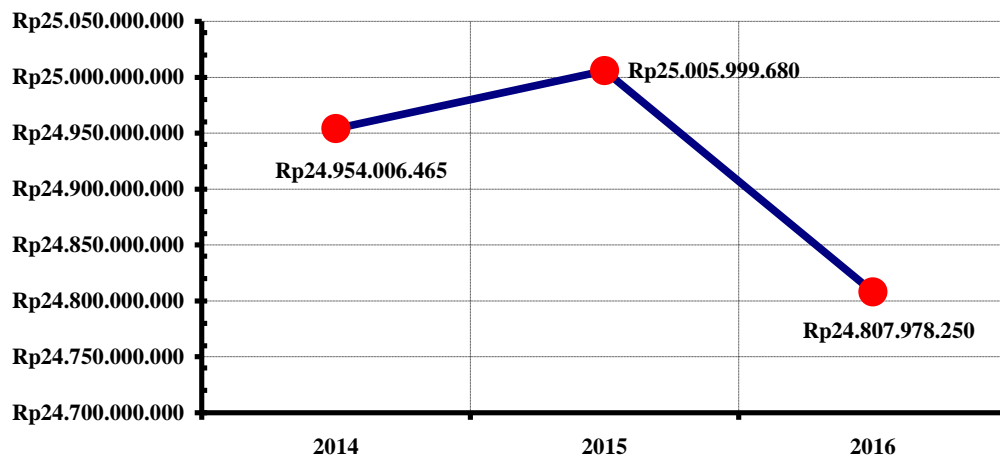
STRATEGI PENINGKATAN BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA RESTORAN KERETA API
PT. RESKA MULTI USAHA AREA 2 BANDUNG DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

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

NO	BULAN	JUMLAH PENJUALAN		
		2014	2015	2016
1	Januari	Rp 2.017.835.000	Rp 2.240.739.000	Rp 1.794.931.000
2	Februari	Rp 1.673.645.500	Rp 1.819.895.000	Rp 1.527.396.000
3	Maret	Rp 1.715.055.420	Rp 1.768.947.340	Rp 1.661.163.500
4	April	Rp 1.585.809.500	Rp 1.696.960.000	Rp 1.474.659.000
5	Mei	Rp 2.017.240.315	Rp 2.116.569.380	Rp 1.917.911.250
6	Juni	Rp 1.853.817.250	Rp 1.657.839.500	Rp 2.049.795.000
7	Juli	Rp 2.672.411.250	Rp 2.763.245.500	Rp 2.581.577.000
8	Agustus	Rp 2.100.646.500	Rp 2.087.507.000	Rp 2.013.716.000
9	September	Rp 2.281.227.125	Rp 2.126.116.250	Rp 2.436.338.000
10	Oktober	Rp 2.180.024.500	Rp 2.084.987.000	Rp 2.225.027.000
11	November	Rp 2.217.903.555	Rp 2.018.976.610	Rp 2.416.830.500
12	Desember	Rp 2.616.425.550	Rp 2.624.217.100	Rp 2.608.634.000
TOTAL		Rp 24.954.006.465	Rp 25.005.999.680	Rp 24.807.978.250

Sumber: Pengolahan data:2017

Berdasarkan data di atas, guna mempermudah memahami mengenai data penjualan gambar 1.1 di bawah menggambarkan mengenai grafik jumlah penjualan produk makanan dan minuman pada restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung setiap tahunnya selama tiga tahun berturut-turut.



Gambar 1.1
Grafik Penjualan Produk Restoran Kereta Api
PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung
Periode Tahun 2014-2016

Sumber: Pengelohan data:2017

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, menjelaskan grafik penjualan produk restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung selama tiga tahun terakhir yakni tahun 2016, tahun 2015, dan tahun 2014. Diperoleh informasi bahwa pada tahun 2014 PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung memperoleh pendapatan sebesar Rp 24.954.006.465. Sedangkan pada tahun 2015 angka penjualan produk makanan dan minuman pada restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung mengalami kenaikan penjualan yakni menjadi Rp 25.005.999.680. Berbeda dengan tahun sebelumnya yang mengalami kenaikan, pada tahun 2016 PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung mengalami penurunan yaitu menjadi Rp 24.807.978.250.

Kegiatan terpenting dalam melaksanakan peningkatan strategi bisnis ialah dengan melakukan analisis semua informasi yang berada di tengah masyarakat lalu memutuskan tindakan apa yang perlu dilakukan guna sebagai sarana solusi atas permasalahan tersebut. Adapun tahapan yang dapat akan diterapkan yakni 1. Memahami situasi serta informasi yang terdapat di lapangan, 2. Memahami masalah-masalah yang ada, 3. Menciptakan beberapa alternatif-alternatif yang

Arief Fachrurozi, 2017

STRATEGI PENINGKATAN BISNIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA RESTORAN KERETA API PT. RESKA MULTI USAHA AREA 2 BANDUNG DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

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

ada mungkin muncul, 4. Evaluasi terhadap alternatif solusi dan melakukan pilihan yang terbaik.

Selanjutnya, harus mengetahui tujuan analisis seperti ke arah mana arah perusahaan akan dikembangkan dan faktor–faktor penting apa saja yang harus diperhatikan. Dalam strategi pengembangan bisnis dapat melalui analisis SWOT (*Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Treaths* (Tantangan)) yang akan menghasilkan beberapa kemungkinan beberapa alternatif strategi pengembangan dan peningkatan untuk restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung.

Selama perkembangannya restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung menghadapi berbagai kendala dan tantangan diantaranya pandangan masyarakat terkait produk yang dijual masih kurang terjangkau oleh semua kalangan, keamanan gizi makanan dan minuman, proses penanganan produk yang tidak standar, proses pelayanan yang lama, cita rasa makanan dan minuman yang kurang menggugah selera makan, kurangnya variasi produk makanan dan minuman dan interior restoran kereta api yang kurang menarik.

Dari penjelasan–penjelasan di atas, penulis tertarik untuk membuat sebuah kajian analisis faktor–faktor internal dan eksternal PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung guna merumuskan strategi apa yang diperlukan guna meningkatkan layanan restoran kereta api dengan menggunakan sebuah analisis yakni analisis SWOT. Maka penulis memilih judul **“Strategi Peningkatan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT Pada Restoran Kereta Api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung dalam Meningkatkan Volume Penjualan .**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor eksternal yang termasuk ancaman dan peluang bagi restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung?

2. Apa saja faktor internal yang termasuk kekuatan dan kelemahan bagi restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung?
3. Bagaimana strategi yang sebaiknya diterapkan oleh perusahaan PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung yang dapat meningkatkan usaha dalam rangka meningkatkan volume penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah–masalah yang sebelumnya telah diuraikan, maka penulis bertujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis faktor–faktor eksternal yang akan menjadi ancaman dan peluang bagi restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung.
2. Menganalisis faktor–faktor internal yang akan menjadi kekuatan dan kelemahan bagi restoran kereta api PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung.
3. Menganalisis strategi yang sebaiknya dilakukan oleh manajemen PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung guna meningkatkan usaha restoran kereta api berdasarkan analisis SWOT dalam rangka meningkatkan volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah memahami permasalahan–permasalahan penelitian yang ada, penulis mengharapkan informasi–informasi yang terangkum dan tersusun dalam hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat untuk pengembangan aplikatif ilmu manajemen khususnya Manajemen Industri Katering mengenai strategi–strategi peningkatan bisnis menggunakan analisis SWOT guna meningkatkan volume penjualan.

2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan informasi membangun kepada manajemen PT. Reska Multi Usaha Area 2 Bandung sebagai pengelola restoran kereta api guna peningkatan strategi usaha.