

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Undang Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Pasal 1 Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata berpeluang menjadi andalan penghasil devisa Indonesia, untuk itu langkah pemerintah untuk menekan sektor pariwisata dinilai sebagai strategi yang tepat karena apabila sektor pariwisata berkembang maka akan memacu berkembangnya sektor industri lain seperti industri kerajinan tangan, perhotelan, kuliner serta industri lainnya yang berhubungan dengan pariwisata.

Berdasarkan pengertian tersebut maka dibutuhkan fasilitas dan pelayanan yang dapat menunjang kegiatan wisatawan seperti perhotelan, restoran, akomodasi serta fasilitas penunjang lainnya yang dapat memuaskan kebutuhan para wisatawan.

Restoran merupakan fasilitas penunjang yang menyediakan makanan dan minuman bagi para wisatawan. Baik itu makanan dan minuman lokal wilayah itu sendiri maupun makanan atau minuman dari negara lain. Salah satu fasilitas ini merupakan hal yang penting dalam sektor pariwisata karenanya fasilitas tersebut harus dikelola dan dikembangkan dengan baik.

Menurut Undang Undang Republik Indonesia No 10 pasal 1 ayat 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

United Nations of Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) menetapkan Bandung sebagai kota wisata, penetapan tersebut ditelaksanakan di Beijing, China pada 25 September 2013. (Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Tahun 2015, 2015) Bandung bersama empat kota atau daerah lainnya yakni Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Bali, ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner Indonesia

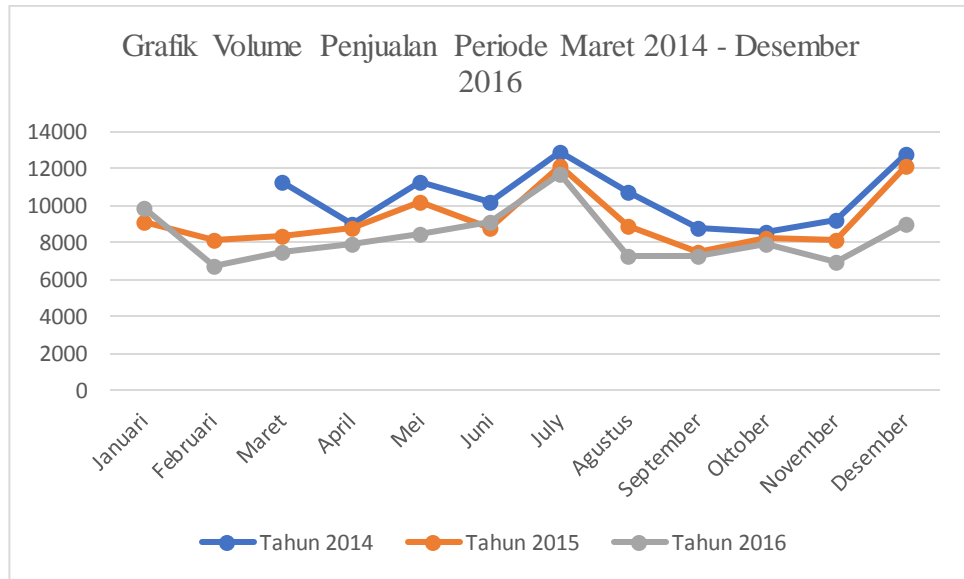
oleh Kementerian Pariwisata. (Widianto, 2015) Seperti diketahui bahwa Bandung merupakan salah satu kota kuliner yang mana hampir disetiap sudut kota terdapat berbagai macam kuliner yang diujakan mulai dari restoran, rumah makan sampai dengan *street food*.

Salah satu dari banyaknya restoran yang berada di kota Bandung adalah Suis Butcher (SB). Suis Butcher adalah sebuah restoran steak yang telah berdiri sejak tahun 1984 Suis Butcher sebagai salah satu restoran steak, namun tidak hanya menyajikan makanan dan minuman, pengunjungpun akan disuguhkan dengan suasana restoran bernuansa *vintage* dan lukisan-lukisan yang menempel di dinding restoran, upaya tersebut dilakukan pihak pengelola untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung sehingga dapat memuaskan keinginan pengunjung, namun upaya tersebut tidak sejalan dengan volume penjualan yang naik turun, berikut data volume penjualan dari Suis Butcher.

Tabel 1. 1
Volume Penjualan di Suis Butcher Cabang Setiabudi Periode Maret 2014 – Desember 2016

Bulan	Tahun 2014 (pax)	Tahun 2015 (pax)	Tahun 2016 (pax)
Januari	-	9.112	9.864
Februari	-	8.133	6.768
Maret	11.291	8.347	7.523
April	9.000	8.770	7.911
Mei	11.290	10.178	8.489
Juni	10.235	8.768	9.157
July	12.926	12.113	11.741
Agustus	10.758	8.887	7.298
September	8.788	7.463	7.259
Oktober	8.538	8.209	7.901
November	9.235	8.174	6.964
Desember	12.851	12.123	9.005
Total	104.912	93.032	83.248

Sumber: Pra-Penelitian di Suis Butcher (2017)



Gambar 1. 1 Grafik Volume Penjualan Suis Butcher Periode Maret 2014 - Desember 2016

Sumber: Pra-Penelitian di Suis Butcher (2017)

Berdasarkan tabel 1.1 dan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah volume penjualan pada tahun 2014 yaitu pada bulan oktober yaitu sebanyak 8.538 pax dan volume penjualan paling tinggi yaitu pada bulan July yaitu sebanyak 12.926 pax. Pada tahun 2015 volume penjualan palung rendah yaitu pada bulan September sebnayak 7.463 pax dan volume penjualan paling tinggi yaitu pada bualan Juli sebnayak 12.113 pax. Pada tahun 2016 volume penjualan paling rendah yaitu pada bulan Februari yaitu sebnayak 6.768 pax dan volume penjualan paling tinggi pada bulan Juli yaitu sebanyak 11.743. Apabila diperhatikan volume penjualan paling tinggi dari tahun 2014 sampai dengan 2016 berada pada bulan Juli, hal tersebut bisa disebabkan oleh tren dimana pada bulan tersebut sebagian masyarakat libur terutama anak sekolah sehingga masyarakat atau orang tua banyak yang mengadakan liburan bersama keluarga, jadi secara otomatis dapat menambah jumlah pembeli.

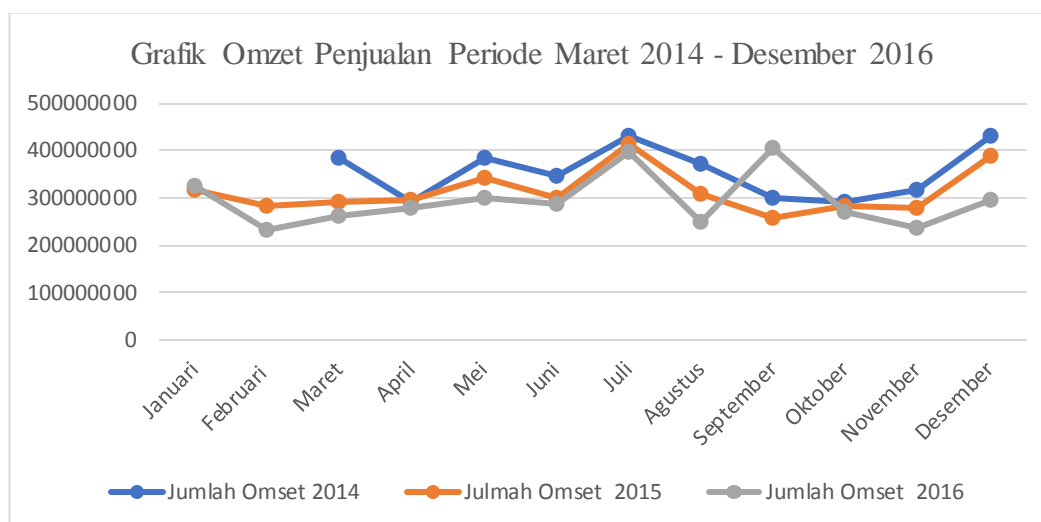
Apabila dilihat dari total volume penjualan, dari tahun 2014 sampai dengan 2016 terjadi penurunan disetiap tahunnya dari tahun 2014 sebanyak 104.912 pax, pada tahun 2015 menurun sebanyak 11.3% menjadi 93.032 pax, kemudian pada tahun 2016 terjadi penurunan sebnayak 10.5% menjadi 83.248 pax.

Penurunan volume penjualan tersebut tentunya mempengaruhi omzet dari Suis Butcher, berikut data omzet dari Suis Butcher:

Tabel 1. 2 Omzet Penjualan Suis Butcher Periode Maret 2014 - Desember 2016

Bulan	Jumlah Omzet 2014 (Rupiah)	Jumlah Omzet 2015 (Rupiah)	Jumlah Omzet 2016 (Rupiah)
Januari	-	316.924.000	323.592.500
Februari	-	283.136.500	233.991.500
Maret	384.787.900	291.761.000	262.175.000
April	292.301.000	297.140.500	279.258.000
Mei	382.748.000	341.778.000	300.700.500
Juni	346.882.000	298.370.500	285.853.500
Juli	429.356.000	411.790.500	396.407.500
Agustus	372.089.000	306.625.000	248.231.500
September	298.531.000	256.256.500	406.352.000
Oktober	291.217.000	281.280.500	270.877.000
November	317.318.500	279.263.000	235.757.000
Desember	432.357.000	390.464.000	297.282.000
Total	3.547.587.400	3.754.790.000	3.540.478.000

Sumber: Pra-Penelitian di Suis Butcher (2017)



Gambar 1. 2 Grafik Omzet Penjualan Suis Butcher Periode Maret 2014 - Desember 2016

Sumber: Pra-Penelitian di Suis Butcher (2017)

Berdasarkan tabel 1.2 dan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa omzet penjualan Suis Butcher terendah pada tahun 2014 yaitu pada bulan Oktober sebanyak Rp. 291.217.000 dan omzet tertinggi pada bulan Desember sebanyak Rp.432.357.000. Pada tahun 2015 omzet terendah terjadi pada bulan September sebanyak

Rp.256.256.000 dan omzet tertinggi pada bulan Desember yaitu sebanyak Rp.390.464.000. pada tahun 2016 omzet terendah yaitu pada bulan Februari yaitu sebanyak Rp.233.991.500 dan omzet tertinggi pada bulan Desember yaitu sebanyak Rp.297.282.000. Apabila diperhatikan omzet penjualan tertinggi dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 setiap tahunnya terjadi pada bulan Desember, hal tersebut dapat disebabkan karena Desember merupakan akhir tahun dimana banyak orang menghabiskan waktu untuk berlibur dengan keluarga sehingga dapat menjadikan kesempatan tersendiri untuk para pelaku bisnis kuliner termasuk Suis Butcher.

Total omzet pada tahun 2014 adalah sejumlah Rp.3.547.587.400, kemudian omzet pada tahun 205 mengalami kenaikan sebesar 5,8% atau sejumlah Rp.3.754.790.000 dan pada tahun 206 mengalami penurunan sebesar 5,7% atau sejumlah Rp.3.540.478.000. total omzet pada tahun 2016 terbilang lebih kecil dibandingkan dengan omzet tahun 2014, dimana perhitungan dimulai dari bulan Maret sedangkan pada tahun 2016 perhitungan dimulai dari bulan Januari.

Omset dari Suis Butcher pada tahun 2016 sudah stabil namun Suis Butcher menargetkan untuk tahun selanjutnya yaitu tahun 2017 yaitu minimal sebesar Rp.400.000.000 perbulan, hal tersebut diutarakan oleh *personel manager* dari Suis Butcher yaitu Erwin Sudarwin pada saat wawancara. Berdasarkan hal tersebut maka dibutuhkan strategi-strategi yang tepat untuk menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Suis Butcher demi meningkatkan penjualan sehingga dapat mencapai omzet yang ditargetkan. Berdasarkan uraian di atas maka penulis menetapkan judul penelitian **“Strategi Peningkatan Penjualan Di Suis Butcher Cabang Setiabudi Bandung”**

1.2. Perumusan Masalah

Adapun rumusan yang diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses manajemen strategi di Suis Butcher ?
2. Apakah permasalahan eksternal yang dihadapi oleh Suis Butcher ?
3. Apakah permasalahan internal yang dihadapi Suis Butcher ?
4. Strategi apa yang perlu dilakukan oleh Suis Butcher?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana proses manajemen strategi Suis Butcher.
2. Mengetahui dan menganalisis masalah eksternal yang dihadapi Suis Butcher.

3. Mengetahui dan menganalisis masalah internal yang dihadapi Suis Butcher.
4. Untuk mengetahui strategi apa yang perlu dilakukan oleh Suis Butcher.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam ilmu mengenai Manajemen Strategi khususnya dalam hal strategi pengembangan bisnis dan upaya dalam mencapai target penjualan produk pada Suis Butcher Cabang Setiabudi

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Suis Butcher dalam upaya mengetahui strategi yang cocok untuk mengembangkan usahanya dan semoga dapat memberikan masukan kepada Suis Butcher Cabang Setiabudi

3. Manfaat Bagi Penulis

Sebagai upaya dalam mengembangkan teori-teori yang didapat selama perkuliahan sesuai dengan keadaan lapangan