

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara dengan kebudayaannya yang beragam. Beragam dalam arti pada setiap daerah di Indonesia mempunyai ciri khas dan keunikannya masing-masing. Tidak hanya itu, pesona alamnya juga dapat membuat takjub kepada siapapun yang melihatnya. Kedua hal tersebut bisa disebut sebagai potensi yang dimiliki Indonesia untuk berkembang di dalam salah satu sektor, yaitu pariwisata. Melihat hal tersebut, pemerintah Indonesia pada saat ini sedang gencar-gencarnya mengembangkan sektor pariwisata agar sedikitnya dapat mendatangkan keuntungan dan kesejahteraan bagi Negara Indonesia sendiri maupun rakyatnya.

Jawa Barat adalah salah satu provinsi dari 34 provinsi yang ada di Indonesia. Letaknya yang berada di salah satu pulau paling padat di Indonesia, menjadikan daerah Jawa Barat khususnya ibu kotanya, Bandung, menjadi salah satu destinasi wisata oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan meningkatnya jumlah Wisatawan yang datang ke Kota Bandung, berikut datanya,

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Bandung

NO	KETERANGAN	TAHUN			SATUAN
		2013	2014	2015	
1.	Jumlah pengunjung melalui bandara, stasiun, dan terminal	7.073.615	7.038.837	7.603.193	jiwa
2.	Wisatawan yang melalui pintu kedatangan :				
	Wisatawan Mancanegara	176.432	180.143	183.932	jiwa
	Wisatawan Nusantara	5.388.292	5.627.421	5.877.162	jiwa
	JUMLAH	5.564.724	5.807.564	6.061.094	jiwa

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Tahun 2016

Dari data pada tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2015 terjadi kenaikan sebesar 7,74 % wisatawan atau pengunjung Kota Bandung yang datang melalui bandara, stasiun, dan terminal dari 2 tahun sebelumnya. Sedangkan untuk wisatawan mancanegara yang datang ke Kota Bandung terjadi kenaikan sebesar 4,04 % dari 2 tahun sebelumnya. Untuk wisatawan nusantara juga terjadi kenaikan sebesar 9,06 % dari 2 tahun sebelumnya juga.

Dengan kata lain, wisatawan yang datang ke Kota Bandung baik yang berasal dari bandara, stasiun dan terminal, ataupun wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara mengalami kenaikan. Hal tersebut dapat mempengaruhi kenaikan jumlah pelaku bisnis di bidang pariwisata, seperti bisnis akomodasi maupun bisnis kuliner.

Bisnis kuliner dapat dijadikan salah satu potensi yang dapat membawa keuntungan bagi seluruh pihak pada sektor pariwisata Kota Bandung, yaitu pelaku bisnis kuliner, wisatawan, serta pemerintah. Bagi pelaku bisnis kuliner, potensi ini dapat dijadikan sebuah momen untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Bagi wisatawan, bisnis kuliner dapat menjadi salah satu faktor yang dapat memuaskan perjalanan wisata yang mereka lakukan. Bagi pemerintah, bisnis kuliner dapat dijadikan salah satu daya tarik untuk menggaet lebih banyak kunjungan wisatawan ke Kota Bandung. Selain itu, bisnis kuliner bagi pemerintah juga dapat menjadi angin segar dalam pertumbuhan perekonomian.

Melihat prospek yang sangat menjanjikan dalam bisnis kuliner, banyak bermunculan para pelaku bisnis kuliner baru di Kota Bandung. Oleh sebab itu, para pelaku bisnis kuliner tersebut, baik yang lama maupun yang baru, bersaing secara ketat untuk mendapatkan hati pelanggan agar terus membeli produknya.

Salah satu jenis bisnis kuliner adalah toko roti atau dikenal dengan sebutan *bakery*. Bisnis *bakery* ini berpotensi untuk diminati para wisatawan karena produk roti dapat dijadikan alternatif makanan pokok juga dapat dijadikan sebagai buah tangan yang bisa dibawa para wisatawan ketika kembali ke kota asalnya.

Ada beberapa *brand bakery* di Kota Bandung yang sudah banyak dikenal diantaranya Kartika Sari, Prima Rasa, Soes Merdeka, Vitasari, Larissa, Mayasari, Red Tulip, dan masih banyak lagi. Selengkapnya dapat dilihat dalam tabel berikut,

Tabel 1.2 Bakery di Kota Bandung

No	NAMA BAKERY	LOKASI GERAI
1	Kartika Sari*	Jl. Ir. H. Djuanda (Dago) No. 85
2	Holland Bakery*	Jl. Dr. Abdul Rivai No. 7
3	Bread Talk	TSM, Istana Plaza Mall, Ciwalk Mall, Festival Citilink, Mikko Mall, dan PVJ mall
4	Prima Rasa	Jl. Pasirkaliki No. 163
5	Bread Legend	Jl. Buah Batu No. 167
6	Disini Bakery	Jl. Cikawao No. 14
7	Bawean Bakery	Jl. Bawean No. 4
8	Vitasari Bakery	Komplek Kurdi No. 49
9	Cherish Cake and Bakery	Jl. Jendral A. Yani No. 300D
10	Mayasari Bakery*	Jl. Bojong Raya No. 16
11	Daily Bread	Jl. Ciliwung No. 15
12	Jesslyn K-Cakes	BTC Jl. Dr. Djundjunan 143-149
13	Soes Merdeka*	Jl. Merdeka No. 25-29
14	Red Tulip Bakery	Jl. Margahayu Raya, Soekarno-Hatta
15	Berkat Plus Bakery	Jl. Jend. Gatot Subroto No. 289
16	Lareine Cake and Bakery	Jl. Pasirkaliki No. 104
17	Rotiku	Jl. Dr. Setiabudhi No. 168
18	Larissa Cake and Bakery	Jl. Terusan Jakarta
19	Roti Boy	BIP Mall dan Festival Citilink Mall
20	Berkat Cafe and Bakery	Jl. Batununggal Indah IV No. 1-3
21	Victoria Kue dan Roti	Jl. Pager Gunung No. 2, Coblong
22	Almond Bakery	Jl. Jend. A Yani No. 1 Padasuka
23	Bariton Classic Cake and Bread	Jl. Ciumbuleuit No. 101 Hegarmanah
24	Garmelia Bakery	Jl. Batununggal Indah 4 No. 19
25	Beccarino Bakery A'la Taiwan	Jl. Jend. Sudirman No. 229
24	Chils Cake and Bakery	Jl. Pasirkaliki 121-123 Istana Plaza
25	D'Lisen Bakery	Jl. Jend. Sudirman No. 91
26	Hansen's Bakery	Jl. Taman Cibeunying Utara No. 12
27	Imelda Cake and Bakery	Jl. Sukahaji No. 136
28	Istana Cake and Bakery	Jl. Terusan Jakarta No. 319
27	Kalika Bakery	Komp. Taman Kopo Indah II Bl 1-B/26
28	Rammona Roti	Jl. Indrayasa No. 98
29	Serissa Bakery	Jl. Soekarno-Hatta No. 590
30	Sharon Bakery	Jl. Pasirkaliki no. 25-27 Paskal Hypersquare
31	Shanghai Bakery	Jl. Kebonjati
32	Soan Bakery	Jl. Sindangsirna No. 11
33	Tenzo Cake and Bakery	Jl. Sulaksana No. 33 Cicaheum
34	Tosis Bakery and Cake	Komp. Taman Kopo Indah II Bl. 4-A/2
35	Vitarasa Bakery	Jl. Sidomukti No. 92
36	Yessyka Bakery	Jl. Jend. Sudirman No. 328
37	Zufa Cake and Bakery	Jl. Cikutra Barat No. 75
38	Bread Point	Jl. Terusan Perintis No. 4 Sarijadi
39	Bread Corner	Jl. Rontgen No. 9 Pasirkaliki
40	Rasa Bakery and Cafe	Jl. Tamblong No. 15
41	Kampoeng Roti*	Jl. Sarirasa No. 9
42	Le Delice Cafe and Bakery	Jl. Guntur No. 22
43	Roti Sidodadi	Jl. Otista No. 255

No	NAMA <i>BAKERY</i>	LOKASI GERAI
44	Roti Sumber Hidangan	Jl. Braga No. 20-22
43	Roti Gempol	Jl. Gempol Wetan No. 14 Citarum
44	Roti Braga Permai	Jl. Braga No. 58
45	Mom's Bakery	Jl. Progo No. 18

Diolah dari berbagai sumber, 2017

- *) Gerai **pusat** dari brand bakery tersebut di Kota Bandung, tersedia juga cabang-cabangnya yang tersebar di berbagai wilayah di Kota Bandung

Bakery-bakery tersebut mempunyai produk unggulannya masing-masing. Sehingga para konsumen, dalam hal ini para wisatawan, dapat dengan leluasa memilih jenis produk yang sesuai dengan keinginannya.

Salah satu *bakery* baru yang pada tahun 2017 ini berdiri di Kota Bandung adalah Kampoeng Roti. Kampoeng Roti adalah salah satu *bakery* yang diklaim halal yang “anti mahal” namun secara kualitas relatif dapat disejajarkan dengan beberapa bakeri *top brand* di Kota Bandung.

Penulis tertarik memilih Kampoeng Roti sebagai objek penelitian karena Kampoeng Roti adalah sebuah *bakery* yang sedang gencar untuk mencoba mengembangkan bisnisnya dengan cara membuka cabang di berbagai wilayah di Kota Bandung. Terbukti, Kampoeng Roti mempunyai 5 cabang yang tersebar di seluruh Kota Bandung, yaitu di daerah Cibogo, Gegerkalong, Lembang, Antapani, dan Cijerah. Cabang tersebut belum termasuk gerai pusat yang terletak di Sarijadi. Kampoeng Roti pun sudah memiliki rencana untuk membuka cabang-cabang baru di wilayah Kota Bandung.

Salah satu gerai yang merupakan gerai pusat Kampoeng Roti, yaitu di Sarijadi, tepatnya di Jl. Sarirasa No. 9, memiliki lokasi yang sangat strategis, mengingat tempat tersebut berada di salah satu jalan utama kawasan perumahan padat penduduk yang juga dikelilingi oleh tempat-tempat pusat kegiatan masyarakat, seperti sekolah, bank, pasar tradisional, dan pusat bisnis lain. Dengan keadaan lokasi yang bagus untuk tempat bisnis tersebut, mengakibatkan banyaknya kompetitor lain yang mendirikan usaha sejenis yang tentu saja dapat mengancam eksistensi dari Kampoeng Roti. Contohnya saja ada sebuah gerai donat yang terletak tak jauh dari gerai Kampoeng Roti tersebut, dan masih banyak lagi kompetitor-kompetitor yang tidak kalah unik dan enak dari Kampoeng Roti yang letaknya berada tak jauh dari lokasi gerai Kampoeng Roti Sarijadi.

Selain strategis, gerai Kampoeng Roti Sarijadi juga mengusung konsep “*self service*” atau melayani diri sendiri. Jadi pelanggan dapat memilih dan mengambil sendiri roti yang diinginkannya. Roti-roti itu dipajang di etalase-etalase berbentuk laci transparan yang mudah untuk dijangkau oleh setiap pelanggan. Produk yang disediakan setiap harinya pun selalu “*fresh from the oven*” atau dalam kata lain produk roti yang dijual pada hari itu adalah produk yang baru dibuat di hari itu juga. Selain itu, gerai Kampoeng Roti Sarijadi juga menyediakan tempat khusus bagi pelanggan yang akan langsung menyantap roti yang dibelinya.

Kampoeng Roti mempunyai lebih dari 40 (empat puluh) jenis varian roti, namun tidak semua jenis varian roti diproduksi setiap harinya. Jenis varian roti yang akan dijual pada hari itu harus disesuaikan dengan jumlah minat beli pelanggan pada setiap jenis roti pada hari-hari sebelumnya. Salah satu jenis varian roti yang merupakan *best seller* dan menjadi andalan Kampoeng Roti adalah Roti jenis *bread boy*. Tidak hanya roti, Kampoeng Roti pun menyediakan berbagai macam produk-produk *bakery* lainnya seperti donat, brownies, bolen, *tart*, dan aneka kue jajanan pasar.

Dari hal-hal tersebut dapat diketahui bahwa gerai Kampoeng Roti Sarijadi mempunyai potensi yang cukup bagus untuk bisa menjadi salah satu *bakery* yang dapat dijadikan pilihan bagi masyarakat. Mengingat gerai Kampoeng Roti Sarijadi mempunyai lokasi yang strategis, banyak varian produknya, berkonsep seperti gerai *bakery* terkenal, mempunyai fasilitas makan ditempat, namun tetap dengan harga produk yang diklaim murah. Akan tetapi, sayangnya dalam 11 minggu pertama di tahun 2017 penjualan produk di gerai Kampoeng Roti fluktuatif dan cenderung turun di minggu-minggu terakhir. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1.3 Jumlah Penjualan Per Minggu Gerai Kampoeng Roti Sarijadi pada Tahun 2017

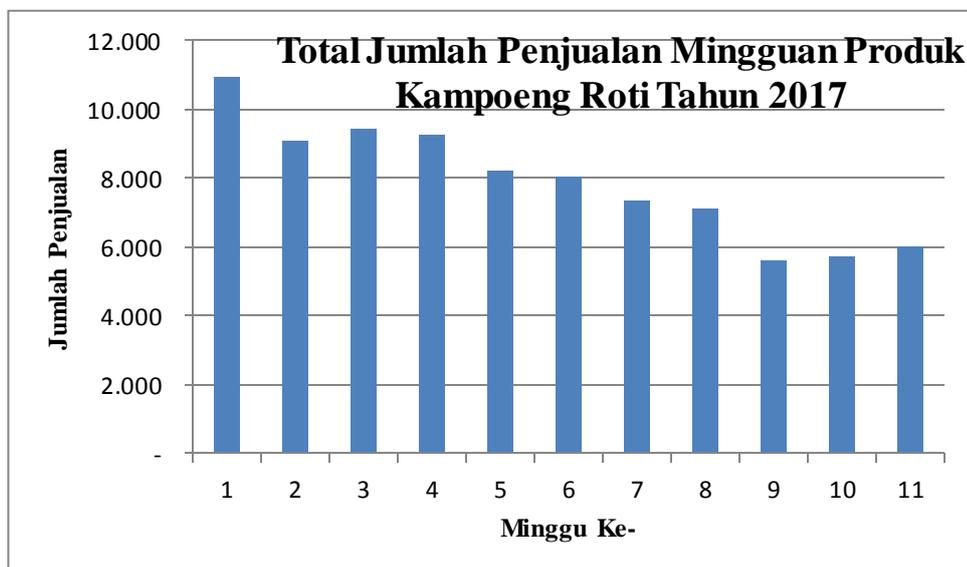
Nama Produk	Jumlah Penjualan pada Minggu Ke- (dalam satuan buah)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ROTI	2.973	2.786	2.766	2.696	2.456	2.066	1.709	1.797	1.654	1.497	1.631
BOLEN	4.490	3.290	3.570	3.530	3.150	3.160	2.910	3.210	2.270	2.240	2.340
DONAT	2.066	1.685	1.963	1.959	1.602	1.669	1.669	1.277	938	1.122	1.205
ROTI TAWAR	310	309	281	260	275	350	297	266	245	242	233
CAKE	55	85	105	86	60	125	139	104	85	98	78
MINUMAN	115	81	78	106	69	69	35	29	33	37	46
DUS	132	48	33	22	21	29	16	17	37	4	12
PASTRY	13	16	136	33	4	19	13	15	11	12	37
BROWNIES	117	101	85	96	108	93	100	60	61	73	65
LAIN-LAIN*	59	44	23	47	11	16	40	62	27	56	68
KONSINYASI**	629	623	419	456	445	456	404	297	281	342	311
Total Jumlah Penjualan	10.959	9.068	9.459	9.291	8.201	8.052	7.332	7.134	5.642	5.723	6.026

Sumber : Dokumen Kampoeng Roti Sarijadi Bandung

***Produk Lain-lain** adalah produk tambahan seperti bagelen, aneka cemilan, dan lain-lain.

****Produk Konsinyasi** adalah produk-produk titipan dari pihak lain seperti aneka produk jajanan pasar dan lain-lain.

Berikut data jumlah penjualan jika disajikan ke dalam grafik,



Gambar 1.1 Grafik Total Penjualan Mingguan Produk Kampoeng Roti Tahun 2017

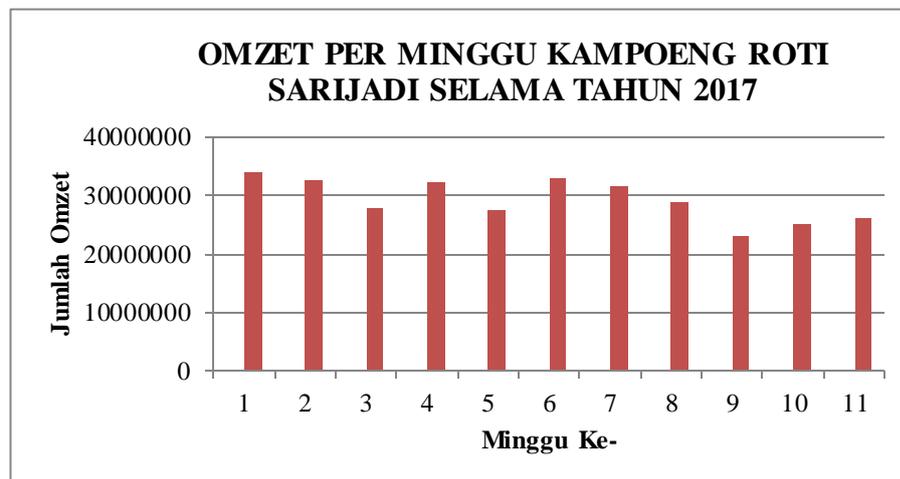
Pada tabel 1.3 dan grafik pada gambar 1.1 di atas dapat dilihat bahwa total jumlah penjualan yang didapatkan oleh gerai Kampoeng Roti Sarijadi menurun sebesar 45,01% dari sejak minggu pertama di bulan Januari. Jumlah penurunan yang perlu dikhawatirkan, karena hampir menyentuh angka 50% atau setengahnya dari total jumlah penjualan produk di minggu-minggu pertama. Penurunan jumlah penjualan sangat berimbas pada penurunan omzet dari Kampoeng Roti Sarijadi. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut,

Tabel 1.4 Omzet Mingguan Gerai Kampoeng Roti Sarijadi pada Tahun 2017

Minggu Ke-	Omzet
1	Rp 33.946.600
2	Rp 32.493.100
3	Rp 27.864.250
4	Rp 32.182.950
5	Rp 27.650.900
6	Rp 33.122.150
7	Rp 31.693.100
8	Rp 28.863.600
9	Rp 23.235.350
10	Rp 25.323.200
11	Rp 26.030.625

Sumber : Dokumen Kampoeng Roti Sarijadi Bandung

Berikut data yang disajikan dalam bentuk grafik,



Gambar 1.2 Grafik Omzet Per Minggu Kampoeng Roti Sarijadi pada Tahun 2017

Berdasarkan tabel 1.4 dan grafik pada gambar 1.2 di atas dapat diketahui bahwa omzet Kampoeng Roti Sarijadi selama tahun 2017 mengalami penurunan

sebesar 23,32 % sebagai imbas dari penurunan penjualan produk mingguan dari Kampoeng Roti Sarijadi.

Jadi, terdapat beberapa hal yang diduga menyebabkan terjadinya penurunan profit tersebut. Hal tersebut bisa diakibatkan dari pihak internal maupun eksternal dari Kampoeng Roti Sarijadi. Oleh karena itu, perlu adanya perencanaan strategi demi meningkatkan intensitas penjualan agar target bisnis (profit yang meningkat) dapat tercapai. Strategi ini dimaksudkan untuk membuat Kampoeng Roti Sarijadi dapat bertahan dalam jangka panjang dan dapat bertahan menghadapi segala permasalahan yang muncul baik dari pihak internal maupun lingkungan eksternal Kampoeng Roti Sarijadi.

Dalam menentukan strategi bisnis, perlu dilakukan suatu analisis yang dapat menghasilkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis tersebut. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan berbagai metode analisis lingkungan perusahaan sebagai alat untuk mengetahui strategi bisnis yang sesuai dengan keadaan lingkungan Kampoeng Roti Sarijadi. Penelitian diberi judul “**Strategi Pengembangan Bisnis pada Kampoeng Roti Sarijadi Bandung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal di dalam latar belakang didapatkan rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal, berupa kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dapat mempengaruhi Kampoeng Roti *Bakery* Sarijadi Bandung?
2. Apa saja faktor eksternal, berupa peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang dapat mempengaruhi Kampoeng Roti *Bakery* Sarijadi Bandung?
3. Apa strategi yang harus diterapkan untuk mengembangkan bisnis Kampoeng Roti *Bakery* Sarijadi Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan dari Jurusan Manajemen Industri Katering.

2. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi Kampoeng Roti *Bakery* Sarijadi Bandung.
3. Untuk mengetahui strategi apa yang cocok diterapkan Kampoeng Roti *Bakery* Sarijadi Bandung dalam upaya mempertahankan eksistensi dari bisnis tersebut dalam jangka panjang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat diantaranya :

1. Diharapkan hasil penelitian ini memberikan sumbangsih yang berarti dalam melengkapi penelitian di bidang kepariwisataan, khususnya usaha kuliner *bakery*.
2. Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis tentang strategi bisnis di bidang kepariwisataan khususnya di bidang bisnis kuliner *bakery*.
3. Sebagai masukan untuk pelaku usaha di bidang pariwisata khususnya bidang bisnis kuliner *bakery* mengenai pengembangan usaha apa yang seharusnya diterapkan di dalam usahanya agar usahanya tersebut berjalan dengan baik.