

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Keragaman Indonesia sudah sering kali terdengar hingga ke mancanegara, keindahan hayati berikut pesonanya menjadi primadona tersendiri dalam menarik wisatawan untuk berkunjung dari tahun ke tahun. Kekentalan budaya yang masih banyak terjaga menjadikan wisatawan selalu bertambah, bahkan peningkatan target wisatawan itu sendiri pun kian diusung oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan devisa negara dan sebagainya.

Ragam budaya itu turun temurun dilestarikan oleh nenek moyang dari tiap belahan provinsi Indonesia, hal itu sendiri disalurkan melalui kesenian, kebiasaan bahkan melalui makanan.

Pariwisata Indonesia pada dewasa ini mengalami peningkatan wisatawan mancanegara dari tahun ke tahun tercatat bahwa di tahun 2011 lalu jumlah wisatawan mancanegara menuju Indonesia menurut pintu masuk mencapai 7.649.731 orang dan terakhir di tahun 2016 tercatat bahwa jumlah wisatawan mancanegara menuju Indonesia telah meningkat mencapai 11.519.275 orang (BPS, Badan Pusat Statistik, 2016). Berdasarkan dari objek penelitian penulis bertempat di Kota Bandung yang menjadi salah satu ujung tombak Jawa Barat dengan menyandang predikat sebagai salah satu provinsi terpadat di Indonesia, maka kita akan mengambil data pada kota Bandung itu sendiri melalui sumber-sumber yang terpercaya. Namun perbaikan infrastruktur dan fasilitas umum bagi masyarakat kota Bandung dan juga para wisatawan ternyata memang perlu dilakukan dalam upaya meningkatkan daya tarik kota Bandung bagi wisatawan untuk datang berkunjung. Sejak tahun 2011 hingga 2016 terakhir tercatat bahwa jumlah wisatawan mancanegara dan domestik menurun, tren jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung menunjukkan adanya penurunan yang besar di tahun 2011 menuju 2012. Pada tahun 2011 total

wisatawan tercatat 6.712.824 orang dan hingga 2016 terakhir tercatat sebanyak 5.000.625 orang.

**Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Bandung Tahun 2011 - 2016**

Sumber : (BPS, Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2016)

Selain tempat hiburan yang menjadi tujuan wisata, seperti Trans Studio Bandung dan Kebun Binatang Bandung, juga menjadi tujuan wisata adalah lokasi kuliner dan belanja yang

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.584	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

tersebar di berbagai sudut Kota Bandung. (Badan Pusat Statistik Kota Bandung).

Statistik Kota Bandung).

Dapat kita simpulkan bahwa pariwisata Kota Bandung sangat baik, banyak potensi-potensi yang dapat menjadi objek wisata bagi pada wisatawan lokal maupun asing. Peranan wisata ini dapat ditunjang melalui beberapa perusahaan yang dapat melibatkan diri, baik dari akomodasi, konsumsi, dan sebagainya. Tapi satu aspek yang terpenting adalah makanan. Para pelaku industri ini tidak akan pernah terlepas dari kehidupan manusia, manusia akan selalu membutuhkan makanan.

Di era persaingan yang serba ketat ini, mobilitas cepat sangat dibutuhkan. Para pebisnis pun dituntut untuk menghasilkan produk-produk yang siap santap dengan tempo yang cepat. Maka munculah industri-industri *fast food* (makanan cepat saji). Persaingan yang semakin ketat juga mewajibkan setiap pelaku usaha untuk terus berfikir dalam mempertahankan eksistensinya.

Melihat sektor kuliner yang tidak pernah padam, jenis-jenis restoran cepat saji pun banyak bermunculan, dengan berbagai hidangan dan ciri khasnya. *California Fried Chicken* (CFC) pun

merupakan salah satu restoran cepat saji dari PT. Pioneerindo Gourmet International. Tbk yang dapat di perhitungkan sebagai salah satu restoran cepat saji produk Indonesia yang dapat bersaing di kanca Global.

CFC yang sudah begitu lama bertahan dan menyanggah produk cepat saji Indonesia yang di adopsi dari budaya luar, perlu diberi perhatian lebih dalam persaingan bisnis kuliner, hal ini dapat kita lihat bagaimana PT. Pioneerindo memaparkan laporan keuangan mereka secara global. Namanya yang telah mendunia karena sebelumnya milik negara asing yang setelah itu dilanjutkan oleh Indonesia memberikan dampak positif karena CFC telah di kenal secara global.

Dewasa ini jelas selain dari pada harga yang menjanjikan, para wisatawan juga mempertimbangkan kualitas, kebersihan, dan kesehatan. Diluar dari pada itu, jelas nama besar CFC telah memprogram secara tidak langsung bahwa CFC layak untuk di konsumsi. Baik dari segi kebersihan dan sebagainya CFC memiliki standar kualitas yang baik untuk setiap produk dan pelayanannya.

CFC yang menjadi sumbangsih terbesar dari *Franchise* (waralaba) PT. Pioneerindo Gourmet International. Tbk terhadap pendapatan, laba, dan dari segi pemasukan sesuai dengan diagram yang tersedia pada lampiran, menjadi pertimbangan dari penulis untuk mengangkat CFC sebagai objek penelitian yang sekiranya dapat dipelajari mengingat pesaingnya yang saat ini yaitu salah satunya adalah KFC dan McD cukup kokoh dengan berbagai produk dan penawarannya masing-masing. Pendapatan dan aset yang kian menurun juga menjadi pertimbangan untuk diteliti oleh penulis pada segi strategi manajemen yang sekiranya dapat dilakukan oleh CFC.

Waralaba yang dijalankan oleh PT. Pioneerindo telah mencakup 3 jenis usaha, namun di dominasi oleh CFC dengan memberikan sumbangan pemasukan diatas 90% setiap tahunnya sesuai dengan diagram yang di tunjukan melalui website resmi CFC. Dengan demikian, CFC dapat disimpulkan dapat berpengaruh besar terhadap pendapatan PT. Pioneerindo pada setiap tahunnya, sehingga menjadi pertimbangan penulis untuk meneliti strategi manajemen yang tepat bagi keberlangsungan CFC menghadapi pesaing.

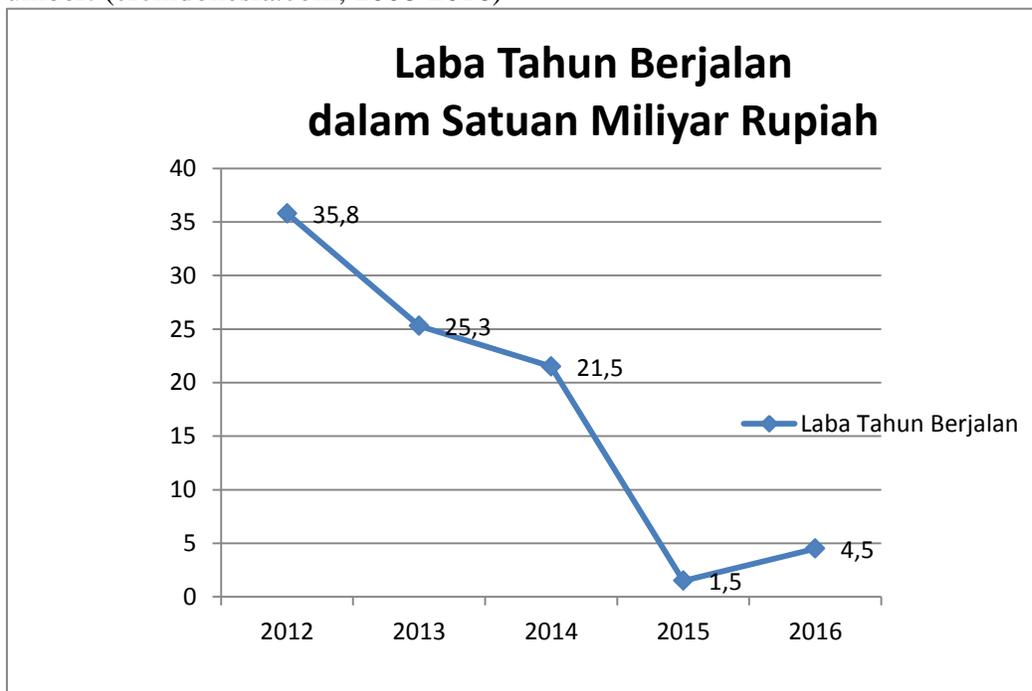
CFC yang dahulunya milik perusahaan asing, kini resmi dimiliki dan di patenkan sebagai *Fried Chicken* Lokal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk CFC yang kali ini telah menjadi produk lokal, turun ambil bagian dalam menyediakan santapan bagi masyarakat sekitar ataupun wisatawan, yang membutuhkan sajian yang cepat tanpa menyampingkan aspek

kualitas dan pelayanan yang baik. Berikut bukti piagam sebagai produk lokal yang menyanggah top brand:



**Gambar 1.2 Piagam Penghargaan TOP BRAND Sebagai Fried Chicken Lokal**

Sumber: (cfcindonesia.com, 2008-2016)



### **Gambar 1.3 Data Laba/Rugi PT.Pioneerindo Gourmet International. Tbk**

Sumber: (cfcindonesia.com, 2008-2016)

Berdasarkan diagram di atas sesuai dari data yang kita sesuaikan dari tahun 2012 hingga 2016 yang diketahui melalui laman resmi cfcindonesia.com, kita ketahui bahwa Pendapatan PT. Pioneerindo Gourmet International. Tbk yang dirangkum dalam diagram laba tahun berjalan menunjukkan penurunan yang signifikan, walaupun di tahun terakhir naik, selisih kenaikannya hanya sekitar 3 milyar. Kita ketahui bahwa sebelum tahun 2012, yaitu saat perhitungan di tahun 2008 hingga 2012, PT. Pioneerindo selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya di atas angka 3 Milyar. Sehingga dapat disimpulkan kenaikan laba tahun berjalan di tahun 2016 tidak terlalu berpengaruh, atau dapat dikatakan tetap menunjukkan bahwa PT.Pioneerindo Gourmet International. Tbk mengalami penurunan.

Dalam sebuah artikel CFC dikatakan terkena dampak perlambatan ekonomi dan pelemahan nilai tukar (kurs). Ekonomi yang lambat membuat daya beli turun, serta nilai tukar rupiah yang lemah terhadap dolar Amerika Serikat (AS) membuat biaya bahan baku yang berasal dari luar negeri (impor) lebih mahal. Kondisi keuangan yang terus lambat ini membuat perusahaan akan kerja keras memperbaiki pendapatan dan laba. Selain, promosi sajian dan harga untuk CFC, Pioneerindo Gourmet International akan mendorong penjualan untuk produk di Sapro Oriental dan Cal Donat. “Targetnya, laba perlahan-lahan akan membaik di tahun 2016,” ujarnya. Pada kuartal III-2015, perusahaan membukukan laba tahun berjalan sebesar Rp 2,34 miliar atau turun 58,83% dibandingkan posisi Rp 5,55 miliar per kuartal III-2014. Sedangkan laba usaha tercatat sebesar Rp 10,22 miliar per kuartal III-2015 atau turun 22,63% dibandingkan Rp 13,21 miliar per kuartal III-2014. Sementara laba komprehensifnya tercatat rugi Rp 13,97 miliar per kuartal III-2015, dari keuntungan Rp 18,73 miliar per kuartal III-2014. (Kristanto, 2015).

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Apa saja faktor internal yang dapat mempengaruhi laba tahunan di CFC?
2. Apa saja faktor eksternal yang dapat mempengaruhi laba tahunan di CFC?
3. Apa strategi yang harus diterapkan CFC pada kondisi saat ini?

## **1.3 Maksud dan Tujuan**

Adapun maksud dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor internal yang mempengaruhi laba tahunan di CFC.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal yang mempengaruhi laba tahunan di CFC.
3. Untuk mengetahui strategi apa yang cocok diterapkan CFC pada kondisi saat ini.

## **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 wisata kuliner restoran fast food.
2. Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis tentang strategi bisnis di bidang kepariwisataan khususnya wisata kuliner restoran fast food.
3. Sebagai masukan untuk pelaku usaha di bidang pariwisata khususnya wisata kuliner restoran khas Sunda mengenai pengembangan usaha apa yang seharusnya diterapkan di dalam usahanya agar usahanya tersebut berjalan dengan benar.