

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lainnya dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata (Sinaga, 2010, hal. 31), pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan tersebut. Sedangkan menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan (*Central Java Culture and Tourism*, 2015), Industri wisata sebagai kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

Industri pariwisata dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang sangat besar baik bagi Negara, wilayah setempat, maupun bagi Negara asal dari para wisatawan yang datang berkunjung. Perhatian terhadap pariwisata juga terus meningkat di berbagai mancanegara termasuk Indonesia. Indonesia masuk kedalam 50 negara terbesar dalam industri pariwisata di dunia saat ini. Pariwisata di Indonesia juga terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini juga harus didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang telah disediakan di daerah yang akan di kunjungi wisatawan.

Industri Pariwisata mencakup seluruh kegiatan usaha dengan ruang lingkup penyediaan dan penyelenggaraan fasilitas perjalanan, akomodasi, restoran, rekreasi, hiburan, cendera mata, atraksi, serta fasilitas-fasilitas lain untuk keperluan wisatawan. Industri ini kini sedang dikembangkan pemerintah Indonesia.

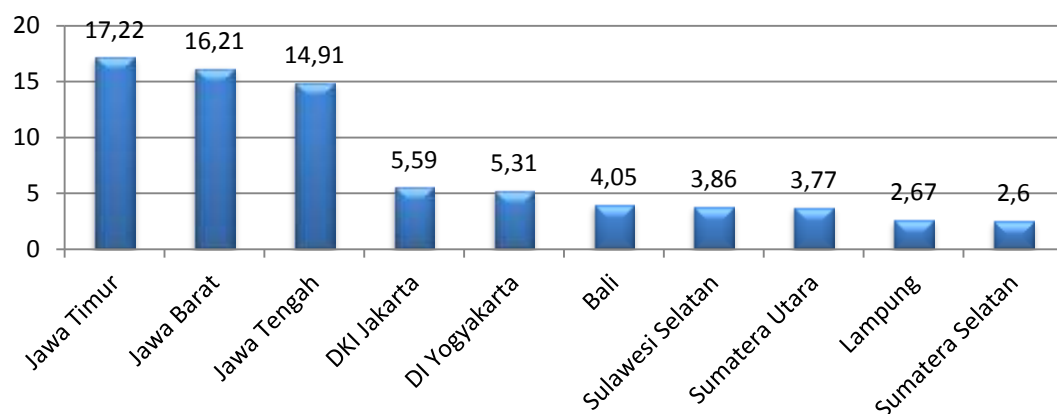
**TABEL 1.1  
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE INDONESIA  
DARI MANCANEGARA**

| Bulan    | 2014    | 2015    | 2016    |
|----------|---------|---------|---------|
| Januari  | 785.702 | 785.973 | 851.462 |
| Februari | 702.666 | 843.928 | 938.650 |

| Bulan     | 2014    | 2015    | 2016      |
|-----------|---------|---------|-----------|
| Maret     | 765.607 | 841.071 | 968.567   |
| April     | 726.332 | 801.873 | 956.381   |
| Mei       | 752.563 | 852.388 | 983.810   |
| Juni      | 871.636 | 925.250 | 872.385   |
| Juli      | 777.210 | 877.584 | 1.098.033 |
| Agustus   | 826.821 | 911.704 | 1.087.405 |
| September | 791.296 | 920.128 | 1.058.104 |
| Oktober   | 808.767 | 877.798 | 1.040.652 |
| November  | 764.461 | 835.408 | 1.002.334 |
| Desember  | 915.334 | 986.519 | 1.113.328 |

Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia 2017 (data diolah).

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa setiap tahunnya tingkat kunjungan wisatawan dari mancanegara ke Indonesia semakin meningkat. Indonesia mempunyai banyak sekali potensi wisata, salah satunya ialah wisata kuliner. Kuliner merupakan salah satu usaha sarana wisata, yang berarti menjadi salah satu faktor pendukung berkembangnya sektor pariwisata di suatu daerah. Industri kuliner memegang peranan penting dalam sektor pariwisata. Meningkatnya perkembangan di dalam industri pariwisata diikuti oleh perkembangan industri kuliner yang berkembang pesat.



Sumber: Statistik profil wisatawan nusantara tahun 2016.

**GAMBAR 1. 1**  
**DISTRIBUSI JUMLAH PERJALANAN MENURUT PROVINSI TUJUAN**  
**(DALAM PERSEN)**

Berdasarkan informasi dari hasil Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara Tahun 2016, diketahui bahwa jumlah perjalanan penduduk Indonesia yang bertujuan ke Provinsi Jawa Timur merupakan yang tertinggi hingga mencapai sekitar 17,22%. Kemudian diikuti oleh wisatawan nusantara yang bertujuan mengunjungi wilayah-wilayah di Jawa Barat dan Jawa Tengah, yang masing-masing sekitar 16,21% dan 14,91%. Kondisi tersebut hampir sama dengan pola yang terjadi menurut daerah asal, dimana Pulau Jawa sangat mendominasi. Provinsi di luar Pulau Jawa yang menjadi tujuan favorit wisatawan nusantara adalah Provinsi Bali yang mencapai sekitar 4,05% dari seluruh perjalanan yang dilakukan oleh wisnus di Indonesia. Kemudian disusul oleh wisatawan dengan tujuan wilayah-wilayah di Provinsi Sumatera Utara, Sulawesi Selatan, dan Lampung yang masing-masing sekitar 3,86%; 3,77%; dan 2,67%.

Jawa Barat sebagai salah satu provinsi yang memiliki tingkat kunjungan tertinggi dimana didukung dengan berbagai tempat wisata, salah satunya berada di Kota Bandung. Kota Bandung merupakan salah satu Kota yang dijuluki sebagai pusat Kota wisata kuliner di Indonesia, para wisatawan dari nusantara hingga dari berbagai mancanegara banyak sekali yang mengunjungi Kota Bandung. Kota Bandung memiliki berbagai objek wisata, seperti wisata alam, wisata budaya, wisata belanja, wisata buatan dan wisata kuliner, kunjungan yang paling banyak diminati wisatawan ke Kota Bandung adalah wisata kuliner.

Bandung memiliki berbagai jenis usaha kuliner atau tempat makan mulai dari restoran talem kaca hingga restoran waralaba, bar dan rumah makan dari mulai Kelas A hingga Kelas C.

**TABEL 1.2**  
**DATA JUMLAH RESTORAN, RUMAH MAKAN, DAN BAR DI KOTA BANDUNG**

| No | Jenis Usaha | Jumlah            |     |
|----|-------------|-------------------|-----|
| 1  | Restoran    | Talam Kencana     | 1   |
|    |             | Talam Salaka      | 67  |
|    |             | Talam Gangsa      | 167 |
| 2  | Bar         | Restoran Waralaba | 62  |
|    |             | Bar               | 13  |

| No           | Jenis Usaha |         | Jumlah     |
|--------------|-------------|---------|------------|
| 3            | Rumah       | Kelas A | 36         |
|              | Makan       | Kelas B | 152        |
|              |             | Kelas C | 155        |
| <b>Total</b> |             |         | <b>653</b> |

Sumber: PPID Kota Bandung 2016

Tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah tempat makan yang tersebar di Kota Bandung cukup banyak. Hal tersebut membuktikan bahwa minat wisatawan terhadap industri kuliner cukup tinggi, mengingat setiap manusia pasti membutuhkan makanan baik untuk kebutuhan pokoknya maupun sekedar mencoba berbagai menu makanan yang disukai. Indonesia memiliki beragam suku dan budaya, begitu juga dengan selera makanan dari berbagai daerah. Masyarakat Indonesia cenderung tidak bisa dipisahkan dari menu makanan daging ayam (Winda, 2015). Konsumsi olahan ayam di Indonesia cukup besar dan meningkat paling pesat dibanding daging sapi dan kambing (Priyatnoo, 2003), hal itu membuat tumbuhnya lahan peternakan ayam, sampai dengan tingkat pertumbuhan retail yang menjual daging ayam baik mentah maupun jadi, seperti restoran atau rumah makan.

Melihat potensi tersebut, terlihat bahwa peluang bisnis makanan dari olahan daging ayam cukup tinggi karena daging ayam tidak dapat dipisahkan dari orang Indonesia, apalagi jika divariasikan menjadi berbagai macam olahan ayam yang nikmat. Salah satu tempat makan yang memiliki menu utama dari daging ayam ialah Kandang Ayam.

Café Kandang Ayam berlokasi di jalan Kebon Jati 141 (sebelum Rumah Sakit Kebon Jati, sebelah kanan jalan). Yang menjadi objek dalam penelitian ini ialah Cafe Kandang Ayam cabang Kebon Jati, cafe ini buka jam: 11.00-22.00. Menu utama di café Kandang Ayam ini adalah ayam. Harga makanan dan minuman di café ini mulai kisaran Rp. 4.000,- hingga Rp. 30.000,-, walaupun yang di tawarkan oleh café ini sedikit tapi menu yang disajikan berasal dari berbagai negara, seperti Jepang, Mexico, Inggris, Kansas dan Irlandia bahkan tak luput juga ada yang berasal dari Indonesia. Porsi makanan di café ini di bagi 2, yaitu porsi medium dan large serta di menu terdapat 3 informasi, ialah: 1. *Chef recommended*; 2. Level pedas makanan; 3. Yang populer.

Salah satu keunggulan café ini dibandingkan tempat makan lain yang menyajikan bahan utama ayam ialah dari segi harga dan kreatifitas. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau oleh konsumen sarasannya yaitu kalangan remaja, mahasiswa dan pekerja. Selain itu, desain dari café ini pun cukup unik dan sesuai dengan tema café. Pada awalnya café ini tidak banyak dikenal masyarakat, tapi sekarang sudah banyak masyarakat yang mengenal café ini melalui media sosial, website, blog, dan media lainnya.

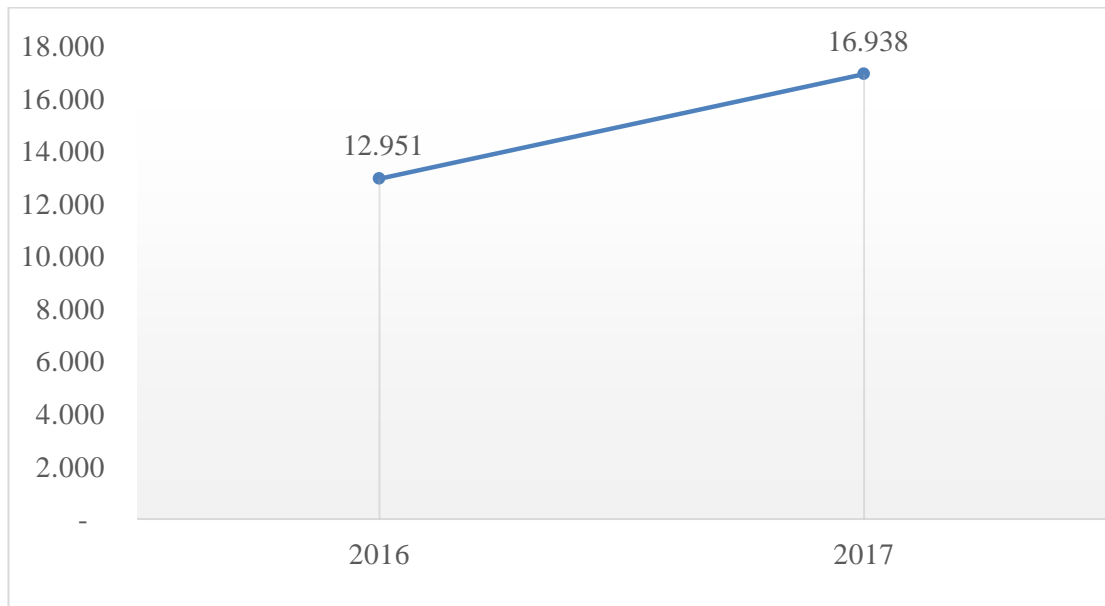
Menjamurnya bisnis kuliner ini menarik minat para pengusaha, akan tetapi tidak semua berhasil dalam menjalankan bisnis ini. Kebanyakan dari para pengusaha ini mengalami kegagalan karena berbagai faktor, diantaranya karena kurangnya pengetahuan serta perencanaan yang matang dalam pelaksanaannya. Terlebih lagi, industri kuliner diminati tidak hanya untuk kebutuhan manusia akan makanan, tetapi juga sebagai pengalaman. Oleh karena itu, pesatnya perkembangan industri kuliner di Kota Bandung membuat semakin kayanya industri ini dalam hal inovasi dan itu berarti semakin ketat pula persaingannya, hal ini berdampak kepada naiknya kunjungan. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.3.

**TABEL 1.3**  
**DATA PENGUNJUNG DI CAFÉ KANDANG AYAM**

| <b>Tahun</b> | <b>Pengunjung Tahun</b> |
|--------------|-------------------------|
| 2016         | 12.951                  |
| 2017         | 16.538                  |

Sumber: Pengolahan data 2017.

Tabel 1.3 dapat digambarkan bahwa jumlah pengunjung Café Kandang Ayam telah mengalami peningkatan pengunjung dari bulan April tahun 2017 hingga akhir bulan Oktober tahun 2017 sebanyak 2357. Untuk lebih jelasnya, hasil pengolahan data tersebut akan disajikan pada Gambar 1.1 berikut:



Sumber: Ardiyanto Wijaya, Manajer Café Kandang Ayam (2017).

**GAMBAR 1.1**  
**DATA PENGUNJUNG DI CAFÉ KANDANG AYAM**

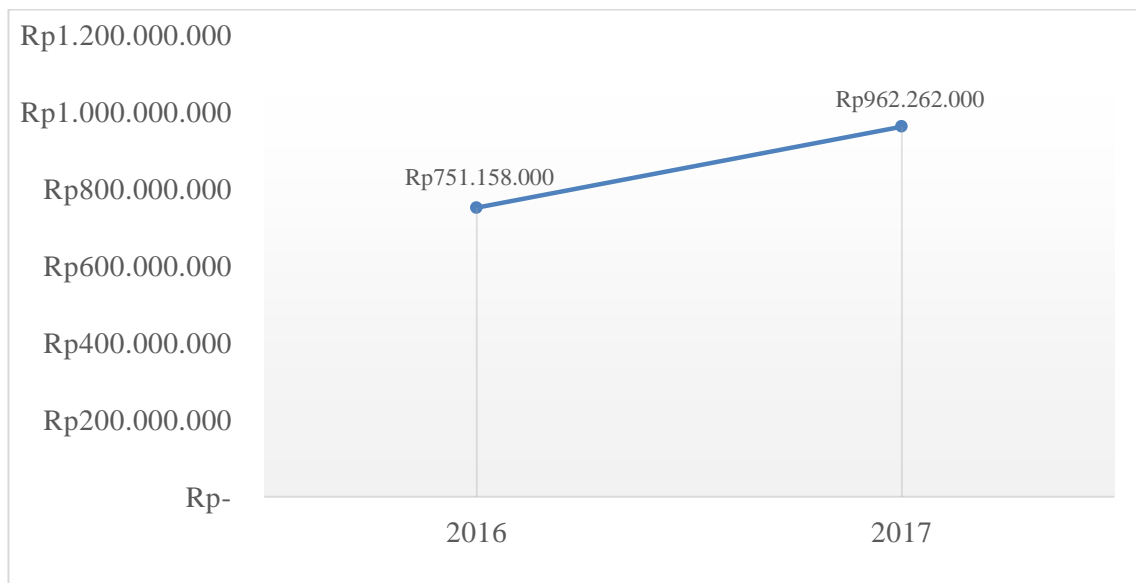
Gambar 1.1 menggambarkan bahwa kenaikan jumlah pengunjung tersebut berindikasi pada kenaikan jumlah pendapatan yang didapat oleh pihak pengusaha. Hal berikut telah dibuktikan oleh data pendapatan yang digambarkan pada tabel berikut ini:

**TABEL 1.4**  
**DATA PENDAPATAN DI CAFÉ KANDANG AYAM**

| Tahun | Pendapatan      |
|-------|-----------------|
| 2016  | Rp. 751.158.000 |
| 2017  | Rp. 962.262.000 |

Sumber: Ardiyanto Wijaya, Manajer Café Kandang Ayam (2017).

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa pendapatan Café Kandang Ayam mengalami kenaikan sebanyak Rp. 211.104.000 dari awal bulan April tahun 2016 hingga akhir bulan Oktober tahun 2017. Untuk lebih jelasnya, hasil pengolahan data tersebut akan disajikan pada gambar 1.2 berikut:



Sumber: Ardiyanto Wijaya, Manajer Café Kandang Ayam (2017).

**GAMBAR 1.2**  
**DATA PENDAPATAN DI CAFÉ KANDANG AYAM**

Gambar 1.2 menunjukkan Café Kandang Ayam mengalami kenaikan pendapatan pada awal bulan April tahun 2016 hingga akhir bulan Oktober tahun 2017. Dilihat dari hal tersebut, penulis merasa perlu melakukan studi kelayakan bisnis untuk mengetahui keadaan dari café Kandang Ayam cabang Kebon Jati agar dapat diketahui sejauh mana usaha tersebut dilaksanakan dan mampu menjalankan segala kegiatan serta kewajiban dalam menjalankan usaha tersebut untuk prospeknya yang akan datang. Sehingga pemilik usaha dapat merencanakan langkah strategis untuk mengembangkan usahanya.

Studi kelayakan bisnis sering disebut dengan *feasibility study* yang merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak suatu gagasan usaha/proyek yang direncanakan (Ibrahim, 2009, hal. 11). Studi kelayakan bisnis tidak sekedar untuk menyatakan layak atau tidaknya usaha ini dilanjutkan, tetapi juga untuk mengevaluasi dan mengendalikan taktik atau strategi yang diambil, intinya adalah bagaimana caranya penelitian ini mampu membuat perusahaan lebih baik di masa mendatang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian mengenai **“Studi Kelayakan Bisnis pada Café Kandang Ayam Cabang Kebon Jati Bandung”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang diteliti difokuskan dalam beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran aspek hukum pada Cafe Kandang Ayam?
2. Bagaimana gambaran aspek pasar dan pemasaran pada Cafe Kandang Ayam?
3. Bagaimana gambaran aspek teknis dan teknologi pada Cafe Kandang Ayam?
4. Bagaimana gambaran aspek keuangan pada Cafe Kandang Ayam?
5. Bagaimana gambaran aspek manajemen dan organisasi pada Cafe Kandang Ayam?
6. Bagaimana gambaran aspek ekonomi dan sosial pada Cafe Kandang Ayam?
7. Bagaimana gambaran aspek AMDAL pada Cafe Kandang Ayam?
8. Bagaimana kelayakan pada Cafe Kandang Ayam?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mendapatkan hasil mengenai hal berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran aspek hukum pada Cafe Kandang Ayam.
2. Untuk mengetahui gambaran aspek pasar dan pemasaran pada Cafe Kandang Ayam.
3. Untuk mengetahui gambaran aspek teknis dan teknologi pada Cafe Kandang Ayam.
4. Untuk mengetahui gambaran aspek keuangan pada Cafe Kandang Ayam.
5. Untuk mengetahui gambaran aspek manajemen dan organisasi pada Cafe Kandang Ayam.
6. Untuk mengetahui gambaran aspek ekonomi dan sosial pada Cafe Kandang Ayam.
7. Untuk mengetahui gambaran aspek AMDAL pada Cafe Kandang Ayam.
8. Untuk mengetahui kelayakan pada Cafe Kandang Ayam.



## 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

### A. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini di harapkan untuk menambah ilmu dalam aspek hukum.
2. Penelitian ini di harapkan untuk menambah ilmu dalam aspek pasar dan pemasaran.
3. Penelitian ini di harapkan untuk menambah ilmu dalam aspek teknis dan teknologi.
4. Penelitian ini di harapkan untuk menambah ilmu dalam aspek keuangan.
5. Penelitian ini di harapkan untuk menambah ilmu dalam aspek manajemen dan organisasi.
6. Penelitian ini di harapkan untuk menambah ilmu dalam aspek ekonomi dan sosial.
7. Penelitian ini di harapkan untuk menambah ilmu dalam aspek AMDAL.
8. Dapat menajadi bahan kajian lebih lanjut mengenai Studi kelayakan bisnis.

### B. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berguna dari aspek praktis yaitu sebagai dasar pertimbangan bagi perusahaan untuk mengembangkan usaha.
2. Memberikan informasi serta masukan bagi peneliti selanjutnya