

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata menjadi salah satu bagian penting terhadap peningkatan ekonomi suatu daerah, karena Industri pariwisata mempunyai berbagai kepentingan, baik kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti menambah pengalaman ataupun sekedar untuk belajar.

Pariwisata didefinisikan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10/2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah”. Selanjutnya disebutkan bahwa: Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisatawan, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut (Sulastiyono, 2011).

Salah satu kota tujuan wisata di Indonesia adalah Kota Bandung. Menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung tercatat sekitar 16 juta lebih wisatawan yang datang ke Kota Bandung selama tahun 2016. Kota Bandung merupakan salah satu pusat pariwisata di Indonesia yang telah berkembang sangat pesat dan menjadi tujuan yang paling populer bagi wisatawan mancanegara dan nusantara.

TABEL 1.1
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA DAN
NUSANTARA KE KOTA BANDUNG
TAHUN 2012-2016

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah Wisatawan	Jumlah Tamu Menginap
2012	685.347	14.854.317	15.539.664	9.615.807
2013	676.755	19.461.717	20.138.472	12.228.216
2014	530.565	15.241.752	15.772.317	10.541.115
2015	529.296	16.164.876	16.694.172	11.692.287
2016	521.426	16.254.281	16.775.707	11.574.433

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (Desember, 2016)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik ke Kota Bandung pada tahun 2012-2016 mengalami trend meningkat, sedangkan pada tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan menurun. Peningkatan tersebut tidak terlepas dari peran pemerintah daerah yang gencar mempromosikan potensi wisata.

Selain itu, Bandung menawarkan pengalaman berwisata yang menarik yaitu wisata alam, wisata belanja, dan wisata kuliner. Wisata kuliner dapat diartikan sebagai suatu pencarian akan pengalaman kuliner yang unik dan selalu terkenang dengan beragam jenis kulinernya yang sering dinikmati dalam setiap perjalanan. Dengan begitu, wisata kuliner termasuk salah satu jenis wisata yang tidak pernah dilewatkan para wisatawan. Dari potensi inilah para pelaku bisnis di industri makanan berlomba-lomba membuka usaha, sehingga sejalan dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, maka tumbuh pula berbagai usaha – usaha kuliner sebagai pelengkap kegiatan pariwisata, dari usaha – usaha kuliner tersebut muncullah berbagai inovasi kreatif dari *entrepreneur* dan menjadi makanan yang populer.

Salah satu bagian dari makanan dan minuman adalah industri jasa boga, dimana diantaranya terdapat restoran, rumah makan, dan cafe. Restoran adalah salah satu jenis usaha di bidang jasa pangan yang bertepat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman untuk umum. Pada saat ini banyak sekali makanan dan minuman yang bermunculan di Indonesia khususnya di Kota Bandung. Menurut Dinas Pariwisata Kota Bandung di tahun 2016 tercatat sekitar 712 Restoran dan 82 Bar/cafe yang tersebar di Kota Bandung, seperti pada Tabel 1.2.

TABEL 1.2
JUMLAH RESTORAN DAN BAR DI KOTA BANDUNG DARI TAHUN
2012-2016

Tahun	Jumlah	
	Restoran	Bar/Cafe
2012	572	47
2013	591	52
2014	642	41
2015	690	56
2016	712	82

Sumber: Dinas Pariwisata Ekonomi Tahun 2017

Hal ini dapat membuktikan bahwa tingkat persaingan restoran dan café di Kota Bandung cukup ketat. Oleh karena itu masing – masing restoran dan café harus memiliki strategi pengembangan usaha, agar usahanya tersebut dapat berkembang dan tidak merugi dalam kegiatan operasionalnya. Ditinjau dari perkembangan wisata kuliner di Kota Bandung tersebut, harus adanya kreativitas yang mumpuni dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat dan kondisi sosial yang terus berubah. Hal ini menuntut setiap pemilik usaha kuliner selalu tanggap dan menyesuaikan diri dalam menghadapi persaingan. Pengusaha di bidang kuliner saling bersaing untuk menjadi yang terbaik, mereka berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar selalu mendapatkan kepercayaan konsumen dan selalu menghasilkan produk yang sesuai selera dan kebutuhan konsumen serta dengan kualitas yang terbaik.

Banyaknya usaha kuliner yang menjamur di Bandung menandakan adanya perkembangan perekonomian yang positif di Indonesia dan menghasilkan persaingan yang ketat antar pengusaha kuliner baik dari konsep yang sama ataupun yang berbeda sama sekali. Beberapa usaha kuliner tersebut menawarkan produk – produk makanan dengan konsep dan sistem promosi yang baru, seiring dengan perkembangan yang ada. Salah satu restoran yang berada di Kota Bandung adalah Restoran Sangkuriang yang berlokasi di Jalan Karangsari No.5 Sukajadi Bandung.

Restoran Sangkuriang mencakup semua kalangan baik anak muda, keluarga dan juga bisa digunakan untuk acara seperti : birthday, wedding, gathering, dan meeting. Kemudian fasilitas yang dimiliki diantaranya gazebo, *function room* dan *balcony out door* secara keseluruhan bisa menampung \pm 300 orang. Dari tahun ke tahun restoran Sangkuriang ini mengalami permasalahan dari segi penjualan, dimana di setiap tahunnya restoran Sangkuriang ini mengalami naik turunnya pada penjualan, selain itu untuk promosi sendiri restoran ini sudah melalui radio, web, dan sosial media lainnya. Tetapi itu semua belum cukup membuat restoran ini banyak di kenal orang maka dari itu restoran ini ingin lebih meningkatkan kualitas dari restoran tersebut agar meningkatkan Volume Penjualan. Fasilitas yang ingin di lakukan yaitu seperti membuat Mini Bar, menambah kursi, membuat room karaoke dan menambahkan menu olahan dari

bebek agar pengunjung lebih tertarik lagi untuk datang ke Restoran tersebut. Berikut adalah Volume Penjualan restoran Sangkuriang selama tahun 2016, lihat pada Tabel 1.3.

TABEL 1.3
VOLUME PENJUALAN RESTORAN SANGKURIANG
TAHUN 2016

Kode Account	Uraian Per Periode	Jun	Juli	Agustus	September
		01 s/d 30	01 s/d 31	01 s/d 31	01 s/d 30
Pendapatan	Penjualan kotor	169,134,480	201,939,721	211,114,354	220,260,501
	Compliment	9,703,150	12,663,000	14,211,400	14,352,500
	Discount	11,459,240	13,467,873	15,074,958	16,121,760
Pendapatan bersih		71,380,696.08	41,672,456.45	46,958,588.77	47,920,011.83
Rata-rata penjualan per hari		2,379,356.54	1,344,272.79	1,514,793.19	1,597,333.73

Kode Account	Uraian Per Periode	Oktober	November	Desember
		01 s/d 31	01 s/d 30	01 s/d 31
Pendapatan	Penjualan kotor	249,558,597	105,369,890	174,159,507
	Compliment	16,422,000	5,607,500	8,323,825
	Discount	16,727,325	7,491,919	11,351,215
Pendapatan bersih		62,944,744	35,208,240.15	70,344,853.01
Rata-rata penjualan per hari		2,030,475.61	1,173,608.01	2,425,684.59

Sumber: Data diolah, 2016



GAMBAR 1.1
VOLUME PENDAPATAN BERSIH RESTORAN SANGKURIANG

Berdasarkan Tabel 1.3 dan Gambar 1.1 di atas di lihat dari setiap bulannya Restoran Sangkuriang ini mengalami fluktuatif dari segi penjualan, maka dari itu Restoran Sangkuriang ini perlu mengembangkan strategi usahanya. Begitu pula dengan keinginan Restoran Sangkuriang yaitu ingin mengembangkan usaha penjualannya dan menambah fasilitas untuk meningkatkan Volume Penjualan. Restoran Sangkuriang ini harus mempunyai strategi yang cocok agar mampu bersaing dengan para pesaing khususnya yang berada di sekitar Restoran Sangkuriang.

Menurut David (2012:15) definisi manajemen strategi yaitu sebagai berikut: “Sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan – keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan”.

Penelitian ini penting dilakukan agar Restoran Sangkuriang ini bisa mengembangkan usahanya supaya lebih baik lagi dan bisa mengetahui strategi yang cocok dan layak untuk mengembangkan usaha agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Oleh karena itu penulis akan mengangkat judul penelitian yaitu “Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada Restoran Sangkuriang untuk meningkatkan Volume Penjualan”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada umumnya bertugas untuk mendeteksi, melacak, dan menjelaskan aspek permasalahan yang muncul dan berkaitan dari judul penelitian atau dengan masalah atau dengan variabel yang akan diteliti. Seperti yang dikemukakan oleh Riduwan (2012:5) bahwa “identifikasi masalah harus menggambarkan permasalahan yang ada dalam topik atau judul penelitian”.

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor internal apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari Restoran Sangkuriang, Faktor eksternal apa yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha pada Restoran Sangkuriang dan bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan Restoran Sangkuriang dalam meningkatkan volume penjualan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis faktor-faktor internal yang akan menjadi kekuatan dan kelemahan dari Restoran Sangkuriang.
2. Menganalisis dan mengetahui faktor-faktor eksternal yang akan menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha pada Restoran Sangkuriang.
3. Untuk mengidentifikasi strategi pengembangan usaha pada Restoran Sangkuriang berdasarkan Analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan

1.3.2 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan dua macam manfaat, yaitu sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Untuk menambah wawasan tentang strategi manajemen dan mengembangkan pengetahuan tentang manajemen bisnis dan manajemen pemasaran yang di praktekkan penggunaannya dalam strategi bisnis sehingga dapat mengetahui alternatif strategi dan strategi prioritas yang digunakan.

2. Secara Personal

Menggali potensi dalam mengembangkan kemampuan berpikir dan menganalisis dalam mengembangkan sebuah usaha, Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Manajemen Industri Katering serta untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata.