

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia berada dalam cakupan wilayah Asia Tenggara dengan budaya dan suku bangsa paling beragam. Budaya Indonesia sudah dilestarikan sejak zaman nenek moyang yang diabadikan melalui adat, kesenian hingga makanan. Keberagaman Indonesia sudah melanglang buana hingga ke dunia internasional hingga menarik minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Pada tahun 2011, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia terhitung mencapai angka 7.549.731 orang dan pada tahun 2017 terjadi peningkatan 14.039.799 orang wisatawan yang masuk ke Indonesia (kemenpar.go.id, 2017).

Terdapat berbagai wilayah di Indonesia yang memiliki kawasan pariwisata menarik dan salah satunya adalah Jawa Barat. Jawa Barat merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar di Indonesia dalam bidang Pariwisata yang diikuti oleh sektor perdagangan, pertambangan dan yang lainnya. Jawa Barat terdiri dari 9 kota besar di dalamnya dan Bandung menjadi ibukota provinsi dari Jawa Barat serta 18 kabupaten yang menjadikan Jawa Barat sebagai provinsi dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia. Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu penopang perolehan devisa sektor pariwisata provinsi Jawa Barat dengan banyaknya tempat rekreasi wisata serta wisata kuliner yang menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang.

Pariwisata Kabupaten Bandung Barat akhir-akhir ini berkembang cukup pesat dengan semakin banyaknya bermunculan tempat wisata untuk berekreasi dan juga ditopang oleh akomodasi yang cukup mumpuni seperti hotel-hotel, transportasi, wisata belanja dan juga tempat makan seperti restoran hingga rumah makan seperti restoran Saung Pengkolan. Saung Pengkolan terletak di Jl. Raya Lembang, Gudangkahuripan, Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Saung Pengkolan merupakan Restoran dengan spesialisasi makanan Sunda yang sudah berdiri sejak tahun 1978. Berikut adalah daftar cabang Saung Pengkolan yang sudah memiliki lima cabang yang ada di Kota Bandung:

Tabel 1.2
Daftar Cabang Saung Pengkolan

No	Alamat
1	Jl. Raya Bandung-Lembang (Pusat)
2	Jl. Raya Tangkuban Perahu no 81 Lembang-Bandung
3	Jl. Raya Sersan Bajuri (depan Kampung Gajah)
4	Jl. Jendral Sudirman, kota Bandung (Status Bangkrut)
5	Jl. Raya Subang-Bandung

Sumber: Saung Pengkolan Tahun 2018

Kekayaan kuliner tradisional inilah, yang membuat penulis ingin mengangkat salah satu penelitian yang bertemakan kuliner tradisional, karena pada zaman dewasa ini berdasarkan *survey* pemetaan yang sudah penulis lakukan didapat hasil bahwa di kota Bandung, perbandingan antara restoran modern dan restoran lokal atau khas sunda adalah 7 berbanding 3 (Skala 1:10). Hal itu terjadi karena masyarakat di zaman sekarang khususnya untuk rentang usia 7-21 tahun lebih tertarik untuk mengkonsumsi makanan cepat saji, karena lebih praktis dan cenderung tidak memerlukan waktu proses yang lama.

Banyak didapati bahwa restoran lokal, khususnya restoran khas sunda di Kota Bandung yang bangkrut karena sudah tidak lagi mampu bersaing dalam pasar konsumen. Berbagai macam kuliner yang didukung dengan gaya hidup masyarakat yang gemar berwisata kuliner dapat menjadi alasan mengapa perkembangan bisnis kuliner di kota Bandung dari waktu ke waktu cenderung terus meningkat, karena banyaknya pelaku bisnis yang mencoba merambah bisnis

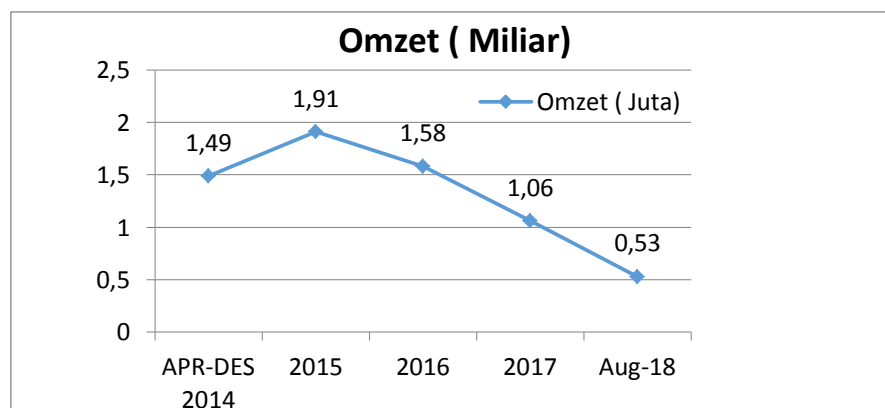
kuliner dan mencoba untuk bersaing menawarkan berbagai macam makanan dan minuman yang unik, bercita rasa khas, variatif, inovatif dan kreatif sehingga diprediksi akan semakin beragam. Persaingan industri kuliner di Kota Bandung cukup ketat terbukti dengan banyaknya restoran dan rumah makan yang semakin bertambah setiap tahunnya.

Masakan ala Sunda di Kota Bandung dikembangkan semenjak masa lampau. salah satu masakan sunda yang terkenal adalah nasi timbel ayam bakar atau ikan bakar. Nasi timbel yang berasal dari kota Bandung memang menjadi makanan yang cukup terkenal. Penjual nasi timbel di Bandung sudah sangat banyak, mulai dari penjual kaki lima hingga Rumah Makan yang berstandar restoran seperti Sindang Reret, Saung Sunda Betawi, Kampung Awi Resto maupun Maja House, Warung Sate Maranggi sebagai pesaing bukan sejenis. Terlepas dari hal tersebut banyak juga yang tidak dapat menjaga eksistensinya terhadap pasang surutnya persaingan di industri makanan hingga saat ini, karena jumlah pesaing yang cukup banyak, maka persaingan usaha Masakan Sunda dengan pesaing sejenis dan pesaing lainnya akan semakin ketat, oleh karena itu penjualan di Saung Pengkolan 3 kemungkinan akan berkurang karena banyaknya alternatif tempat makan yang semakin banyak dan bervariasi ataupun penjualan hanya stabil dan tidak terjadi peningkatan penjualan.

Saung Pengkolan 3 dalam periode lima tahun terakhir mengalami pergerakan data jumlah omzet, hal ini dapat dilihat dari data omzet Saung Pengkolan di bawah ini:

Tabel 1.2

Data Omzet Saung Pengkolan 3 dalam Lima Tahun terakhir



Sumber: Saung Pengkolan Tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari awal tahun peresmian Saung Pengkolan 3 bulan April hingga Desember tahun 2014 omzet Saung Pengkolan 3 mencapai angka 1.49 Miliar lalu di tahun 2015 menunjukkan peningkatan omzet yang signifikan hingga angka 1.91 Miliar. Tahun berikutnya yakni 2016 hingga tahun 2018 bulan Agustus Saung Pengkolan mengalami penurunan jumlah omzet yang cukup signifikan pula mulai angka 1.58 Miliar di tahun 2016, lalu 1.06 Miliar di tahun 2017, hingga pada tahun 2018 bulan Agustus omzet yang tercapai hanya baru menyentuh angka 0.53 Miliar. Penurunan omzet yang dialami Saung Pengkolan 3 sejak tahun 2016, dianalisa akibat menurunnya omzet yang sangat dipengaruhi oleh Kampung Gajah Wonderland, hingga pada akhirnya tahun 2018 Kampung gajah Wonderland dinyatakan bangkrut (Sumber : Saung Pengkolan, tahun 2018).

Dampak dari penurunan omzet di tahun 2016 hingga Agustus 2018 berakibat pada penjualan Saung Pengkolan 3 yang perlu perhatian lebih, juga diperlukan tindakan cepat untuk menetapkan strategi-strategi peningkatan penjualan dengan pemasaran yang lebih diutamakan atau melakukan strategi-strategi yang lain sehingga dampak dari penurunan omzet tahun ke tahun, tidak akan terjadi lagi dan Saung Pengkolan 3 akan tetap eksis dengan strategi-strategi baru.

Untuk mengatasi permasalahan di atas, pemecahan masalah yang harus dilakukan oleh Saung Pengkolan 3 adalah harus bisa meningkatkan volume penjualan, bersaing dengan beberapa pesaing usaha sejenis maupun usaha tidak sejenis yang semakin bertambah, mengetahui kegiatan apa saja yang diunggulkan untuk dapat bersaing, berdasarkan penetapan strategi korporat harus didasarkan pada keinginan konsumen, yaitu perusahaan membuat produk yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, lalu mengetahui terlebih dahulu keunggulan bersaing yang dimiliki.

Dalam strategi pengembangan usaha dapat dicapai melalui analisis SWOT yang akan menghasilkan beberapa alternatif strategi pengembangan untuk Saung Pengkolan 3, lalu dipilih mana yang terbaik yang dapat memperbaiki situasi dan kondisi serta yang dapat meningkatkan kinerja karyawan.

Dari beberapa gagasan di atas, penulis melakukan analisis terhadap faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan untuk merumuskan strategi apa yang diperlukan Saung Pengkolan 3 dalam mencapai tuannya melalui analisis SWOT. Adapun judul skripsi yang diambil adalah **“Strategi Pengembangan Bisnis di Rumah Makan Saung Pengkolan 3 Sersan Bajuri Cihideung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apa faktor internal yang mempengaruhi strategi pengembangan bisnis bagi Saung Pengkolan 3?
2. Apa faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan bisnis bagi Saung Pengkolan 3?
3. Bagaimana strategi yang paling sesuai bagi Saung Pengkolan 3 untuk pengembangan bisnis ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari melaksanakan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian yang telah dirumuskan di atas. Adapun tujuan melaksanakan penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil temuan mengenai:

1. Faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi Saung Pengkolan.
2. Faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi Saung Pengkolan.
3. Strategi yang paling sesuai bagi Saung Pengkolan 3 untuk pengembangan bisnis.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan secara praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian di bidang ilmu Manajemen Ke-Pariwisata yang berhubungan dengan pengembangan usaha terutama di industri kuliner/gastronomi.

2. Kegunaan Praktis

Bagi pihak yang terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna untuk bahan informasi sebagai berikut:

- a. Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai strategi pengembangan usaha, terutama di bidang kuliner.
- b. Sebagai bahan masukan bagi objek penelitian untuk mengembangkan usaha yang sedang berjalan.
- c. Sebagai kajian lebih lanjut bagi siapa saja yang berminat terhadap masalah ini terutama hal-hal lainnya yang belum diungkapkan dalam penelitian ini.