

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengertian pariwisata menurut UU RI No. 10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Daerah tujuan wisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keindahan alam serta kebudayaan yang beragam. Tidak dipungkiri bahwa Indonesia merupakan daerah yang menjadi pilihan wisatawan mancanegara untuk menghabiskan waktu luangnya. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia setiap tahunnya yang akan disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Pintu Masuk

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017
Jumlah	8.802.129	9.435.411	9.729.350	11.519.275	14.039.799
Persentase Kenaikan	-	7%	3%	16%	18%

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2017

Dari Tabel 1.1 dapat kita simpulkan setiap tahunnya kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia meningkat 3% hingga 18% setiap tahunnya. Pada tahun 2013 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia adalah 8.802.129 dan meningkat sebesar 7% menjadi 9.435.411 pada tahun 2014. Selanjutnya pada tahun 2015 terjadi kembali kenaikan kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 3% dari 2014 menjadi 9.729.350, juga meningkat pada 2016

dari 2015 sebesar 16% menjadi 11.519.275. Kenaikan terbesar sejak 2013 terjadi pada tahun 2017 yaitu sebesar 18% dari 2016 menjadi 14.039.799.

Berkembangnya pariwisata Indonesia menjadikan industri ini sebagai sektor industri non migas yang memiliki potensi besar dalam menghasilkan devisa negara. Dapat dilihat pada Tabel 1.2, di tahun 2015 sektor pariwisata berhasil menyumbang devisa negara sebesar 12.225,89 juta USD dan menjadi sektor penyumbang 11 ekspor barang terbesar keempat selama tiga tahun berturut-turut.

Selain pariwisata, sektor makanan olahan juga terus naik satu peringkat dari tahun 2013 hingga 2015. Pada tahun 2013, makanan olahan menyumbang 5.434,8 juta USD dan menempati peringkat 8 besar sektor penyumbang devisa negara. Di tahun 2014, makanan olahan naik peringkat menjadi ke 7 dengan menyumbang devisa senilai 6.486,8 juta USD. Kemudian pada tahun 2015, makanan olahan kembali naik satu peringkat menjadi peringkat 6 dengan menyumbang devisa senilai 6.456,3 USD. Hal ini membuktikan bahwa industri makanan di Indonesia semakin berkembang dan meningkat dari tahun ke tahun.

Tabel 1.2 Rangkings Devisa Pariwisata Terhadap 11 Ekspor Barang Terbesar, Tahun 2013-2015

Rank	2013		2014		2015	
	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)
1	Minyak & gas bumi	32,633.20	Minyak & gas bumi	30,318.80	Minyak & gas bumi	18,552.10
2	Batu bara	24,501.40	Batu bara	20,819.30	Batu bara	15,943.00
3	Minyak kelapa sawit	15,839.10	Minyak kelapa sawit	17,464.90	Minyak kelapa sawit	15,385.20
4	Pariwisata	10,054.15	Pariwisata	11,166.13	Pariwisata	12,225.89
5	Karet olahan	9,316.60	Pakaian jadi	7,450.90	Pakaian jadi	7,371.90
6	Pakaian jadi	7,501.00	Karet olahan	7,021.70	Makanan olahan	6,456.30
7	Alat listrik	6,418.60	Makanan olahan	6,486.80	Karet olahan	5,842.00
8	Makanan olahan	5,434.80	Alat listrik	6,259.10	Alat listrik	5,644.80
9	Tekstil	5,293.60	Tekstil	5,379.70	Tekstil	4,996.00
10	Kertas dan barang dr kertas	3,802.20	Kayu olahan	3,914.10	Kayu olahan	3,815.80
11	Kayu olahan	3,514.50	Bahan kimia	3,853.70	Kertas dan barang dr kertas	3,605.50
12	Bahan kimia	3,501.60	Kertas dan barang dr kertas	3,780.00	Bahan kimia	2,807.60

Sumber: KEMENPAR RI, 2016

Berdasarkan jurnal dari The Indonesian Institute (2017, hal. 20), sebaran industri makanan dan minuman di Indonesia hingga kini masih terpusat di Pulau Jawa dan Bali. Pada tahun 1980, 84,58% industri makanan dan minuman ada di Jawa dan Bali. Sisanya 10, 43% di Sumatera, 2,10% di Sulawesi, 1,76% di NTB

dan NTT, 0,79 di Kalimantan, dan 0,34% di Maluku. Sementara di Papua sama sekali tidak ada industri makanan dan minuman di tahun tersebut. Namun di tahun 2014, meskipun belum merata, pertumbuhan industri makanan dan minuman di luar Jawa meningkat dari tahun-tahun sebelumnya.

Perkembangan industri makanan di Indonesia terlihat dari tumbuhnya tren wisata kuliner. Jika dahulu rumah makan atau restoran hanya dikunjungi wisatawan untuk menikmati hidangan yang disediakan di tempat tersebut, tetapi sekarang kuliner termasuk ke dalam salah satu pilihan wisata. Berkembang pesatnya wisata kuliner menjadikan suatu peluang bagi para pebisnis. Wisata kuliner menjadi satu tren yang banyak digandrungi oleh masyarakat khususnya kalangan anak muda. Dengan zaman serba teknologi kini, tidak sulit untuk memasarkan usaha jasa pangan.

Salah satu kota di Jawa Barat yang diminati wisatawan adalah kota Bandung. Jumlah wisatawan mancanegara dan domestik yang datang ke kota Bandung pada tahun 2012 menurun dari tahun 2011. Wisatawan yang datang sejumlah 6.712.824 pada tahun 2011 sedangkan pada tahun 2012 sejumlah 5.257.439 wisatawan yang datang ke kota Bandung. Akan tetapi pada tahun 2013 hingga 2015 jumlah wisatawan yang datang ke kota Bandung terus meningkat. Pada tahun 2013 kota Bandung kedatangan sebanyak 5.564.724 wisatawan, meningkat pada tahun 2014 menjadi 5.807.564. Lalu meningkat kembali pada tahun 2015 menjadi 6.061.094 wisatawan. Di tahun 2016 jumlah wisatawan yang datang ke kota Bandung menurun drastis menjadi 5.000.625.

Tabel 1.3 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225,585	6,487,239	6,712,824
2012	176,855	5,080,584	5,257,439
2013	176,432	5,388,292	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

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2016

Walaupun jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung sempat naik dan turun, tetapi kota Bandung masih menjadi salah satu kota yang memiliki banyak pilihan wisata dan terus berkembang hingga saat ini khususnya pada wisata kuliner. Semakin banyak usaha kuliner yang berdiri di kota Bandung. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.4 yang menunjukkan peningkatan jumlah usaha kuliner di kota Bandung.

Jumlah restoran, rumah makan, cafe dan bar di kota Bandung pada tahun 2014 adalah 653 dan meningkat pada tahun 2015 sebanyak 106 menjadi 759. Pada tahun 2016 jumlahnya kembali meningkat sebanyak 36 menjadi 795. Data tersebut menunjukkan industri kuliner di kota Bandung berkembang sejak 3 tahun terakhir.

Tabel 1.4 Jumlah Restoran, Rumah Makan, Cafe dan Bar di Kota Bandung Tahun 2014-2016

Tahun	Jumlah Restoran, Rumah Makan, Cafe dan Bar di Kota Bandung
2014	653
2015	759
2016	795

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2015-2017

Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung adalah salah satu rumah makan yang berdiri di kota Bandung sejak tahun 2013. Rumah makan ini terletak di Jl. Teuku Umar No. 4, Lebakgede, Coblong, Kota Bandung. Rumah makan ini termasuk ke dalam klasifikasi rumah makan kelas B berdasarkan Peraturan Walikota Bandung Nomor 797 Tahun 2005. Meskipun terbilang masih cukup baru, akan tetapi rumah makan ini terus berkembang dan telah memiliki banyak pelanggan tetap khususnya dari kalangan mahasiswa.

Tabel 1.5 Data Penjualan Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung

Tahun	2015	2016	2017
Penjualan	719,410,000	752,820,000	690,660,000

Sumber: Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung, 2018

Dari Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa penjualan Ganbatte pada tahun 2015 adalah 719.410.000 dan meningkat sebesar 33.410.000 di tahun 2016 menjadi 752.820.000. Kemudian di tahun 2017, penjualan Ganbatte mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 62.160.000 menjadi 690.660.000.

Meskipun pendapatan rumah makan ini menghasilkan keuntungan, akan tetapi penjualan Ganbatte mengalami penurunan yang signifikan di tahun 2017 dan dengan semakin banyaknya persaingan usaha kuliner yang terjadi menyebabkan Ganbatte harus terus melakukan evaluasi bisnisnya. Maka, diperlukan strategi dalam mempertahankan bisnis dari Ganbatte ini sehingga dapat berkembang lebih baik lagi. Purba (2011, hal. 73) mengemukakan sebelum memutuskan untuk melakukan pengembangan sebuah perusahaan, hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang nantinya dapat memengaruhi keberhasilan pengembangan perusahaan itu sendiri, baik dari sisi internal perusahaan maupun eksternal perusahaan.

Pemindaian lingkungan merupakan proses pertama dalam manajemen strategik dengan proses selanjutnya berturut-turut adalah formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi dan pengendalian (Wheelen dan Hunger dalam Solihin, 2012, hal. 78). Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis mempunyai tujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang dapat disarankan berdasarkan analisis SWOT yang dituangkan dalam judul **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RUMAH MAKAN GANBATTE SUKI, BBQ & STEAK BANDUNG**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor internal yang termasuk kekuatan dan kelemahan dari Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung?
2. Apa saja faktor-faktor eksternal yang termasuk peluang dan ancaman dari Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung?
3. Bagaimana strategi usaha yang sebaiknya diterapkan oleh Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah-masalah yang sebelumnya telah diuraikan, maka dalam penelitian ini penulis bertujuan sebagai berikut:

- a. Menganalisis faktor-faktor internal yang akan menjadi kekuatan dan kelemahan dari Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung.
- b. Menganalisis faktor-faktor eksternal yang akan menjadi peluang dan ancaman dari Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung.
- c. Menganalisis strategi usaha yang sebaiknya dilakukan oleh manajemen Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung berdasarkan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah memahami permasalahan-permasalahan penelitian yang ada, penulis mengharapkan informasi-informasi yang terangkum dan tersusun dalam hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat untuk pengembangan aplikatif ilmu manajemen khususnya Manajemen Industri Katering mengenai strategi-strategi peningkatan bisnis menggunakan analisis SWOT.

2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan informasi membangun kepada manajemen Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung sebagai pengelola guna peningkatan strategi usaha.