

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan yang terdiri dari beribu – ribu pulau besar dan kecil, dan penduduknya terdiri dari kelompok – kelompok suku bangsa yang sangat beragam wujudnya. Jika dipandang dari sudut budaya, di Indonesia terdapat budaya – budaya yang sangat beragam atau disebut dengan pluralistik. Mulai dari adanya budaya lokal, suatu kebudayaan yang berlaku dalam lingkungan keluarga, lalu ada kebudayaan daerah yaitu suatu kebudayaan yang disepakati oleh daerah atau suku bangsa tertentu. Wawasan aneka budaya atau multikultural dalam dasawarsa terakhir ini banyak sekali ditampilkan dan dianjurkan dalam berbagai forum (Edi Sedyawati, 2002), namun sebenarnya perlu disadari bahwa situasi aneka budaya itu tidak sama di semua negara, meskipun sama-sama mempunyai keanekaragaman budaya. Maka dari itu pariwisata di Indonesia harus selalu dikembangkan dan dijaga kelestariannya dengan cara memperkenalkan budaya Indonesia dari segi apapun itu. Contohnya seperti dari makanan khasnya, kebiasaan setiap daerahnya, adat istiadat dari setiap daerahnya dan berbagai macam hal lainnya yang dapat diperkenalkan sekaligus untuk mempertahankan kebudayaan itu sendiri.

Menurut Profesor Salah Wahab (dalam Yoeti, 1995 : 107), pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri) meliputi pendiaman dari daerah lain atau daerah tertentu, suatu negara dan atau suatu benua untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia bertempat tinggal. Definisi yang lebih lengkap, pariwisata adalah industri jasa. Mereka menangani jasa mulai dari transportasi, jasa keramahan, tempa ttinggal, makanan, minuman, dan jasa bersangkutan lainnya seperti bank, asuransi, keamanan serta menawarkan tempat istirahat, budaya, pelarian, petualangan dan pengalaman baru dan berbeda lainnya. Banyak negara bergantung banyak

R. R. Syifa Pertiwi Putri, 2018

*STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DI RUMAH MAKAN BATAGOR BASO
CITAMIANG SPESIAL BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

dari industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan.

Menurut Undang Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisataaan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Menurut Macintosh dan Goeldner 1986, pariwisata adalah jumlah dari fenomena dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, pemasok bisnis, pemerintah tuan rumah dan masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan hosting wisatawan dan pengunjung lainnya. Pariwisata yang dijadikan sebagai salah satu sumber pajak utama harus dapat berkembang di setiap tahunnya dengan cara selalu menarik minat pengunjung atau wisatawan untuk datang dan berkunjung sebagai wisatawan.

Dalam mendukung berkembangnya pariwisata di Indonesia tentunya salah satu faktor yang penting adalah makanan, karena makanan merupakan suatu hal yang dapat menarik minat para wisatawan. Industri perestoran atau industri makanan dan minuman ini sangat berhubungan erat dengan persiapan dan penyajian dari beratus-ratus jenis makanan dan minuman yang disajikan kepada berjuta-juta manusia sepanjang hidup dan ini betul-betul bagian dari hidup, seseorang. Misalnya seperti yang dipaparkan oleh Richard C Ireland, dalam bukunya *The Professional Waiterss*, mengatakan bahwa industri penyajian makanan dan minuman adalah suatu industri “*people to people*”, yaitu industri yang berhubungan dengan manusia, suatu industri yang melayani kebutuhan orang lain yang jauh dari rumah atau kantor. Seperti kita ketahui bahwa industri penyajian makan dan minuman ini mempunyai sejarah yang sudah lama dan menjadi industri yang dinamik sepanjang tahun. Industri ini merupakan industri yang bersifat kontemporer karena selalu berubah-ubah dari tahun ke tahun berikutnya untuk mengikuti perkembangan jaman dan selera pembeli yang juga tidak menetap akibat pola hidup seseorang atau masyarakat yang selalu berubah-ubah. Di Indonesia khususnya di Kota Bandung terdapat banyak sekali tempat – tempat yang menyajikan berbagai macam makanan dan minuman yang dapat menarik minat pengunjung. Tidak hanya dari restoran mewah, pedagang kaki lima pun banyak yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman yang dapat menarik

minat pengunjung, bukan hanya karena keunikannya saja, tetapi juga dari rasanya yang sangat menggugah selera.

Mayoritas pelaku bisnis di Indonesia dapat dikatakan adalah berskala usaha kecil. Pada beberapa perusahaan yang berskala besar, kenyataannya masih ditemukan pemberian gaji yang lebih rendah dibandingkan dengan usaha yang dijalankan secara mandiri, sekalipun usaha tersebut berskala kecil. Pada masa sekarang ini UKM adalah tulang punggung ekonomi Indonesia. Jumlah UKM hingga 2011 mencapai sekitar 52 juta. Keberadaan UKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari PDB dan menampung 97% tenaga kerja. Industri kuliner lokal merupakan salah satu cabang pariwisata yang mana industri ini akan terus berperan dan bergerak dalam ruang industri pariwisata kreatif di Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia sebagai pasar domestik yang besar, membuat negeri ini kaya akan keberagaman kuliner tradisional dan peran pemerintah dalam merangkul industri menengah kebawah yang masuk pada industri kuliner ini sangat berpengaruh besar untuk terciptanya peningkatan kesejahteraan produktivitas dalam bidang pariwisata. Pada saat ini banyak bermunculan UKM pada bidang kuliner, hal ini memacu persaingan yang berdampak positif pada perekonomian dan kepariwisataan suatu daerah. Lain halnya bagi produsen sebagai pemeran utama, dituntut berpikir dan bekerja seoptimal mungkin dalam membangun, mengembangkan bisnisnya dengan berbagai strategi yang dilakukan agar tetap berkembang menghadapi berbagai macam pesaing.

Seperti misalnya pada UKM yang bergerak di bidang bisnis makanan bakso, saat ini sudah semakin banyak pesaingnya. Terdapat sekitar 79 rumah makan yang menjual menu utamanya adalah bakso, jumlah tersebut belum terhitung dengan adanya pedagang bakso keliling dengan pelanggan tetapnya masing – masing. Bakso sudah menjadi makanan terfavorit bagi sebagian besar orang, dan banyak pula rumah makan bakso yang menjadi favorit orang – orang khususnya di Kota Bandung. Begitu banyak rumah makan yang menawarkan produk makanan utamanya bakso. Salah satu contoh rumah makan bakso yang akan dibahas pada penelitian ini adalah rumah makan Batagor Baso Citamiang Spesial. Saat ini semakin banyak persaingan bisnis makanan khususnya yang menjual produk bakso. Untuk tetap bisa bertahan dari

R. R. Syifa Pertiwi Putri, 2018

*STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DI RUMAH MAKAN BATAGOR BASO
CITAMIANG SPESIAL BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

pesaing–pesaing lainnya, yang harus di lakukan adalah mengembangkan dan mempertahankan ciri khas serta kenikmatan rasanya. Demikianpun dengan rumah makan Batagor Baso Citamiang Spesial ini, juga harus selalu mengembangkan strategi terbaru agar tetap bisa eksis di kalangan masyarakat, mulai dari yang muda sampai yang tua. Dalam merencanakan suatu strategi untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha, sebuah rumah makan perlu memperhatikan beberapa hal dengan cara menganalisis data – data yang sudah ada selama beberapa waktu kebelakang, agar dapat diketahui apakah ada perkembangan, stabil atau bahkan ada penurunan dalam pendapatan. Selain itu juga harus diperhatikan mengenai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) atau biasa disingkat menjadi SWOT. Dalam melakukan penelitian ini penulis sudah melakukan analisis terhadap pendapatan yang ada di Batagor Baso Citamiang Spesial, berikut ini adalah rekap pendapatan Batagor Baso Citamiang Spesial dari tahun 2013 sampai dengan 2017.

Tabel 1.1
Pendapatan Batagor Baso Citamiang Spesial Tahun 2013-2017

Bulan	Pendapatan Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Januari	Rp. 176.861.900	Rp. 172.253.000	Rp. 198.993.000	Rp. 197.571.500	Rp. -
Februari	Rp. 195.174.600	Rp. 157.330.000	Rp. 147.627.500	Rp. 153.899.000	Rp. 130.069.000
Marot	Rp. 212.630.000	Rp. 174.870.000	Rp. 171.421.500	Rp. 120.422.500	Rp. 120.142.900
April	Rp. 181.926.000	Rp. 168.706.000	Rp. 251.208.500	Rp. 101.792.000	Rp. 111.355.600
Mai	Rp. 182.074.000	Rp. 180.591.000	Rp. 206.210.000	Rp. 129.993.000	Rp. 156.194.000
Juni	Rp. 185.817.000	Rp. 165.421.500	Rp. 232.538.500	Rp. 160.794.000	Rp. 187.550.300
Juli	Rp. 192.283.000	Rp. 275.990.000	Rp. 423.343.000	Rp. 347.903.000	Rp. 135.994.400
Agustus	Rp. 349.071.000	Rp. 255.162.000	Rp. 201.596.900	Rp. 212.931.000	Rp. 149.090.500
September	Rp. 187.064.000	Rp. 162.186.000	Rp. 151.555.500	Rp. 173.710.700	Rp. 147.961.200
Oktober	Rp. 170.961.000	Rp. 161.900.000	Rp. 213.872.800	Rp. 175.650.500	Rp. -
November	Rp. 164.926.000	Rp. 176.756.500	Rp. 163.947.750	Rp. 151.535.000	Rp. -
Desember	Rp. 205.110.000	Rp. 137.056.000	Rp. 209.068.000	Rp. 225.580.200	Rp. -
TOTAL	Rp. 2.403.598.500	Rp. 2.188.222.000	Rp. 2.571.382.950	Rp. 2.151.782.400	Rp. 1.138.357.900

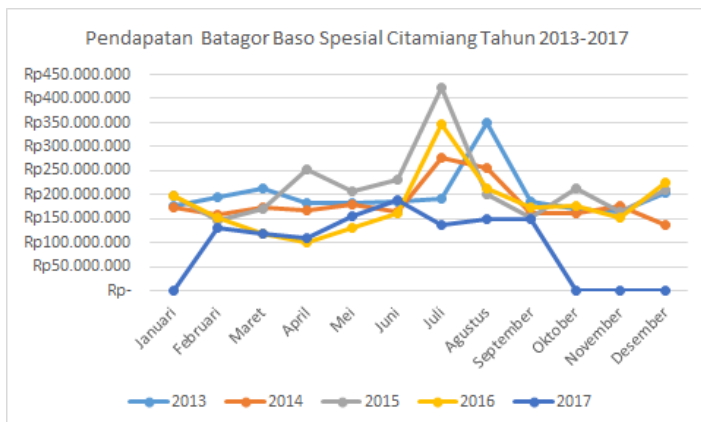
Sumber: Pengolahan Data Pendapatan Batagor Baso Citamiang Spesial 2013 - 2017

Pada Tabel 1.3 dapat dilihat pendapatan dari rumah makan Batagor Baso Citamiang Spesial selama empat tahun, dari 2013 samai dengan 2017. Untuk melihat lebih jelas lagi dalam naik atau turunnya pendapatan di Batagor Baso Citamiang Spesial, di bawah ini akan di sajikan grafik pendapatannya.

R. R. Syifa Pertiwi Putri, 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DI RUMAH MAKAN BATAGOR BASO CITAMIANG SPESIAL BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu



Gambar 1.1
Grafik Pendapatan Batagor Baso Citamiang Spesial Tahun 2013-2017 Sumber: Hasil Perhitungan Pendapatan Batagor Baso Citamiang Spesial

Dilihat dari Gambar 1.1 bahwa pendapatan dari Batagor Baso Citamiang Spesial sempat mengalami kenaikan dan penurunan pendapatan yang kurang stabil di beberapa tahun ke belakang. Hal ini seharusnya tidak dialami dalam menjalankan sebuah bisnis, apalagi ketika *owner* menginginkan usahanya dapat berkembang dan memiliki cabang di tempat lain. Dalam jumlah pendapatan seharusnya bisa terus meningkat, walaupun perlahan tapi ada peningkatan terus dalam setiap tahunnya atau harus ada peningkatan yang stabil, sedangkan di Batagor Baso Citamiang Spesial ini sempat mengalami beberapa kali penurunan pendapatan. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor internal yang dapat mempengaruhi perkembangan bisnis Batagor Baso Citamiang Spesial dan harus dilakukan perbaikan. Penurunan pendapatan yang dialami oleh Batagor Baso Citamiang Spesial ini terjadi karena adanya persaingan yang semakin ketat. Beberapa tahun terakhir semakin banyak yang mendirikan bisnis di bidang yang sama yaitu bakso, bahkan dalam penyajiannya pun lebih menarik, sehingga hal ini menjadi penyebab terjadinya persaingan yang semakin ketat dan dapat berpengaruh terhadap pendapatan di Batagor Baso Citamiang Spesial. Selain dari pendapatan, juga terdapat beberapa hal lain yang perlu di analisis untuk mendorong

perkembangan bisnis, baik dari faktor internal maupun faktor eksternalnya, agar bisnis ini bisa terus bertahan bahkan bisa berkembang sesuai dengan keinginan dari *owner* yang ingin memiliki cabang di tempat lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, terlihat adanya masalah dalam hal persaingan yang ketat, dan berpengaruh pada pendapatan Batagor Baso Citamiang Spesial. Yang harus dilakukan untuk mengatasi agar bisnis tersebut bisa terus bertahan dan berkembang, maka perlu adanya penelitian mengenai analisis SWOT perusahaan untuk dapat merumuskan, strategi apa yang diperlu dilakukan oleh Batagor Bakso Citamiang Spesial. Adapun judul yang di ambil adalah **“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DI RUMAH MAKAN BATAGOR BASO CITAMIANG SPESIAL BANDUNG”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor internal apa saja yang akan berpengaruh dari segi kekuatan dan kelemahan dalam menghadapi persaingan bagi usaha rumah makan Bakso Citamiang Spesial
2. Faktor eksternal apa saja yang akan menjadi peluang ancaman bagi persaingan rumah makan Bakso Citamiang Spesial
3. Bagaimana strategi yang harus dilakukan oleh rumah makan Bakso Citamiang Spesial dalam membuat strategi bersaing berdasarkan analisis SWOT

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sudah penulis rumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor – faktor internal yang akan menjadi kekuatan dan kelemahan dalam bersaing bagi rumah makan Batagor Bakso Citamiang Spesial
2. Mengetahui faktor – faktor eksternal yang menjadi peluang ancaman dalam bersaing bagi rumah makan Batagor Bakso Citamiang Spesial
3. Menganalisis strategi bersaing yang harus dilakukan oleh rumah makan Batagor Bakso Citamiang Spesial berdasarkan analisis SWOT

R. R. Syifa Pertiwi Putri, 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DI RUMAH MAKAN BATAGOR BASO CITAMIANG SPESIAL BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini di harapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen industri catering mengenai strategi bersaing dalam bisnis

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap dari penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pemilik rumah makan Batagor Bakso Citamiang Spesial sebagai masukan yang positif dan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan pemilik bisnis ini dalam menganalisa strategi bersaing, agar dapat mempertahankan keberadaan rumah makan ini di tengah – tengah persaingan yang ketat.