BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan. Pariwsata juga dapat dilihat sebagai suatu jenis usaha yang memiliki nilai ekonomi (Sulastiyono, 2008: 3) sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ataupun sekelompok orang dengan tujuan tertentu misalnya untuk rekreasi, pengembangan pribadi ataupun mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara, hal itu dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Bab 1 Pasal 1. Di Indonesia sendiri kegiatan pariwisata sudah sangat berkembang dan salah satu kota tujuan wisata di Indonesia adalah Kota Bandung.

Tabel 1.1

Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanageara Ke Indonesia

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

Sumber : Badan Pusat Statistik 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia dari tahun 2013 hingga tahun 2017 mengalami perubahan yang drastis. Wisatawan mancanegara dari tahun 2013 hingga tahun 2017 selalu mengalami kenaikan. Pada tahun 2013 menuju tahun 2014 mengalami kenaikan sebanyak 7%, tahun 2015 hanya mengalami kenaikan sebanyak 3%, tahun 2016 mengalami kenaikkan sebanyak 16%, dan di tahun 2017 mengalami kenaikan sebanyak 18%. Maka dari itu, Indonesia harus lebih menggencarkan lagi dalam bidang industri pariwisata. Salah satu caranya dengan menambah tempat-tempat wisata di kota-kota yang sering dikunjungi para wisatawan seperti contohnya yaitu Kota Bandung. Kota Bandung sendiri sudah memiliki cukup banyak tempat-tempat wisata yang dapat dikunjungi namun, untuk menarik wisatawan yang lebih banyak agar datang ke Kota Bandung ialah dengan cara membangun tempat-tempat wisata yang unik dan menarik baik itu wisata kuliner, wisata alam, wisata religi, wisata belanja dan tempat-tempat wisata

Ristya Roulita, 2018
STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN DI WAROENG STEAK AND SHAKE CABANG TAMANSARI
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

lainnya agar para wisatawan domestik ataupun mancanegara ingin berkunjung ke Indonesia terutama ke Kota Bandung.

Kegiatan berwisata tidak lepas dari kebutuhan terhadap makan dan minum. Makan dan minum merupakan kebutuhan pokok dan memiliki kedudukan penting bagi kehidupan manusia hal itu, menyebabkan industri pariwisata lekat dengan usaha kuliner.

Tabel 1.2

Jumlah Tempat Makan di Kota Bandung Tahun 2016

Kategori	Jumlah
Restoran	396
Rumah Makan	372
Kafe	14
Bar	13
Jumlah	795

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2016

Tabel 1.2 menunjukan jumlah keseluruhan restoran, rumah makan, kafe, dan bar di Kota Bandung per tahun 2016 adalah sebanyak 795. Jumlah diatas dipastikan akan terus bertambah seiring dengan kemajuan teknologi, kemudahan akses serta keinginan konsumen yang berubah-ubah. Jumlah restoran berada di urutan pertama dan merupakan jumalah terbanyak dibandingkan dengan tempat makan lainnya.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Restoran menyebutkan bahwa restoran diklasifikasi menjadi 3 kelas yaitu; restoran bintang 3 (tiga), restoran bintang 2 (dua), dan restoran bintang 1 (satu).

Banyak produk usaha yang ditawarkan oleh para pengusaha yang bergerak dibidang kuliner baik makanan, minuman, maupun aneka cemilan. Selain itu, inovasi produk pun gencar dilakukan untuk mencegah kejenuhan konsumen yang cenderung meningkat setiap tahunnya. Salah satu restoran yang berada di kota Bandung yang menarik dikaji adalah restoran *steak*. Di Kota Bandung sendiri, terdapat banyak sekali tempat makan berbagai macam olahan *steak* diantaranya ada; Suis Butcher, Steak Ranjang, Karnivor, Warung Steak Pasadena, Javan

Waroeng Steak & Pasta, Abuba Steak, Waroeng Steak and Shake, dan tempat makan *steak* lainnya.

Tabel 1.3

Daftar *Outlet* Waroeng Steak and Shake di Kota Bandung

No.	Alamat
1	Jl. Banteng No.14, Bandung, Jawa Barat
2	Jl. Dipatiukur No.63, Bandung, Jawa Barat
3	Jl. Kopo Cirangrang No.484, Bandung, Jawa Barat
4	Jl. Lengkong Kecil No.21, Bandung, Jawa Barat
5	Jl. Lombok No.9, Bandung, Jawa Barat
6	Jl. Prof. Dr. Ir. Sutami No.23, Bandung, Jawa Barat
7	Jl. Tamansari No.54, Bandung, Jawa Barat

Sumber : *Waroeng Steak and Shake Tamansari 2017*

Banyaknya tempat untuk menikmati berbagai macam olahan *steak* di Kota Bandung ternyata membuat persaingan antara tempat-tempat tersebut semakin ketat namun, salah satu tempat yang masih bertahan diantara persaingan tersebut adalah Waroeng Steak and Shake meskipun telah banyak pesaing baru yang datang dengan berbagai macam inovasi olahan *steak* tidak membuat tempat makan yang satu ini gulung tikar. Dapat di lihat dari Tabel 1.3 meskipun banyak pesaing sejenis yang sudah membuka usaha yang sama namun, Waroeng Steak and Shake tetap berdiri dan memiliki 7 *outlet* di Kota Bandung.

Waroeng Steak and Shake adalah restoran *steak* yang berlokasi di kawasan komersial dan strategis. Salah satu *outlet*-nya terletak di Jalan Tamansari No. 54. Lokasi strategis yang dekat dengan beberapa kampus, sekolahan, dan kantor ini membuat Waroeng Steak and Shake menjadi salah satu tempat makan favorit di Kota Bandung. Tempat makan ini menyediakan menu seperti *original* & *import steak*, *steak burger*, *cordon bleu*, *steak* ala waroeng, *chicken drum steak*, *steak* ikan dan berbagai macam jenis olahan minuman seperti *milk shake*, *juice*, *hot* & *ice* serta menu lainnya sebagai pelengkap.

Waroeng Steak and Shake memiliki segmen pasar untuk kalangan pelajar dan mahasiswa. Waroeng Steak and Shake menawarkan produk *steak* dengan kualitas yang memenuhi syarat dalam artian yaitu halal dengan harga yang terjagkau. Harga yang ditawarkan di Waroeng Steak and Shake mulai dari Rp. 6.000– Rp. 80.000 saja dengan harapan harga tersebut dapat dijangkau oleh semua

kalangan supaya mereka dapat menikmati olahan *steak* dan mengubah presepsi masyarakat mengenai harga *steak* yang mahal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer *outlet* dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis di perusahaan tersebut, terdapat masalah penjualan yang dihadapi oleh Waroeng Steak and Shake Cabang Tamansari. Pada tahun 2017 di Waroeng Steak and Shake Cabang Tamansari tidak terjadi peningkatan penjualan yang signifikan melainkan, dalam beberapa bulan terjadi penurunan omzet penjualan makanan dan minuman yang dijual.

Tabel 1.4

Omzet Penjualan Waroeng Steak and Shake Tamansari 2017

No.	Tahun	Omzet Penjualan
1	2013	6.523.775.000
2	2014	6.010.334.500
3	2015	6.002.110.000
4	2016	5.994.950.500
5	2017	5.820.506.500

Sumber : Waroeng Steak and Shake Tamansari, 2017

Pada Tabel 1.4 dapat diketahui bahwa omzet penjualan di Waroeng Steak and Shake tiap tahunnya menurun. Menurut hasil wawancara dengan manajer *outlet* tamansari, *outlet* tersebut memiliki target omzet yang ingin dicapai perbulannya sebesar Rp.600.000.000.000 per tahun dan menurut hasil wawancara juga, salah satu faktor yang mengakibatkan penurunan penjualan adalah banyaknya pesaing baru walaupun harga yang di tawarkan di Waroeng Steak and Shake bisa terbilang lebih murah dibandingkan dengan pesaing yang ada disekitar.

Jika dilihat dari Tabel 1.4 untuk mencapai target yang diinginkan manajer *outlet* memang membutuhkan proses yang tidak instan agar bisa diwujudkan apabila penurunan terus menerus terjadi maka, Waroeng Steak and Shake akan mengalami kerugian serta tidak bisa mencapai omzet yang diinginkan di tahun berikutnya.

Maka dari itu, solusinya adalah pemilik Waroeng Steak and Shake harus memiliki strategi peningkatan penjualan untuk meningkatkan penjualan dengan

menganalisis faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi penjualan di Waroeng Steak and Shake. Dari latar belakang dan permasalahan yang telah dijabarkan maka judul skripsi yang akan Peneliti ambil adalah **"Strategi Peningkatan Penjualan di Waroeng Steak and Shake Cabang Tamansari".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan idntifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dapat duraikan sebagai berkut :

1. Apa saja faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi Waroeng Steak and Shake?
2. Apa saja faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi Waroeng Steak and Shake?
3. Alternatif strategi apa yang paling sesuai dengan Waroeng Steak and Shake untuk dapat menningkatan penjualannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas terdapat tujuan penelitian yaitu :

1. Menganalisis faktor internal yang dilihat dari kekuatan dan kelemhan Waroeng Steak and Shake.
2. Menganalisis faktor ekteral yang dilihat dari peluang dan ancaman Waroeng Steak and Shake.
3. Mengkaji alternatif strategi yang sesuai untuk meningkatkan penjualan di Waroeng Steak and Shake.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang penulis harapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang ilmu kepariwisataan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini dapat digunakan pemilik usaha untuk bisa meningkatkan promosi yang dilakukan agar lebih baik kedepannya.