

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, perkembangan industri pariwisata di kota Bandung sudah sangat berkembang, hal ini bisa dilihat dari berbagai macam aspek, terutama dalam aspek perekonomian di kota Bandung sendiri bisa di bilang lebih unggul dari pada kota wisata lainnya. Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, standar hidup serta menstimulasi sektor – sektor produktif lainnya (Pendit S. Nyoman, 2001 : 32)

Kepariwisataan saat ini menjadi salah satu pendorong majunya ekonomi sebuah negara, karena apa yang di hasilkan sangat berpengaruh terhadap pelaksanaan pembangunan proyek – proyek. Pariwisata merupakan keseluruhan kegiatan, proses dan kaitan – kaitan yang berhubungan dengan perjalanan dan persinggahan dari orang orang di luar tempat tinggalnya serta tidak dengan maksud mencari nafkah. Kepariwisataan merupakan keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat yang ditujukan untuk menata kebutuhan perjalanan dan persinggahan (Fandeli, 2001).

“Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata” (Undang – undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan).

Dalam pariwisata ada berbagai macam aspek yang dituju, diantaranya adalah wisata alam, wisata religi, wisata budaya, serta wisata kuliner. Dalam perjalanan pariwisata kebanyakan wisatawan ingin disuguhkan dengan wisata kuliner yang menarik, hal ini sudah menjadi suatu daya tarik tersendiri dari destinasi yang di tuju. Jenis pariwisata juga perlu dibicarakan guna menyusun statistik atau data – data penelitian dan peninjauan yang akurat. Dalam pembangunan modern saat ini sudahlah pasti dilakukan penelitian dan peninjauan

agar tidak menemukan kegagalan yang berakibat pada kerugian serta menjauhkan dari hal – hal yang memboroskan. Maka dari itu pembangunan pariwisata di Indonesia perlu didasarkan atas prinsip – prinsip ini.

Perkembangan wisata kuliner di Bandung telah berdampak positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Bandung. Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata jumlah wisatawan yang datang ke Bandung sebagai berikut.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat

NO	KETERANGAN	2013	2014	2015	SATUAN
I	Jumlah Kendaraan yang masuk via gerbang tol (pasteur,Pasirkoja,Kopo,M.Toha,Buah Batu)	33.731.385	35.002.815	32.174.348	Kendaraan
II	1. Jumlah Pengunjung Melalui gerbang Tol.	76.765.364	79.164.051	73.592.442	Orang
	2. Jumlah Pengunjung melalui Bandara, stasiun,terminal	7.073.615	7.038.837	7.603.193	Orang
	Jumlah	83.838.979	86.202.888	81.195.635	Orang
III	Wisatawan yang melalui pintu gerbang kedatangan				
	a. Wisman	176.432	180.143	183.932	Orang
	b. Wisnus	5.388.292	5.627.421	5.877.162	Orang
	Jumlah	5.564.724	5.807.564	6.061.094	Orang
IV	Wisatawan Menginap				
	a. Wisman	170.982	176.487	130.039	Orang
	b. Wisnus	3.726.447	4.242.294	3.874.453	Orang
	Jumlah Tamu Menginap	3.897.429	4.418.781	4.004.492	Orang
	Jumlah Tamu Tidak Menginap	1.667.295	1.388.783	2.056.602	Orang
	Rata-rata Lama Tinggal Wisatawan			2,25	Hari

(Sumber : <https://ppid.bandung.go.id>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2016)

Dari tabel di atas dapat kita simpulkan bahwa meningkatnya jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke kota Bandung pada setiap tahunnya, banyaknya perbandingan antara tamu yang menginap dan tidak disebabkan oleh berbagai macam urusan. Rata – rata tamu yang berkunjung ke kota Bandung dengan berbagai macam kepentingan, ada yang dalam rangka urusan bisnis atau hanya sekedar ingin

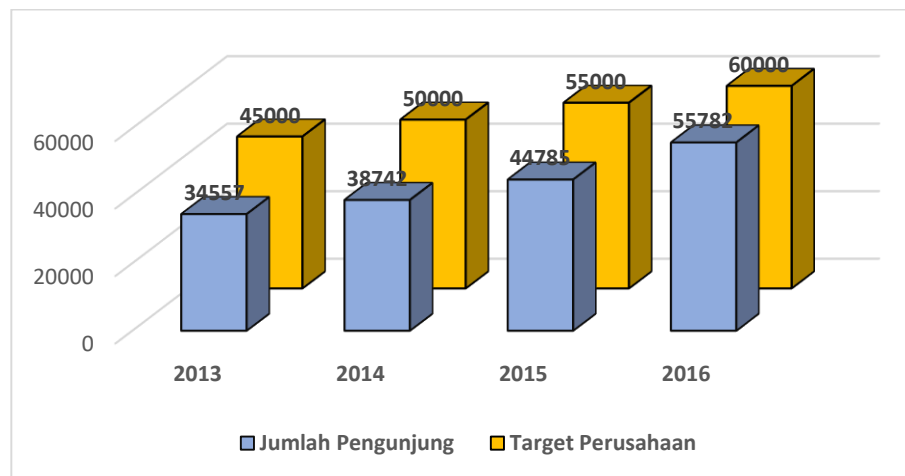
berlibur untuk menikmati alam yang sejuk dari kota ini sendiri serta menikmati berbagai macam sajian kulinernya.

Kota Bandung memiliki berbagai macam destinasi kuliner, dari mulai kuliner yang beraroma tradisional, western, maupun Chinese food, dan Korean food. Hal ini dapat di buktikan dari banyaknya Restoran yang bermunculan di kota ini menyesuaikan dengan budaya yang ada serta berkiblat dari budaya – budaya yang baru masuk yang menimbulkan berbagai macam permintaan adanya restoran yang mempunyai ciri khas sendiri dengan menu – menu yang mereka miliki pula.

Restaurant, café atau bar merupakan komponen fasilitas pendukung pariwisata yang menunjang pelayanan jasa. Fasilitas ini sangat diperlukan untuk menunjang sarana pariwisata yang lainnya. Banyaknya jumlah restoran di Kota Bandung, membuat para pelaku jasa boga untuk bersaing agar mendapatkan banyak konsumen dan menjadi yang terbaik untuk konsumen. Contohnya seperti Resto yang sedang penulis teliti yaitu Restoran Bale Gazeboe. Restoran merupakan industri yang melayani penyediaan makanan dan minuman baik itu kepada konsumen yang jauh dari rumahnya maupun dekat. (Arief, 2005:31)

Bale Gazeboe merupakan usaha dalam bidang jasa boga yang menyediakan makanan dan minuman. Letak dari restoran ini berada di kota Bandung tepatnya di jalan Surapati no.49 dan sudah beroperasi dari tahun 1999. Keunggulan dari restoran ini yaitu cita rasa yang masih menerapkan sisi tradisional dan harga yang relatif terjangkau oleh semua kalangan.

Berdasarkan data survey yang dilakukan penulis serta hasil wawancara penulis dengan manager Bale Gazeboe, menunjukkan jumlah pengunjung yang tidak meningkat secara signifikan dari tahun 2014 ke tahun 2015. Dari sana penulis melihat akan adanya permasalahan pada penerapan pemasaran dan itu pun di akui oleh manager Bale Gazeboe dan masih jauh dari target yang di tetapkan di restorannya. Dalam hal ini pemasaran belum bisa meningkatkan jumlah kunjungan tamu ke Bale Gazeboe.



(Sumber : Restoran Bale Gazeboe)

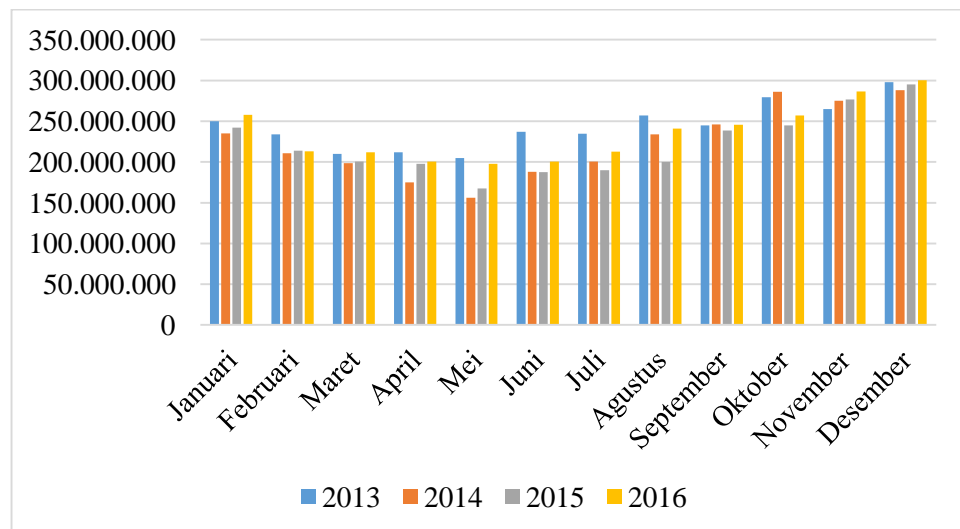
Gambar 1.1

Data Internal Pengunjung Bale Gazeboe Tahun 2013 – 2016

Dari data yang di dapat bisa di lihat bahwa jumlah pengunjung yang datang pada restoran Bale Gazeboe mengalami fluktuatif tiap tahunnya, itu dikarenakan restoran ini masih terbantu oleh pengunjung dari pihak travel baik wisatawan asing maupun wisatawan mancanegara, hanya saja masih jauh dari target yang sudah di tetapkan oleh pihak Bale Gazeboe.

Selain itu juga ketika penulis observasi ke Bale Gazeboe dan mewawancarai pihak Manager, pihak Manager mengeluhkan kurang efisiennya pengolahan makanan di sana di karenakan peralatan masak yang ada di Bale Gazeboe masih menggunakan alat biasa – biasa saja, hal ini memang menjadi satu alasan pihak restoran tentang ketidak inginan restoran mengubah cita rasa yang telah mereka lakukan dari sejak tahun 1999. Ketakutan inilah yang memicu kelemahan pada aspek teknis dan teknologi dalam melakukan proses produksi.

Sebenarnya perubahan alat atau bisa di bilang *upgrading* dalam segi peralatan biasanya sangatlah wajar untuk sebuah restoran, karena biasanya alat yang di perlukan pun hanya mengubah waktu yang lebih efisien saja tanpa mengurangi rasa yang telah ada. Dengan lebih cepatnya proses pengolahan makanan maka semakin cepat pula penyajian makanan terhadap konsumen dan hal – hal kecil seperti ini bisa menjadi salah satu nilai lebih dari restoran itu sendiri terhadap pelayanannya.



Gambar 1.2

Data Pendapatan Restoran Bale Gazeboe

Sumber : Data internal Bale Gazeboe

Berdasarkan data yang ada, bisa dilihat bahwa omset yang di dapat oleh Bale Gazeboe mengalami fluktuatif, tetapi sebenarnya lebih kepada kenaikan yang lumayan jika di lihat dari tiap tahun ke tahunnya, hanya saja pihak restoran sendiri masih menyangkan hal ini karena selalu melenceng kurang dari target yang sudah ditentukan. Sering terjadinya kerugian dalam proses produksi pun karena stok bahan makanan yang tidak habis sesuai target turut di ungkapkan oleh manager Bale Gazeboe dalam wawancara yang penulis lakukan. Lamanya proses produksi juga menjadi suatu hambatan yang masih menjadi masalah dari restoran Bale Gazeboe karna jarangya dilakukan *upgrading* untuk peralatan yang mereka miliki, diungkapkan oleh Managernya sendiri bahwa untuk melakukan *upgrading* ini memerlukan waktu dan proses yang sangat lama, yang pertama dari perijinan pemiliknya sendiri dan yang kedua adalah masalah keuangan yang masih jauh dari target membuat masalah *upgrading* ini belum bisa terlaksana.

Ada dua aspek studi kelayakan bisnis yang harus ditingkatkan pada restoran Bale Gazeboe. Maka dari itu perlu dilakukan Evaluasi Kelayakan Bisnis untuk mengidentifikasi bagaimana bisnis ini dapat berjalan kedepannya, sehingga perusahaan dapat mengetahui dan memutuskan strategi apa yang harus diambil dalam mengembangkan bisnisnya.

Lutfhi Ridwansyah, 2019

EVALUASI KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK TEKNIK PADA RESTORAN BALE GAZEBOE BANDUNG

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

Berdasarkan beberapa hal di atas maka penulis menyimpulkan akan melakukan penelitian mengenai Evaluasi Kelayakan Bisnis dengan judul **“Evaluasi Kelayakan Bisnis Meliputi Aspek Pemasaran Dan Aspek Teknik Pada Restoran Bale Gazeboe Bandung”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang diteliti difokuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran bisnis pada Restoran Bale Gazeboe kota Bandung ?
2. Bagaimana Aspek Pemasaran pada Restoran Bale Gazeboe kota Bandung ?
3. Bagaimana Aspek Teknik pada Restoran Bale Gazeboe kota Bandung ?

1.2.2 Rumusan Masalah

Berikut ini rumusan masalah dalam penelitian di Restoran Bale Gazeboe :

1. Bagaimana Keadaan Bisnis Restoran Bale Gazeboe ?
2. Bagaimana Analisis Evaluasi Kelayakan Pengembangan Bisnis dari Aspek Pemasaran di Restoran Bale Gazeboe ?
3. Bagaimana Analisis Evaluasi Kelayakan Pengembangan Bisnis dari Aspek Teknik di Restoran Bale Gazeboe ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil temuan mengenai :

1. Mengetahui keadaan bisnis Restoran Bale Gazeboe
2. Mengetahui kelayakan Bisnis dilihat dari Aspek Pemasaran
3. Mengetahui kelayakan Bisnis dilihat dari Aspek Teknik

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Meningkatkan wawasan dalam evaluasi kelayakan bisnis khususnya dalam menilai dengan Aspek Pemasaran dalam pengembangan bisnis jasa boga.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini memberikan saran serta pemaparan Aspek Pemasaran kepada pihak restoran Bale Gazeboe untuk mengetahui hal – hal apa saja yang layak dikembangkan untuk usaha bisnis dan keadaan Aspek Pemasaran yang saat ini dilaksanakan di restoran Bale Gazeboe.