

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan satu dari berbagai jenis sektor industri di Indonesia yang memiliki prospek atau perkembangan yang sangat cerah serta mempunyai peluang yang sangat besar dalam pembangunan nilai ekonomi di Indonesia maupun di daerah tersebut apabila dikembangkan dengan baik. Peluang pariwisata akan menjadi sangat besar apabila didukung oleh kondisi alamiah seperti letak geografis (lautan dan Gunung). Pariwisata menurut dari tata bahasa sanskerta yang berarti mereka yang meninggalkan rumah untuk mengadakan perjalanan tanpa mencari nafkah di tempat yang dikunjungi sambil menikmati kunjungan mereka (Pendit, 2003, hlm. 1).

Adapun menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah dan pengusaha di daerah tersebut. Kebutuhan makanan dan minuman merupakan salah satu unsure terpenting untuk manusia agar tidak terancam keberlangsungan hidupnya, kapan pun dimanapun harus terpenuhi makan dan minumannya terutama pada saat mereka berpariwisata

Tabel 1.1  
*Banyaknya Perjalanan Wisatawan Nusantara*

<b>Tahun</b>	<b>Total Perjalanan Wisatawan Nusantara</b>	
	Jumlah	Pertumbuhan (%)
2011	236.752.000	0,1
2012	105.954.000	-1,23
2013	106.651.021	0,06

Diki Zulfikar, 2019

**STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME**

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

2014	116.833.661	0,1
2015	-	-
2016	264.337.518	-
2017	270.822.003	0,25

(Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2018)

Pariwisata dapat dilihat sebagai suatu jenis usaha yang memiliki nilai ekonomi (Sulastiyono, 2008, hlm. 3). Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) mencatat bahwa PDB ekonomi kreatif pada 2016 atas dasar harga berlaku mencapai Rp 922,59 triliun dengan kontribusi terhadap perekonomian nasional sebesar 7,44%. Adapun sektor unggulan ekonomi kreatif saat ini meliputi kuliner, fesyen dan kerajinan. Sementara yang cukup potensial adalah film, musik, dan pengembangan aplikasi games. Hingga akhir 2016, Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif baru mencapai 7,44% dari total PDB nasional. Sehingga potensi ekonomi kreatif ini masih sangat besar untuk dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi dan informasi. Industri kreatif mampu menyerap 16,91 juta jiwa tenaga kerja. Pada industri pariwisata kebutuhan wisatawan terhadap makanan dan minuman dapat mempengaruhi pendapatan industri yang bergerak dalam pelayanan makanan dan minuman. Makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok dan memiliki kedudukan penting bagi kehidupan manusia hal itu menyebabkan industri pariwisata lekat dengan usaha kuliner.

Tabel 1.2

*Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestic di Provinsi Jawa Barat, Tahun 2012-2018*

<b>WISATAWAN</b>			
Tahun	M mancanegara	Domestik	Total
2012	1.905.378	42.758.063	44.663.441
2013	1.794.401	45.536.179	47.357.580

Diki Zulfikar, 2019

**STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME**

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

2014	1.962.639	47.992.088	49.954.727
2015	2.027.629	56.334.706	58.362.335
2016	4.428.094	58.728.666	63.156.760
2017	4.984.035	59.664.070	64.628.105
2018 (November)	4.148.600	58.216.285	62.364.885

(Sumber : Pustadin Kemenparekrif & BPS, 2018)

Kebutuhan konsumen terhadap industri kuliner cukup beragam maka dari itu jenis rumah makan pun semakin beragam yaitu *Bistro, Canteen, Cabaret Atau Nite Club, Chop Seak Coffe Pot, Coffe Shop Dilicattasent Drive Inn Grillin Lunch Wagon, Ratshkeller* (Arief, 2005, hlm. 3), selain itu kebutuhan wisatawan terhadap kuliner tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan akan makan dan minum saja, tetapi mencari pengalaman makan yang berbeda ketika mengonsumsi makanan atau mencari pengetahuan lebih tentang makanan tertentu di suatu daerah yang biasa disebut wisata kuliner. Terdapat berbagai wilayah Indonesia yang memiliki destinasi wisata, salah satunya yaitu Kabupaten Subang yang berada di Provinsi Jawa Barat. Kabupaten Subang merupakan daerah yang terkenal dengan adanya buah nanas yang khas dan telah dikenal secara luas. Selain beras, Kabupaten Subang pun memiliki berbagai destinasi wisata alam maupun kuliner yang dapat mendatangkan wisatawan.

Bertambahnya jumlah wisatawan yang mendatangi kawasan Subang dapat memengaruhi perkembangan destinasi wisata. Dengan bertambahnya destinasi wisata maka industri makanan dan minuman pun akan meningkat. Di kawasan Subang terdapat industri makanan dan minuman yang sangat beragam, mulai dari pusat oleh-oleh khas Kabupaten Subang sampai dengan kafe.

Tabel 1.3

Diki Zulfikar, 2019

**STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME**

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

*Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestic di Kab. Subang*

No.	Tahun	M mancanegara	Domestic	Jumlah
1	2007	54.331	4.926.098	4.980.429
2	2009	69.140	5.430.314	5.499.454
3	2011	223.891	2.977.543	3.201.434
4	2012	170.274	3.227.988	3.398.262

(Sumber : BPS Kab. Subang, 2013)

Menurut informasi yang tersedia di Web Kabupaten Subang di tahun 2017 terdapat 18 cafe yang telah resmi berdiri di Subang. Dengan data tersebut tersebut dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Subang berkemungkinan menjadi salah satu peluang usaha yang dapat berdampak pada peningkatan beberapa perusahaan yang ingin berkecimpung di bidang kuliner seperti cafe maupun restoran.

Meningkatnya bisnis café didukung dengan meningkatnya tingkat keinginan konsumen dalam mendapatkan hidangan yang diinginkan yang didukung dengan suasana yang dapat menarik minat konsumen. Berikut daftar Restoran di Kabupaten Subang :

Tabel 1.4

*Daftar Restoran di Kab. Subang*

No.	Nama Restoran	Alamat
1	Lampu Satu Resto & Bakery	Jalan Otista No 1a Subang
2	RM Tahu Coel Ponyo	Jalan raya cijambe KM 9
3	Cafe D tuang	Jl. Oto Iskandardinata No.98, , Kec. Subang,
4	Cafe followmie	Jalan Oto Iskandardinata No.48,, Subang,
5	RM Sangkuriang	Jl. Raya Cijambe, Tambakmekar, Cijambe
6	RM. Sindang hela abah	Jalan Cijambe km 12
7	Rumah makan Ma'pinah	Jl. Raya Pamanukan, Mundusari, Pusanagara Subang

Diki Zulfikar, 2019

**STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME**

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

8	Nasi Liwet Mang Nana	Jalan Sukamelang, Subang-Pagaden Km. 3
9	RM markoni	jalan sukasari KM 4 pamanukan 41254
10	Dapur Tutug	jalan darmodihardjo
11	RM arum sari	Jalan Ahmad Yani Subang
12	RM sari mawar	Jalan Raya Ciater-Subang
13	RM alam sari	Jalan Raya Kalijati Subang 461533
14	RM gala	jalan raya pagaden-subang
15	RM maranggi	jalan ahmad yani Pasirkareumbi Kabupaten Subang,
16	RM Bale Desa	jalan darmodihardjo (terusan terminal subang)
17	RM purnama	Jalan Ahmad Yani no 80 Subang
18	RM Mang Yeye	Jalan Raya Kalijati , Kalijati Barat Subang

RM Mang Yeye terletak 14 KM dari pusat kota Subang, namun itu tidak menyurutkan minat konsumen datang ke tempat tersebut, berdiri sejak tahun 1990 terbukti secara konsisten dapat bertahan di persaingan ketat dan menjamurnya banyak tempat makan, berikut tabel pendapatan RM Mang Yeye.

<b>TAHUN</b>	<b>BULAN</b>	<b>PENDAPATAN</b>
2017	Januari	Rp.98.644.700
	Februari	Rp.102.329.300
	Maret	Rp.96.011.400
	April	Rp105.388.600
	Mei	Rp.108.738.900
	Juni	Rp.118.722.900
	Juli	Rp.110.129.800
	Agustus	Rp99.455.700
	September	Rp.102.122.600

Diki Zulfikar, 2019

**STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME**

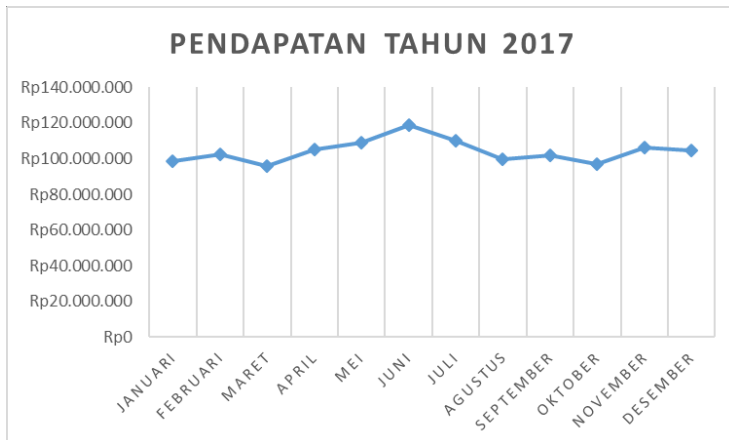
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2018	Oktober	Rp.96.782.200
	November	Rp.106.433.200
	Desember	Rp.104.655.700
	Januari	Rp.103.655.750
	Februari	Rp.99.655.400
	Maret	Rp.98.164.300
	April	Rp.104.114.200
	Mei	Rp.120.890.100
	Juni	Rp.110.655.400
	Juli	Rp.104.655.300

Tabel 1.5

*Pendapatan Rumah Makan Mang Yeye*

(Sumber: Rumah Makan Mang Yeye, 2018)

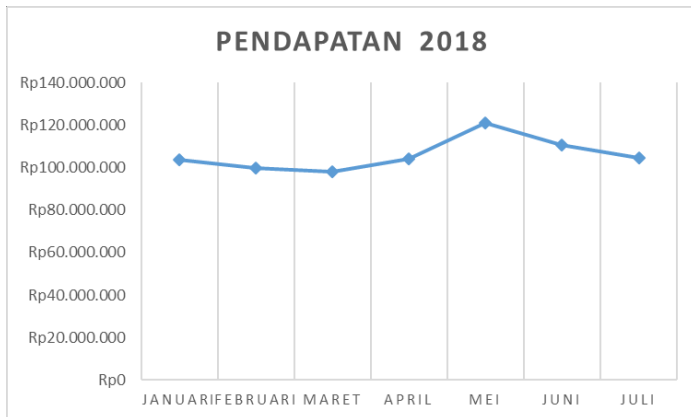


*Gambar 1.1* Grafik Pendapat Rumah Makan Mang Yeye 2017  
(Sumber: Rumah Makan Mang Yeye, 2018)

Diki Zulfikar, 2019

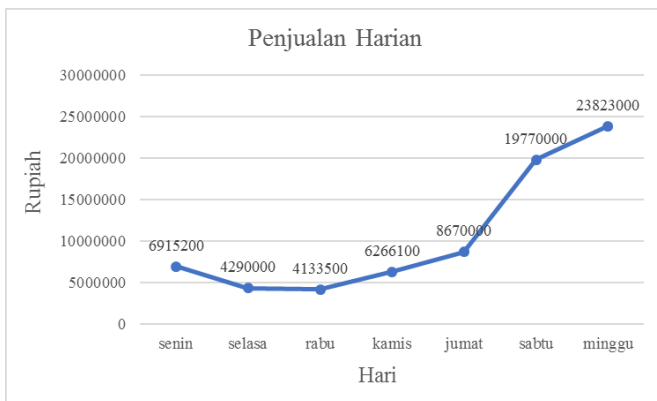
**STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME**

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



Gambar 1.2 Grafik Pendapatan Rumah Makan Mang Yeye 2018

(Sumber: Rumah Makan Mang Yeye, 2018)



Gambar 1.3 Grafik Pendapatan Harian 2018

Menurut observasi dan pra penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat alasan berikut ini yang menyebabkan penurunan penjualan RM Mang Yeye, faktor tersebut disebabkan diantaranya :

Diki Zulfikar, 2019

**STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME**

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

### 1. Penjualan Fluktuatif

Dalam seminggu pemilik mengandalkan penjualan di akhir pekan yakni jumat sabtu minggu, sedangkan penjualan turun drastis dihari senin hingga kamis .

### 2. Pembangunan Infrastruktur

Dibangunnya jalan tol Cipali (Cikampek-Palimanan) dan diresmikan nya pada tahun 2015 yang menjadi sebab stagnan atau bahkan menurun nya penjualan RM Mang Yeye sebab sebelum jalan tol tersebut digunakan RM Mang Yeye bisa buka hingga 24 jam tanpa henti, namun setelah ada jalan tol Cipali, mengurangi pengunjung untuk melewati ruas jalur tengah provinsi menuju kabupaten penyangga.

### 3. Konsumen tetap bukan pengunjung baru

Banyak dari konsumen bercerita bahwa mereka sudah berlangganan lebih dari 1 tahun , maka dari itu RM Mang Yeye lebih nyaman untuk menjual produk nya terhadap konsumen tetap.

### 4. Harga yang cukup mahal

Di RM Mang Yeye untuk mendapatkan makanan khas nya yakni Ayam Goreng Kampung di hargai sekitar Rp. 95.000-Rp100.000 untuk satu ekor ayam terdiri 6 Bagian ayam lengkap dari kepala sampai ceker, maka dari harga tersebut banyak konsumen yang lebih memilih untuk dibawa pulang, bukan untuk santap di tempat, otomatis banyak nilai tambah berkurang untuk RM Mang Yeye.

### 5. Fluktuasi harga dan penjualan

Menurut penuturan sang pemilik RM Mang Yeye yang di kelola oleh generasi kedua, mengatakan bahwa penjualan masih mengandalkan akhir pekan untuk mendapatkan peningkatan volume penjualan, terbukti di akhir pekan RM M Yeye bisa menjual produk unggulan nya hingga > dari 100 ekor ayam, namun sayang di hari lain penjualan nya bisa turun drastis hingga 60 % dari penjualan akhir pekan.

Pernah ditemui suatu masa ketika ayam kampung sulit ditemui di pasar, pihak pengelola atau pemilik terpaksa harus menaikkan harga

**Diki Zulfikar, 2019**

**STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME**

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



menu tanpa pemberitahuan sebelumnya pada konsumen, banyak konsumen yang merasa sedikit dirugikan terkait dampak kenaikan harga menu.

#### 6. Masih belum memiliki Misi dan Strategi

Ketika ditanyakan terkait bagaimana menghadapi persaingan dengan restoran sekitarnya, pihak manajemen hanya mengandalkan satu aspek yakni mempertahankan kualitas cita rasa dan produk, ini merupakan salah satu kelemahan yang menyebabkan sulitnya mengendalikan atau meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan penemuan lapangan dan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *Strategi Pengembangan Bisnis dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi RM Mang Yeye*.

### 1.2 Identifikasi, dan Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas terdapat beberapa faktor dasar penelitian yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal yang berpengaruh dari segi kekuatan dan kelemahan RM Mang Yeye dalam menghadapi persaingan?
2. Apa saja faktor eksternal yang berpengaruh dari segi peluang dan ancaman RM Mang Yeye dalam menghadapi Persaingan ?
3. Bagaimana strategi yang harus dilaksanakan RM Mang Yeye dalam menghadapi persaingan berdasarkan analisis SWOT?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas terdapat tujuan penelitian yaitu :

1. Menganalisis faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan RM Mang Yeye;
2. Menganalisis faktor eksternal yang menjadi peluang dalam bisnis RM Mang Yeye;
3. Mengidentifikasi strategi pengembangan bisnis pada RM Mang Yeye menggunakan analisis SWOT.

Diki Zulfikar, 2019

**STRATEGI PENGEMBANGAN RUMAH MAKAN MANG YEYE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME**

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

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan Penulis dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu strategi pengembangan usaha berdasarkan analisis SWOT.

### **2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada RM Mang Yeye dan membantu RM Mang Yeye dalam melakukan pengembangan bisnis untuk meningkatkan penjualan.