

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Fokus pemerintah yang harus dikembangkan pada saat ini yaitu sektor pariwisata. Sektor pariwisata telah menjadi sorotan dan hal penting bagi setiap Negara dan kalangan industri pariwisata, khususnya Indonesia. Menurut (Spillane, 1987) pariwisata yaitu perjalanan untuk mendapatkan kenikmatan, kepuasan maupun untuk menunaikan tugas. Sedangkan dalam (Undang Undang No 10, 2009 Bab I Pasal I) dikemukakan bahwa wisata merupakan kegiatan seseorang mengunjungi tempat rekreasi dalam waktu yang sementara.

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 bisa dilihat pada tabel 1.1

**Tabel 1.1**

#### **Data kunjungan wisatawan yang datang ke Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
2014	9,408,814
2015	9,518,021
2016	11,519,275
2017	14,039,799
2018	14,612,803

2019	16,107,764
------	------------

*Sumber : Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2019*

Sajian data pada tabel 1.1 memperlihatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan setiap tahunnya. Potensi wisata yang dimiliki Indonesia tersebar diseluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang berpotensi besar di bidang pariwisata, karena Jawa Barat merupakan provinsi yang padat penduduknya. Ragam jenis wisata tersedia di Jawa Barat mulai dari wisata alamnya yang sangat terkenal, wisata budaya, wisata kuliner, wisata religi, hingga wisata minat khusus seperti wisata mistis. Kota Bandung merupakan salah satu wilayah administrasi tingkat dua di Jawa Barat, kota Bandung tidak hanya menyajikan wisata alam yang begitu indah, namun di kota ini menyajikan wisata kuliner yang beragam, sehingga banyak tempat wisata kuliner yang dapat dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

**Tabel 1.2**

**Jumlah restoran, rumah makan, café dan coffee shop di Kota Bandung**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Restoran, Rumah Makan, Café dan Coffee Shop di Kota Bandung</b>
2012	196
2013	235
2014	432
2015	653
2016	795
2017	870

*Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung*

Data tabel 1.2 jumlah restoran, rumah makan, café dan coffee shop di Kota Bandung pada tahun 2012 sebanyak 196 kemudian pada tahun 2013 meningkat sebesar 39 atau sebesar 1% menjadi 235 lalu pada tahun 2014 meningkat sebesar 197 atau sebesar 6% menjadi 432 dan meningkat pada tahun 2015 sebanyak 221 atau sebesar 7% menjadi 653. Pada tahun 2016 jumlahnya kembali meningkat sebanyak 142 atau sebesar 4% menjadi 795 kemudian pada tahun 2017 meningkat sebesar 75 atau sebesar 2% menjadi 870. Data tersebut menunjukkan industri kuliner di Kota Bandung berkembang sejak 5 tahun terakhir.

Salah satu sektor pariwisata yang sedang berkembang dan menjadi tren saat ini adalah sektor agrowisata yaitu suatu bentuk pariwisata yang mengembangkan dan memanfaatkan potensi keindahan sektor pertanian, agribisnis dan perkebunan. Termasuk di dalamnya adalah pengembangan agrowisata kopi. Kopi adalah minuman yang berasal dari pengolahan dan ekstraksi tanaman kopi. Kata kopi sendiri berasal dari bahasa Belanda *koffie* dimana pada masa penjajahan Belanda, banyak perkebunan kopi Indonesia dan hasilnya dibawa ke Belanda untuk diperjual belikan, sehingga minuman kopi merupakan salah satu minuman yang digemari di Belanda. Banyak jenis biji kopi yang menjadi andalan bagi para penikmat kopi seperti : Puntang, Kintamani, Pangalengan, Aceh, Flores dan masih banyak lagi. Kopi daerah Jawa Barat pun salah satu pengeksport terbesar yang sudah sampai di kancah internasional.

Karena kopi dari Jawa Barat memiliki cita rasa yang tidak diragukan lagi, maka banyak digunakan oleh para pelaku usaha di bidang kuliner yang membuka coffee shop. Seiring dengan menjamurnya coffee shop di berbagai daerah, Kota Bandung pun salah satunya yang banyak para pelaku usaha membuka coffee shop dengan keunikan dan strateginya masing-masing untuk terus berkembang.

Salah satu coffee shop yang telah bertahan di Kota Bandung dari tahun 2016 adalah Freddo Coffee Shop yang berdiri sejak 20 Oktober 2016. Coffe shop ini terletak di Jl. Merak No.4, Sadang Serang, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40133. Meskipun terbilang masih cukup baru, akan tetapi coffee shop

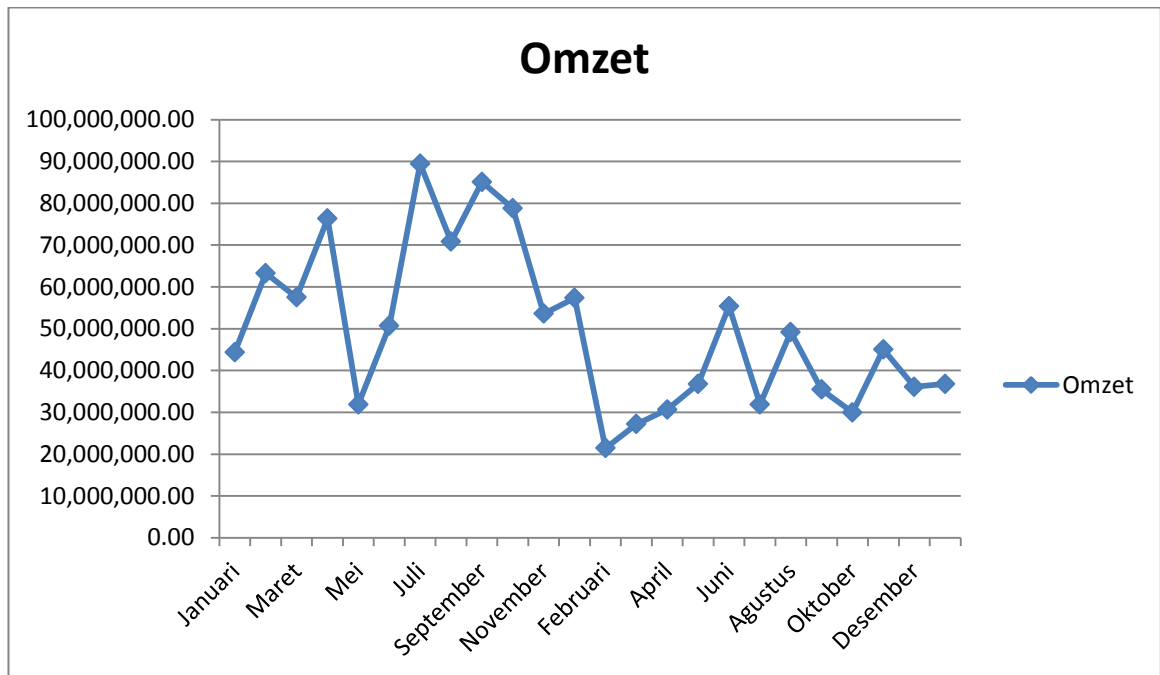
ini telah memiliki banyak pelanggan tetap, khususnya remaja dan menjadi wadah perkumpulan beberapa komunitas anak-anak motor di Kota Bandung.

**Tabel 1.3**

**Omzet penjualan Freddo Coffee Shop Bandung tahun 2018 - 2019 (per bulan)**

<b>Bulan</b>	<b>Omzet Tahun 2018</b>	<b>Omzet Tahun 2019</b>
<b>Januari</b>	Rp 44.381.764,5	Rp 21.454.300
<b>Februari</b>	Rp 63.265.467,6	Rp 27.163.000
<b>Maret</b>	Rp 57.511.981,4	Rp 30.645.500
<b>April</b>	Rp 76.321.457,8	Rp 36.781.600
<b>Mei</b>	Rp 31.876.993,5	Rp 55.376.315
<b>Juni</b>	Rp 50.675.391	Rp 31.891.450
<b>Juli</b>	Rp 89.459.900	Rp 49.185.500
<b>Agustus</b>	Rp 70.835.129,6	Rp 35.445.600
<b>September</b>	Rp 85.100.300	Rp 29.969.750
<b>Oktober</b>	Rp 78.800.365,7	Rp 45.057.350
<b>November</b>	Rp 53.611.125	Rp 36.113.500
<b>Desember</b>	Rp 57.345.734,9	Rp 36.780.489
<b>Total</b>	<b>Rp 759.185.611</b>	<b>Rp 435.864.354</b>

*Sumber : Freddo Coffee Shop Bandung, 2019*



**Gambar 1.1**

**Grafik omzet Freddo Coffee Shop Bandung (dalam rupiah)**

*Sumber : data di olah oleh penulis, 2019*

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa penjualan Freddo *Coffee Shop* tahun 2018-2019 dari bulan januari sampai desember grafik nya tidak signifikan. Pada tahun 2018 bulan januari omzet yang di dapat sebesar Rp 44.381.764,5 , pada bulan februari naik 2% menjadi Rp 63.265.467,6 , bulan maret turun menjadi sebesar Rp 57.511.981,4 , bulan april terjadi kenaikan 2% menjadi sebesar Rp 76.321.457,8 , bulan mei turun kembali menjadi sebesar Rp 31.876.993,5 , bulan juni naik 2% menjadi sebesar Rp 50.675.391 , bulan juli mengalami kenaikan kembali sebesar 5% menjadi sebesar Rp 89.459.900 , bulan agustus sedikit menurun menjadi sebesar Rp 70.835.129.6 , bulan september naik 1% menjadi sebesar Rp 85.100.300 , bulan oktober menurun menjadi sebesar Rp 78.800.365,7 , bulan november turun kembali menjadi sebesar Rp 53.611.125 dan pada bulan desember mengalami sedikit kenaikan sebesar 1% menjadi sebesar Rp 57.345.734,9.

Sedangkan pada tahun 2019 bulan januari sampai dengan bulan mei mengalami kenaikan omzet terus menerus, bulan januari sebesar Rp 21.454.300, bulan februari naik 1% menjadi sebesar Rp 27.163.000, bulan maret naik 1% menjadi sebesar Rp 30.645.500, bulan april naik 1% menjadi sebesar Rp 36.781.600, bulan mei naik 4% menjadi sebesar Rp 55.376.315, pada bulan juni mengalami penurunan menjadi sebesar Rp 31.891.450, bulan juli mengalami kenaikan kembali 4% menjadi sebesar Rp 49.185.500, bulan agustus menurun menjadi sebesar Rp 35.445.600, bulan september menurun kembali menjadi sebesar Rp 29.969.750, bulan oktober mengalami kenaikan 3% menjadi sebesar Rp 45.057.350, bulan november turun kembali menjadi sebesar Rp 36.113.500 dan pada bulan desember mengalami sedikit kenaikan 1% menjadi sebesar Rp 36.780.489.

Tidak mudah mempertahankan usaha coffee shop ini, sebab semakin banyak pesaing-pesaing yang memiliki usaha coffee shop yang lebih terkenal. Penjualan yang tidak signifikan dari tahun ke tahun dan kurang minatnya orang-orang untuk mengunjungi coffee shop pada waktu pagi hari sampai siang hari itulah yang menjadi hambatan yang dirasakan Freddo Coffee Shop.

Meskipun ada kendala yang dihadapi oleh Freddo Coffee Shop yang kemungkinan akan selalu menghambat kegiatan usaha yang dilakukan. Terlebih lagi, Freddo Coffee Shop merupakan pendatang baru dalam usaha coffee shop, tentunya memerlukan bantuan berupa strategi-strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan penjualan lebih baik lagi. (Purba, 2011) mengemukakan sebelum memutuskan untuk melakukan pengembangan sebuah perusahaan, hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang nantinya dapat mempengaruhi keberhasilan pengembangan perusahaan itu sendiri, baik dari sisi internal perusahaan maupun eksternal perusahaan.

Perencanaan strategi perlu dirumuskan dengan teliti agar peningkatan penjualan dan produksi dapat dicapai oleh perusahaan. Strategi pengembangan yang mengedepankan inovasi dan kreativitas membuat perencanaan tercapai

secara realistis. Berdasarkan pemaparan sebelumnya, penulis akan mengangkat judul penelitian yaitu “**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS FREDDO COFFEE SHOP**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Faktor internal apa saja yang berpengaruh dari segi kekuatan dan kelemahan dari Freddo Coffee Shop Bandung dalam menghadapi persaingan?
2. Faktor eksternal apa saja yang akan menjadi peluang dan ancaman bagi Freddo Coffee Shop Bandung dalam menghadapi persaingan?
3. Bagaimana strategi yang harus dilaksanakan Freddo Coffee Shop Bandung dalam menghadapi persaingan berdasarkan analisis SWOT?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor internal dari Freddo Coffee Shop Bandung dilihat dari segi kekuatan dan kelemahannya menghadapi persaingan.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal dari Freddo Coffee Shop Bandung sebagai ancaman dan peluang dalam menghadapi persaingan.
3. Untuk mengetahui strategi yang harus dilakukan Freddo Coffee Shop Bandung dalam menghadapi persaingan berdasarkan analisis SWOT

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoretis**

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu manajemen khususnya Manajemen Industri Katering mengenai strategi bersaing dalam bisnis.

### **2. Manfaat Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan juga masukan yang membangun dalam hal permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan berkaitan dengan strategi bersaing dalam persaingan yang semakin ketat dibidang usaha coffee shop di Kota Bandung.