

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah kegiatan-kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah dan kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata, bersifat multidimensi dan multidisiplin yang menjadi pemenuhan kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Salah satu sektor yang mendorong roda perekonomian Indonesia adalah sektor pariwisata. Lokasi dan budaya yang melekat dapat ditemukan di sepanjang wilayah Indonesia dan semakin menarik wisatawan, baik lokal maupun asing. Hal tersebut menjadi kekuatan untuk Indonesia dalam mengembangkan pariwisatanya. (Prasmul tourism, 2017)

Pariwisata juga sudah menjadi bukti dan solusi dalam menopang perekonomian negara Indonesia. Industri pariwisata, di banyak daerah, sudah memberikan dampak positif untuk perkembangan ekonomi secara signifikan, seperti menciptakan lapangan pekerjaan, membuka peluang usaha yang baru, dan lain sebagainya. (Hermawan, 2016a, Ghani, 2015, dan Hermawan 201b)

Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya pendapatan di sektor pariwisata pada tahun 2014-2016 yang akan disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1

Data Distribusi Pendapatan Pariwisata Tahun 2014-2016

Jenis Ekspenditur	2014	2015	2016
Akomodasi	5.105,08	5.250,34	5.185,80
Belanja	846,71	801,48	806,74
<i>Entertainment</i>	347,35	424,94	386,69
<i>Guide service</i>	42,2	57,56	47,96
<i>Healthy and beauty</i>	271,87	231,24	235,41
Makanan dan minuman	2.058,13	2.398,49	2.434,78
Paket pariwisata local	208,84	244,76	252,06
Pendidikan	24,63	33,18	31,87
Penerbangan domestic	229,01	314,07	271,08
Souvenir	798,21	776,48	830,76
Transportasi local	812,54	929,96	1065,37
Lainnya	211,67	87,00	76,45
Total pendapatan	11.166,13	11.760,74	11.933,61

Ekspenditur dalam juta US\$

Sumber: Statistical Arrival, Kemenpar, 2018

Saat melakukan pariwisata, biasanya seseorang akan mencari destinasi yang menarik dan tempat makan yang unik. Hal tersebut merupakan wisata kuliner. Wisata kuliner tidak hanya kegiatan bepergian atau singgah ke rumah makan, namun wisata kuliner merupakan usaha mencari pengalaman makan dan minum yang berkesan dan unik. Kesan dan keunikan tersebut yang menjadi daya tarik sebuah wisata kuliner. (Widodo & Mahmudy, 2010)

Kota Bandung adalah salah satu kota yang berada di Jawa Barat dan menjadi destinasi pilihan terfavorit di Provinsi Jawa Barat. Masyarakat Kota Bandung dinilai memiliki kreatifitas yang tinggi, baik di bidang seni, kerajinan, *fashion*, dan juga kuliner, sehingga Kota Bandung dikenal sebagai kota wisata belanja dan kuliner. Kota Bandung juga dikenal sebagai kota yang bisa menghasilkan produk-produk kreatif yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga membuat wisatawan tidak bisa menemukan keunikan ini di tempat lain. Dapat dipastikan, bahwa setiap wisatawan tentunya

Felicia Puiterna, 2020

STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA VITADELI BAKERY BANDUNG

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

memerlukan fasilitas makan dan minum dan Kota Bandung merupakan salah satu destinasi wisata yang kaya akan penawaran berbagai jenis kuliner. (Nurwitasari, 2015)

Berikut adalah tabel data wisatawan mancanegara setiap bulannya pada tahun 2018 dan 2019 beserta persentase pertumbuhannya:

Tabel 1.2

Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Per Bulan pada Tahun 2018 dan 2019 beserta Persentase Pertumbuhannya

Bulan	2018	2019	Persentase Pertumbuhan
Januari	1.097.839	1.201.735	9,46
Februari	1.197.503	1.243.996	3,88
Maret	1.363.426	1.311.911	-3,93
April	1.302.321	1.274.231	-2,20
Mei	1.242.705	1.249.536	0,55
Juni	1.322.674	1.434.103	8,42
Juli	1.547.231	1.468.173	-5,38
Agustus	1.511.021	1.530.268	1,27
September	1.370.943	1.388.719	1,30
Oktober	1.291.605	1.346.434	1,92
November	1.157.483	1.280.781	10,65
Desember	1.405.554	1.377.067	-2,07
Total	15.810.305	16.106.954	1,88

Sumber: BPS, 2020

Sebagai kota yang kaya akan berbagai jenis kuliner, Bandung merupakan kota yang banyak menawarkan bisnis kuliner. Bisnis saat ini tidak lagi berfokus pada laba dan keuntungan saja. Para pelaku bisnis kini menggunakan pemasaran aktif lebih berorientasi pada pelanggan dan

Felicia Puiterna, 2020

STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA VITADELI BAKERY BANDUNG

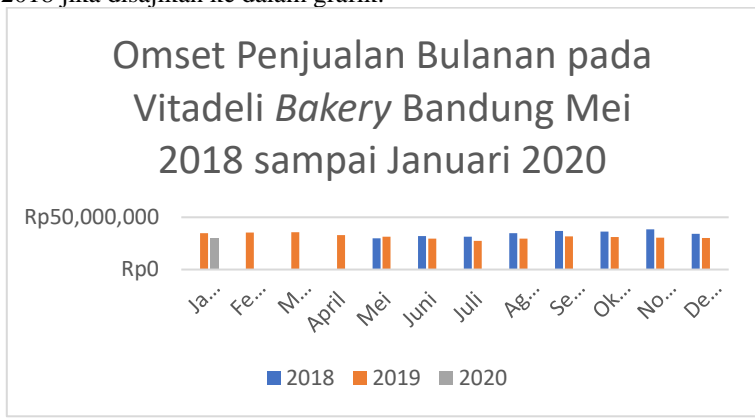
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

membuat para pelaku bisnis untuk memiliki sudut pandang konsumen, yaitu “*want and need*”. (Meldarianda & Lisan, 2010)

Salah satu bisnis kuliner yang banyak di kota Bandung adalah toko roti atau biasa dikenal *bakery*. Semakin banyak pelaku bisnis pada bidang yang sejenis membawa dampak adanya persaingan yang semakin kuat dan ketat. Agar dapat bertahan dan berkembang pelaku bisnis harus bisa membuat keunggulan tersendiri agar mampu bersaing dan memuaskan konsumen. (Husfah & Hadi, 2017)

Penulis tertarik memilih Vitadeli *Bakery* Bandung sebagai objek penelitian karena Vitadeli *Bakery* Bandung merupakan anak bisnis dari Vitasari *Bakery* yang sedang berkembang. Vitadeli *Bakery* Bandung berdiri pada Mei 2018 dan terletak Paskal Hyper Square, Jl. Pasir Kaliki No.67, Ciroyom, Andir, Bandung dan merupakan lokasi yang sangat strategis untuk bisnis karena merupakan kawasan perbelanjaan, ditandai banyaknya rumah toko dan mall. Dengan lokasi yang strategis, hal tersebut juga mengakibatkan banyaknya bisnis sejenis yang menjadi kompetitor, seperti *Sukha Delights*, *Tous Les Jours*, *Sharon Bakery*, dan lainnya, yang bisa saja menjadi ancaman bagi Vitadeli *Bakery* Bandung.

Berikut data omset penjualan bulanan pada Vitadeli *Bakery* Bandung tahun 2018 jika disajikan ke dalam grafik:



Gambar 1.1

Grafik Omset Vitadeli *Bakery* Bandung

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik, omset yang diterima Vitadeli *Bakery* Bandung sempat menurun saat bulan April 2019 hingga Juli 2019 dan sampai bulan Januari 2020 belum terlihat adanya kenaikan omzet yang signifikan sehingga penulis melihat perlu adanya studi

Felicia Puiterna, 2020

STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA VITADELI BAKERY BANDUNG

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

kelayakan bisnis dalam aspek industri, aspek pasar, aspek pemasaran, aspek manajemen, aspek sumber daya manusia, aspek teknis dan produksi, aspek finansial, aspek lingkungan dan aspek hukum. Penelitian ini diberi judul **“Studi Kelayakan Bisnis pada Vitadeli Bakery Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek industri?
2. Bagaimana gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek pasar?
3. Bagaimana gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek pemasaran?
4. Bagaimana gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek manajemen?
5. Bagaimana gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek sumber daya manusia?
6. Bagaimana gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek teknis dan produksi?
7. Bagaimana gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek finansial?
8. Bagaimana gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek lingkungan?
9. Bagaimana gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek hukum?
10. Bagaimana kelayakan bisnis usaha Vitadeli Bakery Bandung?
11. Bagaimana kontribusi kelayakan bisnis Vitadeli Bakery Bandung terhadap wisata kuliner?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek industri.
2. Untuk mengetahui gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek pasar.
3. Untuk mengetahui gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek pemasaran.
4. Untuk mengetahui gambaran bisnis Vitadeli Bakery Bandung berdasarkan aspek manajemen.

Felicia Puiterna, 2020

STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA VITADELI BAKERY BANDUNG

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

5. Untuk mengetahui gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek sumber daya manusia.
6. Untuk mengetahui gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek teknis dan produksi.
7. Untuk mengetahui gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek finansial.
8. Untuk mengetahui gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek lingkungan.
9. Untuk mengetahui gambaran bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung berdasarkan aspek hukum.
10. Untuk mengetahui kelayakan bisnis usaha Vitadeli *Bakery* Bandung.
11. Untuk mengetahui kontribusi kelayakan bisnis Vitadeli *Bakery* Bandung terhadap wisata kuliner.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoritis**
Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut mengenai analisis kelayakan bisnis pada aspek pemasaran.
2. **Manfaat Praktis**
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis yaitu sebagai dasar pertimbangan bagi perusahaan untuk mengelola dan mengembangkan kembali usahanya, serta memberikan informasi atau masukan bagi peneliti selanjutnya.