

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, *hospitality industry* sangat berkembang dengan pesat. Ini dibuktikan dengan banyaknya yang terlibat dalam industri ini. Karena dengan adanya industri ini membuka peluang usaha untuk dapat mengembangkan kariernya di bidang *hospitality*. 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 dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, dimana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan di tengah-tengah industri lainnya. 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).

Jenis pariwisata perlu pula dibicarakan untuk menyusun statistic atau data-data penelitian dan peninjauan yang lebih akurat. Setiap orang telah memaklumi bahwa pembangunan ekonomi modern saat ini tanpa penelitian dan peninjauan yang sistematis akan menemui kegagalan dan berakibat kerugian

serta pemborosan yang tidak sedikit. Justru karenanya pembangunan industri pariwisata di Indonesia juga harus didasarkan atas prinsip-prinsip ini.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat

Wisatawan	Tahun		
	2010	2011	2012
Mancanegara	750.324	800.678	1.121.238
Nusantara	34.056.978	36.154.376	38.346.304
Jumlah Wisatawan	34.807.302	36.955.054	39.467.542

Sumber : Disbudpar Jawa Barat dan www.jabarprov.go.id

Dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara maupun nusantara ke Jawa Barat pada setiap tahunnya. Banyaknya tempat-tempat di propinsi ini dapat dikunjungi, baik yang datang dalam urusan bisnis maupun hanya untuk sekedar liburan dan menikmati aneka kuliner dari tanah pasundan ini.

Tabel 1.2
Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung

Wisatawan	Tahun		
	2010	2011	2012
Mancanegara	228.449	225.585	176.855
Nusantara	4.951.439	6.487.239	5.080.584
Jumlah Wisatawan	5.179.888	6.712.824	5.257.439

Ket : Sudah disesuaikan dengan perhitungan BPS

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2013

Dari data tabel 1.2 terlihat tingkat kunjungan wisatawan ke Kota Bandung tiap tahunnya mengalami peningkatan baik wisatawan mancanegara maupun nusantara, meskipun pada tahun 2012 mengalami penurunan tetapi tidak menyurutkan minat para wisatawan untuk terus datang mengunjungi kota Bandung. Keunggulan Kota Bandung dalam mengolah kuliner terutama kualitas restorannya, seiring dengan tingkat ekspektasi pelanggan yang semakin meningkat dan ketatnya persaingan, maka usaha ini tidak lantas mengandalkan produk fisik sebagai daya saing saja, karena hampir semua restoran yang terdapat dalam klasifikasi memiliki fasilitas fisik yang sama maka harusnya mengembangkan dan berfokus pada aspek pelayanan, penempatan lokasi dan harga yang digunakan untuk bersaing serta dapat menjadi andalan.

Perkembangan usaha pada saat sekarang ini ditandai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mengakibatkan keinginan dan kebutuhan manusia mengalami perubahan. Setiap orang bebas untuk memilih produk yang mereka inginkan untuk dapat memenuhi memenuhi keinginannya. Fenomena ini yang mendorong timbulnya persaingan diantara produsen dalam menarik konsumennya.

Tabel 1.3
Daftar Data Pengusaha / Penjual Surabi di Kota Bandung

No.	Nama Perusahaan	Alamat
1	Soerabi ABC Durian	Jln. Cibaduyut Raya
2	Surabi Teh Iros (Gerobak)	Jln. Geger Kalong Girang
3	Waroeng Setiabudhi	Jln. Setiabudhi No.175
4	Surabi Ibu Lili	Pasar Geger Kalong
5	D'kota Cafe	Jln. Setiabudhi No.145
6	Soerabi Enhaii	Jln. Padjajaran No.80
7	Dapoer Ndeso	Jln. Setiabudhi
8	Soerabi Abah	Jln. Geger Kalong Girang No.52
9	Soerabi Duren Defri	Jln. Geger Kalong Girang
10	La Viva Cafe	Jln. Setiabudhi 173
11	Soerabi Imut	Jln. Setiabudhi
12	Soerabi Arab	Jln. Ternate

13	Soerabi D'Cosmo	Jln. P.H.H Moestofa (suci)
14	Soerabi Pawon Pitoe	Jln. Talaga Bodas
15	Soerabi Ina	Jln. Burangrang
16	Soerabi Eka Rasa	Jln. Burangrang
17	Pondok Soerabi	Jln. Terusan Jakarta No.79A
18	Soerabi Haneut	Jln. BKR
19	Soerabi Galuh	Jln. Cihampelas
20	Soerabi Iman	Jln. Sukajadi
21	Soerabi Janda	Jln. Purnawarman
22	Soerabi Pak Rahmat	Jln. Buah Batu
23	Warung Surabi Setiabudhi	Jln. Raya Cibiru
24	Soerabi Tagog	Bunderan Cibiru
25	Warung Colenak & Surabi	Jln. Ir. H. Juanda

Sumber : Survey 2013

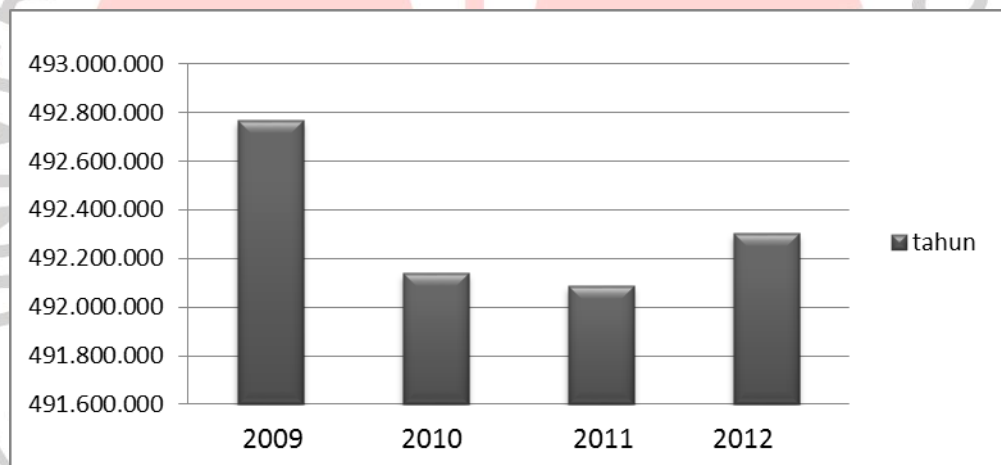
Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa salah satu kuliner jajanan pasar di kota Bandung yang menjadi pilihan para pelaku bisnis kuliner adalah surabi. Surabi ini menjadi jajanan pasar yang banyak diminati wisatawan lokal maupun asing, karena meskipun ukurannya yang tidak terlalu besar tetapi surabi mampu membuat perut terasa kenyang dan juga memberikan rasa yang menggugah selera. Banyaknya warung surabi yang berdiri di kota Bandung dipastikan memiliki hasil produk surabi yang berbeda-beda, standar resep yang berbeda, inovasi rasa yang beraneka ragam. Untuk menjalani sebuah usaha diperlukan sebuah studi kelayakan apakah sebuah usaha layak untuk dijalankan atau tidak layak dijalankan. Jika layak untuk dijalankan, landasan apa saja yang menjadikan layak dan begitu juga jika tidak layak, faktor-faktor apa saja yang menyebabkan ketidaklayakan usaha tersebut. Berikut ini data kas bersih penjualan Warung Colenak & Surabi pada periode tahun 2009 – 2012.

Tabel 1.4
Jumlah Kas Bersih Warung Colenak & Surabi
Tahun 2009 - 2012

Tahun	Jumlah
2009	492.767.000
2010	492.139.000
2011	492.087.000
2012	492.304.000

Sumber : data diolah, 2013

Gambar 1.1
Diagram Kas Bersih Warung Colenak & Surabi
Periode 2009 – 2012



Sumber : data diolah 2013

Berdasarkan data diatas, dapat kita lihat pada tahun 2010 dan 2011 keuangan di warung colenak & surabi ini mengalami penurunan yang signifikan. Ini disebabkan karena banyaknya bermunculan makanan yang bernuansa Korea seperti ramen, takoyaki, dan sebagainya. Tetapi hal itu tidak membuat warung colenak & surabi ini kehilangan pelanggannya. Ini dibuktikan dengan meningkatnya kas pada tahun 2012.

Untuk mencapai tujuan agar pendapatan dan pengunjung yang datang ke warung colenak & surabi terus meningkat, perusahaan harus menerapkan berbagai macam strategi. Salah satunya adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process*. Melalui bauran pemasaran ini diharapkan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pendapatan serta peningkatan jumlah pengunjungnya.

Studi kelayakan pada akhir-akhir ini telah banyak dikenal oleh masyarakat, terutama masyarakat yang bergerak dalam bidang dunia usaha. Berbagai macam peluang dan kesempatan yang ada dalam kegiatan dunia usaha, telah menuntut perlu adanya penilaian sejauh mana kegiatan/kesempatan tersebut dapat memberikan manfaat (*benefit*) bila diusahakan. Kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek, disebut dengan studi kelayakan bisnis. Dengan adanya studi kelayakan dalam berbagai kegiatan usaha/proyek dapat diketahui sampai seberapa jauh gagasan usaha yang akan dilaksanakan mampu menutupi segala kewajiban-kewajibannya serta prospeknya di masa yang akan datang.

Dalam kegiatan kemasyarakatan, studi kelayakan mulai dikenal dan mendapat perhatian dari beberapa kalangan masyarakat, terutama yang menyangkut usaha-usaha dalam mencari dana dan kegiatan-kegiatan lainnya. Studi kelayakan usaha bisa disimpulkan untuk menentukan seberapa besar pengembalian sebuah investasi atas suatu aktivitas usaha dan implikasi usaha tersebut, tentunya dalam sebuah investasi, selalu ada nilai investasi awal yang disebut sumber daya yang akan dialokasikan. Pengembaliannya adalah perbandingan antara input investasi dengan dibandingkan dengan output yang akan dihasilkan dengan mempertimbangkan seluruh aspek yang dijalankan.

Berdasarkan hal-hal tersebut, penulis mencoba untuk mengkaji dan merumuskan penelitian ini dengan judul : **Evaluasi Kelayakan Bisnis Surabi Berbasis Aspek Pemasaran dan Aspek Finansial Pada Warung Colenak & Surabi Dago Kota Bandung.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang diteliti difokuskan dalam beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran bisnis surabi pada Warung Colenak & Surabi Dago kota Bandung ?
2. Bagaimana kelayakan bisnis pada Warung Colenak & Surabi Dago kota Bandung ditinjau dari aspek pemasaran ?
3. Bagaimana kelayakan bisnis pada Warung Colenak & Surabi Dago kota Bandung ditinjau dari aspek finansial ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

- a. Mengetahui gambaran bisnis surabi pada Warung Colenak & Surabi Dago kota Bandung
- b. Mengetahui kelayakan bisnis pada Warung Colenak & Surabi Dago kota Bandung ditinjau dari aspek pemasaran.
- c. Mengetahui kelayakan bisnis pada Warung Colenak & Surabi Dago kota Bandung ditinjau dari aspek finansial.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan setelah adanya penelitian yang diperoleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian lebih lanjut mengenai studi kelayakan bisnis pada aspek pemasaran dan aspek finansial surabi di kota Bandung.
2. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis (guna laksana) yaitu sebagai dasar pertimbangan bagi perusahaan untuk mengelola dan mengembangkan bisnis.