

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang penting bagi setiap negara, karena pariwisata ini merupakan penyumbang devisa terbesar di berbagai negara. Bahkan di Indonesia sendiri pariwisata ini dapat mengalahkan industri migas. Saat ini pariwisata telah menjadi *leading sector* yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pengertian pariwisata merupakan suatu hal yang konseptual yang terus berkembang seiring berjalannya waktu menyempurnakan kebutuhan masyarakat saat ini (Ferreira & Sousa, 2020, hlm 567). Sedangkan berwisata merupakan satu kegiatan yang sudah di jadikan *tren* saat ini. Bahkan saat ini berwisata dapat menentukan kelas sosial seseorang di masyarakat. Oleh karena itu, industri pariwisata tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan manusia, terlebih lagi saat ini orang-orang lebih mementingkan gengsinya. Perlu adanya pengembangan destinasi wisata secara berkala agar wisatawan lokal maupun mancanegara semakin meningkat jumlah kunjungannya.

**Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan yang Berkunjung ke Indonesia**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah Wisatawan</b> | <b>Persentase</b> |
|--------------|-------------------------|-------------------|
| 2017         | 14.039.799              |                   |
| 2018         | 15.810.305              | 13%               |
| 2019         | 14.915.610              | 6%                |

*Sumber : BPS 2020*

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia mengalami kenaikan sebesar 13% di tahun 2018

sedangkan di tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami penurunan sebesar 6%. Walaupun di tahun 2019 jumlah wisatawan menurun, namun secara kumulatif di bulan Januari sampai dengan bulan Oktober 2019 ada kenaikan dari tahun sebelumnya.

Naik dan turunnya jumlah wisatawan merupakan hal yang biasa terjadi. Hal yang perlu dilakukan adalah mengembangkan destinasi wisata di Indonesia agar wisatawan mancanegara lebih tertarik mengunjungi Indonesia. Destinasi wisata di Indonesia harus lebih mementingkan faktor 3A yaitu Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas agar dapat memudahkan wisatawan dalam perjalanannya. Faktor 3A dapat dikatakan faktor penting dalam suatu destinasi wisata. Karena kenyataannya destinasi wisata yang telah menerapkan faktor 3A lebih berkembang, seperti halnya Bali dan Lombok. Selain menerapkan faktor 3A, suatu destinasi wisata juga harus mengembangkan kuliner khas daerahnya yang dapat menjadi salah satu daya tarik wisatawan. Karena salah satu tujuan seseorang berwisata adalah untuk mengenal dan mempelajari budaya lain yang belum ia ketahui sebelumnya. Maka dari itu, suatu destinasi wisata haruslah mengemas dengan baik budayanya agar dapat dipelajari oleh wisatawan mancanegara. (Mutiah, 2019, hlm 2)

Menurut Suprihatin (2020, hlm 58) yang dimaksud dengan produk pariwisata adalah barang maupun jasa yang dinikmati oleh wisatawan saat melakukan pariwisata. Produk pariwisata berada di daerah tujuan wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan saat mengunjungi destinasi pariwisata. Produk pariwisata sendiri dapat berupa akomodasi, angkutan wisata, restoran, dan daya tarik wisata lainnya yang difasilitasi oleh suatu destinasi pariwisata. Keterkaitan pariwisata dengan industri makanan dan minuman menjadikan industri tersebut suatu hal yang harus dikembangkan agar dapat menjadi faktor daya tarik wisatawan. Penyedia jasa makanan dan minuman disebut usaha jasa boga. Dan salah satu bidang usaha jasa boga adalah katering. Katering sendiri merupakan wirausaha yang melayani pemesanan berbagai macam masakan (makanan dan minuman) baik untuk pesta maupun untuk penunjang kebutuhan suatu instansi. Jasa ini di inisiasi untuk membantu memenuhi kebutuhan yang bersifat khusus dengan berbagai macam pilihan menu sesuai dengan keinginan *client*.

Bandung merupakan salah satu kota yang terkenal akan industri makanan dan minumannya. Bahkan saat ini, Kota Bandung telah ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner nasional karena memiliki beragam kuliner yang cukup variatif. Selain itu, di tahun 2018 Kota Bandung telah dinobatkan sebagai Kota Pariwisata Terbaik pada penyelenggaraan Indonesia Attractiveness Award (IAA) 2018. Beberapa penghargaan yang diberikan kepada Kota Bandung, menunjukkan bahwa Kota Bandung memiliki potensi yang besar dalam industri pariwisata. (Primanda, 2018)

Menurut BPS (2020) jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Bandung mengalami kenaikan dan juga penurunan. Jumlah wisatawan di tahun 2018 menurun dari tahun 2017. Pada tahun 2017 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung mencapai 166.857 wisatawan dan pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 155.566 wisatawan. Namun pada tahun 2019 jumlah wisatawan meningkat menjadi 157.833 wisatawan. Namun, walaupun mengalami penurunan, Kota Bandung tetap memiliki daya tarik wisata dan menjadi destinasi wisata kuliner yang diminati oleh wisatawan. Dengan banyaknya minat kunjungan wisatawan untuk berkuliner di Kota Bandung maka saat ini banyak pula orang yang berwirausaha di bidang kuliner seperti halnya bisnis katering. Berdasarkan data di BPS Kota Bandung pada tahun 2018 terdapat 113 Industri Makanan dan 18 Industri Minuman. Di tahun 2019 jumlah Industri Makanan di Kota Bandung meningkat walaupun hanya sedikit menjadi 117 sedangkan jumlah Industri Minuman tetap di angka 18. (BPS, 2019)

Menurut BPS (2019) terdapat 499 pebisnis yang berkecimpung di industri makanan dan minuman di tahun 2017. Pada tahun 2018 pebisnis di industri makanan dan minuman menurun menjadi 269. Namun, pebisnis di Kelurahan Baleendah mengalami kenaikan yang cukup drastis yaitu pada tahun 2017 jumlahnya 139 pebisnis dan di tahun 2018 meningkat menjadi 230 pebisnis. Semakin berkembangnya bisnis katering di Kota Bandung berakibat pada ketatnya persaingan yang dijalani oleh pengusaha di bidang katering ini. Ketua Dewan Pengurus Cabang (DPC) APJI Kota Bandung, Disa Sandhi Ardyansyah, mengatakan, pertumbuhan bisnis katering lebih banyak di Bandung Raya seperti Cimahi, Kabupaten Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat dibandingkan di Kota Bandung sendiri. Saat ini, terdapat 200-300 pebisnis

katering di Bandung yang tercatat bergabung dengan APJI, dan yang belum bergabung dengan APJI yaitu 155. (Nilawati, 2019)

Pada awal tahun 2020, dunia dikejutkan dengan penemuan virus menular yang saat ini dikenal dengan *Coronavirus* (COVID-19). Virus ini menyebabkan negara-negara melakukan *lockdown* sehingga berpengaruh terhadap perekonomian dunia. Salah satu industri yang juga terdampak oleh adanya COVID-19 ini adalah industri pariwisata. Penerbangan antar negara diberhentikan, secara langsung hotel dan juga restoran terkena dampaknya. Industri makanan dan juga minuman yang berjalan berdampingan dengan pariwisata ikut terkena dampaknya. Beberapa perusahaan menawarkan jasa layanan online untuk mempertahankan bisnisnya. Namun tidak jarang juga perusahaan yang memutuskan untuk menutup bisnisnya. Salah satu bisnis di industri makanan dan minuman yang juga terkena dampak COVID-19 adalah bisnis jasa boga atau katering. Salah satu katering yang juga terdampak adalah Katering Al-Raham.

Katering Al-Raham merupakan salah satu katering yang berada di Kabupaten Bandung sejak tahun 2004. Katering ini terletak di Jl. Raya Laswi No.154, Baleendah, Kab. Bandung. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan No. 1096/MENKES/PER/VI/011 Katering Al-Raham ini tergolong ke dalam Jasa boga golongan A2 karena katering ini melayani kebutuhan masyarakat umum dengan pengolahan yang menggunakan dapur rumah tangga dan mempekerjakan tenaga kerja. Adapun data penghasilan Katering Al-Raham 3 tahun terakhir sebagai berikut.

**Tabel 1. 2 Data Penghasilan Katering Al-Raham 3 Tahun Terakhir**

| <b>Tahun</b> | <b>Penghasilan</b> |
|--------------|--------------------|
| 2018         | 741.125.500        |
| 2019         | 568.625.000        |
| 2020         | 161.657.500        |

*Sumber: Data Keuangan Katering Al-Raham, 2020*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dalam 3 tahun terakhir ini Katering Al-Raham mengalami penurunan jumlah penghasilan. Di tahun 2018 penghasilan Katering Al-Raham mencapai 741.125.500. Namun pada tahun 2019 Katering Al-

Raham mengalami penurunan yang cukup besar menjadi 568.625.000. Di tahun 2020, Katering Al-Raham mengalami penurunan jumlah penghasilan hingga 161.657.500 hal ini dikarenakan di awal tahun 2020 dunia digemparkan dengan pandemi COVID-19 yang membuat beberapa konsumen tetap Katering Al-Raham tidak lagi memesan makanan di Katering Al-Raham.

Katering Al-Raham ini biasanya melayani katering untuk khitanan, seminar, aqiqah, prasmanan, nasi box, tumpeng, dll. Untuk menu makanannya sendiri biasanya disesuaikan dengan keinginan konsumen. Harga per porsinya berkisar 20-30 ribu per porsi. Perbedaan harga menunya terdapat pada lauk apa yang diinginkan konsumen. Jika menggunakan olahan ayam, harganya berkisar 20-25 ribu. Sedangkan untuk olahan daging sapi harganya berkisar 30 ribu.

Berdasarkan data pendapatan Katering Al-Raham, katering ini mengalami penurunan jumlah pendapatan yang cukup signifikan. Melihat adanya kenaikan jumlah industri makanan dan minuman di Kabupaten Bandung dan juga untuk mempertahankan bisnis katering ini di tengah pandemi COVID-19 serta untuk memperluas pangsa pasar agar dapat bertahan di tengah banyaknya usaha jasa boga, perlu adanya Strategi Pengembangan Bisnis di Katering Al-Raham ini.

Menurut Herawaty dan Raharja (2018, hlm 396) strategi utama merupakan suatu rencana induk yang memberikan panduan dasar untuk menentukan kunci suatu tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan bisnis. Kurniawan *et al.* (2020, hlm 72) memaparkan bahwa analisis SWOT dapat diartikan sebagai suatu analisis yang bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan juga eksternal suatu perusahaan atau bisnis dengan tujuan untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga ancaman dari bisnis tersebut. Faktor internal mencakup kekuatan (*strength*) dan juga kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan faktor eksternal mencakup peluang (*opportunities*) dan juga ancaman (*threat*) yang ada di luar perusahaan salah satu contohnya adalah lingkungan industri.

Berdasarkan uraian di atas, penulis memiliki tujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang dapat disarankan untuk Katering Al-Raham berdasarkan analisis SWOT yang dituangkan dalam judul **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KATERING AL-RAHAM KABUPATEN BANDUNG.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, berikut rumusan masalah yang akan diteliti :

1. Bagaimana strategi yang harus dilaksanakan katering Al-Raham dalam menghadapi persaingan berdasarkan analisis SWOT?
2. Faktor internal dan eksternal apa saja yang akan berpengaruh dari segi kekuatan dan kelemahan dalam menghadapi persaingan bagi katering Al-Raham?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui faktor internal Katering Al-Raham dari segi kekuatan dan kelemahannya dalam menghadapi persaingan.
2. Mengetahui faktor eksternal dari Katering Al-Raham sebagai ancaman dan peluang dalam menghadapi persaingan.
3. Mengetahui strategi yang harus dilakukan Katering Al-Raham dalam menghadapi persaingan berdasarkan analisis SWOT.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini penulis berharap, pembaca dapat mengembangkan pengetahuan khususnya dalam program studi Manajemen Industri Katering tentang bagaimana strategi pengembangan bisnis katering menggunakan metode analisis SWOT.

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat membantu perusahaan yang berkaitan untuk memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan persaingan di bidang usaha jasa katering.