

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap negara dalam era globalisasi yang tidak ada batasnya saat ini, membuat persaingan yang menarik wisatawan global akan semakin ketat. Industri yang menjual berbagai kreativitas lintas budaya, salah satunya industri pariwisata harus berinovasi dalam mengembangkan setiap ide dan kreativitas guna bersaing di pasar bebas. “Pariwisata ialah sebuah perjalanan yang terencana , yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lainnya dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata.” (Sinaga, 2010).

Negara Indonesia sendiri juga harus mampu mengembangkan dan mengemas sektor pariwisata dengan sangat menarik agar dapat mampu bersaing dengan industri pariwisata negara lain. Segala teknologi informasi dan komunikasi juga harus dimanfaatkan sebijak mungkin dan maksimal agar dapat bersaing dalam mempromosikan industri pariwisata baik nasional maupun internasional. Salah satu tantangan yang harus dihadapi yaitu dengan mendatangkan dan meningkatkan perkembangan jumlah wisatawan lokal maupun mancanegara serta mengembangkan fasilitas pendukung seperti peningkatan moda transportasi dan akomodasi.

Promosi wisata juga sedang digencarkan pemerintah seperti pengadaan *branding* atau slogan yang mampu menggambarkan keunikan dan keistimewaan pariwisata Indonesia. Seperti yang telah kita ketahui bersama bahwa Indonesia mengangkat “Pesona Indonesia” untuk mempromosikan destinasi-destinasi pariwisatanya. Selain itu “Wonderful Indonesia” untuk menarik wisatawan mancanegara. Salah satu pengembangan industri pariwisata andalan Indonesia selain pada destinasi-destinasi tempat wisata yaitu pada sektor kuliner. Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang menyebar diseluruh tanah nusantara. Pemerintah harus terus berupaya mendatangkan wisatawan lokal maupun asing, serta memfasilitasi pelaku

bisnis di sektor kuliner agar meningkatkan roda perekonomian Indonesia melalui industri pariwisata di sektor kulinernya.

Indonesia memiliki wilayah sangat luas dan juga memiliki ciri khasnya masing-masing pada tiap daerahnya. Contohnya Kota Jakarta sebagai pusat perkembangan bisnis, Bandung dengan kekayaan alam dan pegunungannya, dan Bali yang dikenal dengan keindahan alamnya yang selalu memikat para turis mancanegara. Adapun Bekasi yang juga merupakan daerah pusat industri terbesar di Indonesia dan dengan tingkat operasional yang sangat cepat, dapat dilihat dengan banyaknya para pendatang dari luar. Ada yang datang untuk beradu nasib, hiburan, bisnis, dan lain sebagainya. Ini tentunya membuat perekonomian khususnya wilayah Bekasi meningkat dengan pesat tiap tahunnya. Tentunya, akan menjadi peluang yang baik di setiap sektornya, salah satunya sektor kulinernya. Pembangunan yang serba modern saat ini, sudah sangatlah pasti setiap sektor pariwisata saling menyumbangkan kontribusinya dalam mengembangkan industri pariwisata tanah air.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Barat 2014-2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
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

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jabar 2020

Dapat dilihat dari Tabel diatas, jelas sekali peningkatan yang signifikan setiap tahunnya dari jumlah wisatawan mancanegara maupun domestik itu sendiri yang telah berkunjung ke Provinsi Jawa Barat, sehingga dapat menjadi potensi yang baik bagi peningkatan perekonomian Provinsi Jawa Barat melalui industri pariwisata. Salah satu sektor diantara penyumbang devisa industri pariwisata, yaitu sektor kuliner juga sangat berpengaruh besar. Sebab, sekarang sudah menjamurnya para pelaku usaha kuliner di Provinsi Jawa Barat seperti warung makan, *food court*, *café*, maupun *restaurant*. Bagi para pelaku usaha tersebut, sudah sewajarnya jika mereka harus berlomba-lomba dalam berinovasi dan mengembangkan kreativitas usaha kuliner mereka agar dapat

memperoleh konsumen dan tentunya menguntungkan bagi mereka sendiri, serta memperluas dan mengembangkan usaha bisnisnya.

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Bekasi 2018

No.	Destinasi	Jumlah Kunjungan
1	Alam	48.107
2	Bahari	-
3	Pameran/Event	268.800
4	Industri	36.345
Total		353.252

Sumber: Disparkab Bekasi

Dilihat berdasarkan dari Tabel diatas, kunjungan wisatawan yang mengunjungi beragam destinasi ke Kabupaten Bekasi dalam kurun waktu 2 tahun terakhir atau lebih tepatnya tahun 2018 terlihat cukup banyak wisatawan yang berkunjung ke destinasi salah satunya pameran kuliner. Dikarenakan mulai banyaknya bermunculan usaha-usaha kuliner di tiap *event* atau pameran kuliner yang cukup mengundang daya tarik wisatawan untuk mencoba berkunjung ke Kabupaten Bekasi.

Jika diteliti secara spesifik berdasarkan data statistik pada Tabel dibawah ini, terlihat bahwa masih sedikitnya pelaku bisnis usaha warung makan di Kabupaten maupun Kota Bekasi ditiap tahunnya, atau bahkan masih dapat dikatakan masih belum berkembang. Padahal bidang kuliner memiliki potensi yang sangat besar bagi perkembangan perekonomian negara disektor pariwisata.

Tabel 1.3 Jumlah Rumah/Warung Makan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat 2016-2018

Kabupaten/Kota	Banyaknya Rumah/Warung Makan		
	2016	2017	2018
Kab. Bekasi	28	28	28
Kota Bekasi	143	143	104

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jabar 2020

Sayur Gabus Pucung Pak Nijar juga termasuk warung makan yang berdiri di Kabupaten Bekasi, tepatnya berada tepat di Jl. Raya Pulo Timaha RT. 01/RW. 09, Babelan Kota, Kec. Babelan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Meskipun telah berdiri sejak tahun 2003, Sayur Gabus Pucung Pak Nijar tentunya juga selalu berpotensi menarik wisatawan lokal daerah maupun luar daerah dalam mengenalkan wisata

gastronomi khas Bekasi yaitu Sayur Gabus Pucung, serta meningkatkan jumlah pendapatan dan mengembangkan bisnisnya.

Tabel 1.4 Jumlah Omset Sayur Gabus Pucung Pak Nijar Kabupaten Bekasi 3 Bulan Terakhir

No.	Bulan	Jumlah
1	Oktober 2020	89.466.000
2	November 2020	85.788.000
3	Desember 2020	91.240.000
	Total	266.494.000

Sumber: Data diolah, 2021

Meskipun telah berjalan beberapa belas tahun, kendala ataupun masalah tentu merupakan hal yang wajar dan menjadi hambatan dalam proses perkembangan bisnis. Berdasarkan pra-penelitian observasi yang dilakukan peneliti, masih ditemukan beberapa masalah dan kendala, diantaranya yaitu, semakin jarang nya *supplier* bahan-bahan baku menyuplai, kemampuan sumber daya manusianya, persaingan yang ketat dengan usaha yang sejenis, pengelolaan pembukuan keuangan, serta omset perbulan yang sempat menurun drastis.

Berdasarkan analisis yang ditelusuri dari faktor internal maupun eksternal, penulis merasa perlu menganalisis secara dalam berdasarkan aspek-aspek yang perlu, dipelajari, diperbaiki serta perlu adanya strategi pengembangan usaha demi meningkatkan intensitas omset penjualan. Strategi ini dimaksudkan agar Sayur Gabus Pucung Pak Nijar dapat bertahan dalam jangka yang panjang dan dapat bertahan dalam menghadapi segala kendala yang akan muncul baik dari faktor internal maupun eksternal nantinya. Ada beberapa suatu analisis dalam menentukan strategi usaha, penulis akan menggunakan berbagai teknik analisis lingkungan perusahaan sebagai alat untuk mengetahui strategi yang sesuai dengan Sayur Gabus Pucung Pak Nijar Kabupaten Bekasi. Oleh sebab itu, penulis menganalisis dan menyimpulkan usaha Sayur Gabus Pucung Pak Nijar dengan judul “**Strategi Pengembangan Usaha Sayur Gabus Pucung Pak Nijar Kabupaten Bekasi**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana komponen gastronomi dari Sayur Gabus Pucung Pak Nijar?
2. Apa saja faktor internal yang menjadi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari Sayur Gabus Pucung Pak Nijar?
3. Apa saja faktor eksternal yang menjadi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dari Sayur Gabus Pucung Pak Nijar?
4. Bagaimana rekomendasi strategi yang sesuai dalam mengembangkan bisnis usaha Sayur Gabus Pucung Pak Nijar Kabupaten Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil temuan mengenai:

1. Mengetahui komponen gastronomi dari Sayur Gabus Pucung Pak Nijar.
2. Mengetahui faktor internal yang dapat mempengaruhi usaha Sayur Gabus Pucung Pak Nijar.
3. Mengetahui faktor eksternal yang dapat mempengaruhi usaha Sayur Gabus Pucung Pak Nijar.
4. Mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi pengembangan bisnis usaha Sayur Gabus Pucung Pak Nijar Kabupaten Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang penulis harapkan dapat berkontribusi dalam memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan yang diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
Memperluas wawasan dalam mempelajari dan menganalisis secara langsung mengenai strategi pengembangan terhadap suatu bisnis usaha kuliner.
2. Manfaat Praktis
 - a. Manfaat bagi penulis

Secara praktis bagi penulis yaitu mengetahui lebih spesifik dan jelas tentang bagaimana tahapan menganalisa dan merancang strategi yang sesuai dengan kondisi suatu bisnis usaha didalamnya.

b. Manfaat bagi pelaku usaha

Memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak Rumah Makan Sayur Gabus Pucung Pak Nijar mengenai pemahaman bagaimana mengembangkan suatu bisnis usaha kuliner agar dapat dipertahankan dan dikembangkan secara signifikan untuk dapat lebih baik.