

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

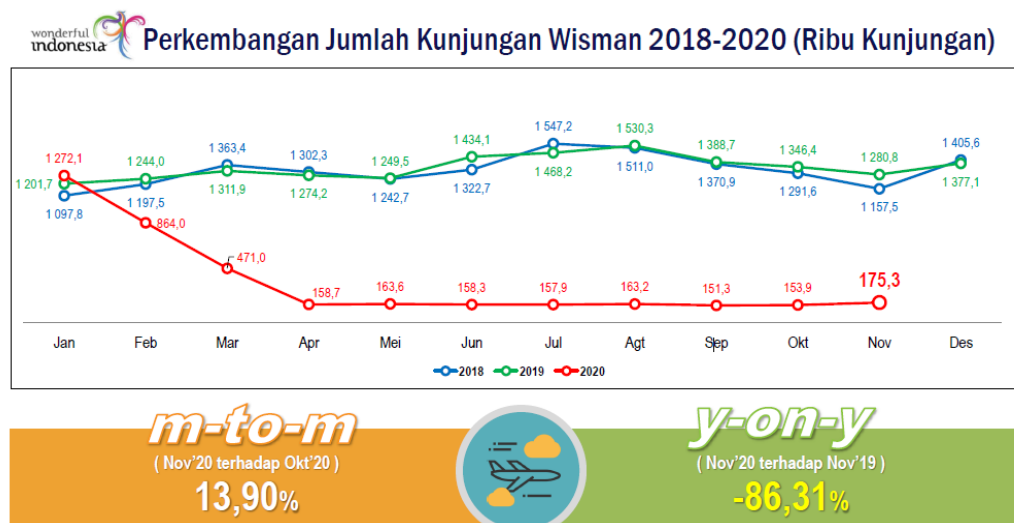
Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha (Ismayanti, 2010, hlm. 1). Sedangkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, menjelaskan bahwa “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.”

Industri pariwisata sudah menjadi salah satu industri yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan potensi wisata yang dimilikinya. Industri pariwisata adalah sebuah industri yang mempunyai tujuan pemenuhan jasa, daya tarik, dan sarana wisata. Industri pariwisata berarti unit-unit usaha yang mempunyai andil tersendiri dalam kepariwisataan dan tidak hanya terfokus oleh satu area geografi namun seluruh ketiga area tersebut (Ismayanti, 2010, hlm 3).

Pandemi COVID-19 yang melanda di Indonesia memberikan dampak negatif dalam pertumbuhan industri pariwisata. Kasus pertama pandemi Covid-19 pertama kali teridentifikasi di Wuhan pada Desember 2019 dan mulai masuk ke Indonesia pada awal Maret 2020 (Fadli, 2020). Tekanan pada industri pariwisata Indonesia ditandai dengan penurunan wisatawan mancanegara maupun domestik yang signifikan dan penurunan pemesanan (Sugihamretha, 2020, hlm. 193). Selain itu, penurunan wisatawan disebabkan oleh perlambatan perjalanan pariwisata, terutama karena keengganan dan ketakutan para wisatawan untuk berwisata pada masa pandemi covid-19 (Sugihamretha, 2020, hlm. 193). Per tanggal 24 Maret 2021 sudah terdapat total kasus positif Covid-19 sebanyak 1.471.225 orang (Damaledo, 2021).

Sejak digaungkannya beraktivitas di rumah saja, industri pariwisata memberikan tanda-tanda kelesuan. Bahkan, sudah dapat ditandai kelesuan tersebut sebelum pengumuman pasien positif pertama Covid-19 di Indonesia pada awal Maret 2020. Stimulus sudah diberikan oleh pemerintah Indonesia dalam rangka

membangkitkan sektor pariwisata namun tetap tidak bisa membendung dampak negatif dampak negatif Covid-19. (Walakula, 2020, hlm. 50).



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Gambar 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Berdasarkan gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami penurunan yang sangat signifikan. Apabila jumlah tersebut dibandingkan antara kunjungan wisatawan pada bulan November tahun 2020 dengan bulan November tahun 2019 mencapai -86,31%. Data tersebut bukanlah kabar baik bagi pertumbuhan pariwisata Indonesia yang sedang digencarkan oleh pemerintah Indonesia. Dengan kondisi pandemi Covid-19 yang berdampak pada negara-negara lain dibutuhkan penanganan khusus untuk mengurangi penyebaran virus tersebut seperti seluruh negara memaksakan karantina wilayah, perjalanan internasional yang dibatasi secara luas, melarang semua pengunjung asing; pelarangan perjalanan dari berbagai tempat dengan kasus terkonfirmasi positif (Haryanto, 2020, hlm. 2). Penanganan yang dilakukan serta merta untuk menekan pertambahan kasus positif Covid-19 secara langsung berdampak terhadap kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

Tabel 1.1

Kunjungan Wisatawan Mancanegara Provinsi DKI

Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara
2016	2.458.005
2017	2.658.055

Ilyas Wijaya Putra, 2021

**STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN DI BAKERY HOTEL CIPUTRA CABANG MAL CIPUTRA
JAKARTA PASCA PANDEMI COVID-19**

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

Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara
2018	2.813.412
2019	2.266.298
2020	443.618

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Jakarta dari rentang tahun 2016-2018. Namun pada tahun 2019 mulai terdapat penurunan yang cukup signifikan dan semakin memburuk pada tahun 2020 dengan jumlah 443.618 wisatawan. Dampak pandemi Covid-19 dan tren kasus positif yang cenderung meningkat waktu ke waktu membuat wisatawan mengurungkan niatnya untuk berkunjung ke Indonesia terutama DKI Jakarta. Apabila keadaan ini terus berlanjut maka akan membuat efek domino lainnya yaitu menurunnya omzet pelaku usaha di bidang makanan dan minuman yang berujung penutupan sementara usaha tersebut. Salah satu pelaku usaha yang terdampak oleh pandemi Covid-19 adalah Bakery Hotel Ciputra (BHC).

Bakery Hotel Ciputra merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang patiseri. Bakery Hotel Ciputra dihadapi dengan persaingan yang kuat dalam bidang patiseri ditandai dengan keberadaan berbagai pelaku usaha lain seperti; BreadTalk, Holland Bakery, Tous Les Jours, The Harvest, Clairmont, Union, Dough Lab, dan pelaku usaha patiseri lainnya. Salah satu *outlet*-nya terletak di Mal Ciputra Jakarta yang berlokasi di Jalan Arteri S. Parman, Jakarta Barat. Lokasi strategis yang berada di dalam mal ini memberikan keuntungan tersendiri dalam mengambil segmen pasar tertentu. Bakery Hotel Ciputra menawarkan berbagai produk *bakery & pastry* seperti *Sausage Bread*, *Chocolate Bread*, *Milky Bread*, *Banana Chocolate*, *Chocolate Moist*, *Tiramisu*, *Blueberry Cheesecake*, *Chocolate Opera Cake*, dan berbagai produk kukis seperti *Nastar*, *Kastengel*, *Choco Chips Cookies*, *Oatmeal Cookie*, dan produk yang lainnya.

Tabel 1.2

Daftar Outlet Bakery Hotel Ciputra

No.	Tempat	Alamat
1	Mall Ciputra Jakarta	Lantai UG ,Jl. Arteri S. Parman, Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

Ilyas Wijaya Putra, 2021

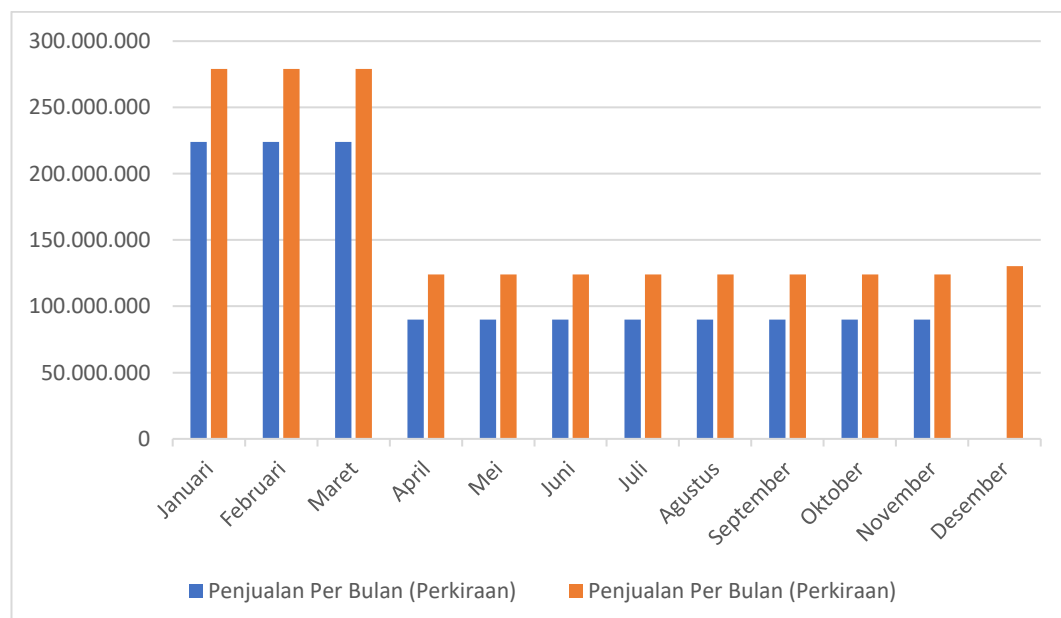
**STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN DI BAKERY HOTEL CIPUTRA CABANG MAL CIPUTRA
JAKARTA PASCA PANDEMI COVID-19**

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

No.	Tempat	Alamat
2	Pondok Indah Mall 1	Lantai Floor Island, Jl. Metro Pondok Indah, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
3	Puri Indah Mall	Lantai 2, Jl. Puri Agung No.1, Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
4	Metropolitan Mall Bekasi	Lantai Ground, Jl. KH. Noer Ali, Bekasi, Jawa Barat
5	Plaza Slipi Jaya	Lantai 1 Main Atrium, Jl. Letjen S. Parman, Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

Sumber: Bakery Hotel Ciputra, 2020

Dampak pandemi Covid-19 sangat berdampak negatif terhadap penjualan di *outlet* Bakery Hotel Ciputra, ditandai dengan penutupan sementara *outlet* BHC cabang Puri Indah Mall, Metropolitan Mall Bekasi, dan Plaza Slipi Jaya. Outlet Bakery Hotel Ciputra yang masih bertahan adalah outlet di Mal Ciputra dan Pondok Indah Mall 1. Berdasarkan data yang diberikan oleh *Food & Beverage Manager* Hotel Ciputra yang dimana selaku penanggung jawab Bakery Hotel Ciputra dapat menampilkan penurunan penjualan yang signifikan selama berjalannya penjualan di tahun 2020.



Gambar 1.2 Bagan Data Penjualan BHC

Sumber: Diolah penulis, 2021

Pada tabel 1.3 dapat menggambarkan penurunan penjualan di Bakery Hotel Ciputra cabang Mal Ciputra secara signifikan maupun dalam harian dan bulanan selama tahun 2020. Sebelum pandemi Bakery Hotel Ciputra bisa mendapatkan penjualan mencapai Rp279.000.000 per bulannya, namun pandemi Covid-19 berakibat langsung terhadap menurunnya juga konsumen yang mengunjungi Mal Ciputra yang secara otomatis juga mempengaruhi konsumen yang membeli produk Bakery Hotel Ciputra. Pada bulan Desember 2020 terdapat peningkatan yang tidak terlalu signifikan mencapai Rp130.310.750, ini menandakan *progress* yang cukup baik untuk menuju tahun berikutnya selama masa pandemi Covid-19.

Oleh karena itu, manajemen Bakery Hotel Ciputra harus menciptakan strategi penjualan yang tepat guna meningkatkan penjualan pasca pandemi Covid-19. Strategi penjualan adalah serangkaian rencana yang diciptakan oleh suatu perusahaan yang bertujuan meningkatkan volume penjualan produk yang mereka tawarkan dan bertujuan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Widharta & Sugiharto, 2013, hlm. 3). Dasar pemilihan strategi tersebut dengan dilakukannya analisis faktor internal dan eksternal Bakery Hotel Ciputra yang mempunyai andil tertentu dalam meningkatkan penjualannya. Setelah penjelasan latar belakang dan permasalahan yang ada maka penulis mengambil judul skripsi “**Strategi Peningkatan Penjualan di Bakery Hotel Ciputra Cabang Mal Ciputra Jakarta Pasca Pandemi Covid-19**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi Bakery Hotel Ciputra?
2. Bagaimana kondisi faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi Bakery Hotel Ciputra?
3. Bagaimana pemilihan strategi yang paling sesuai untuk meningkatkan penjualan di Bakery Hotel Ciputra pasca Pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas terdapat tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui kondisi faktor internal yang dilihat dari kekuatan dan kelemahan di Bakery Hotel Ciputra
2. Untuk mengetahui kondisi faktor eksternal yang dilihat dari peluang dan ancaman di Bakery Hotel Ciputra
3. Untuk mengetahui pemilihan strategi yang sesuai untuk meningkatkan penjualan di Bakery Hotel Ciputra pasca Pandemi Covid-19

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang peneliti harapkan adalah memberikan manfaat ke berbagai pihak yang berkepentingan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti dalam pemilihan strategi yang sesuai guna meningkatkan penjualan dengan menggunakan Analisis SWOT di Bakery Hotel Ciputra pasca Pandemi Covid-19.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bantuan dalam bentuk masukan kepada Bakery Hotel Ciputra dalam upaya mengetahui pemilihan strategi yang sesuai untuk meningkatkan penjualan pasca Pandemi Covid-19.