

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, Indonesia memiliki sektor pariwisata yang unggul dan menarik. Banyak sektor yang ditawarkan pada pariwisata di Indonesia, diantara lain yaitu wisata alam, wisata budaya dan wisata kuliner. Melalui pengelolaan yang baik dan benar, pariwisata di Indonesia di harapkan terus maju dan berkembang. Di Indonesia sendiri banyak kota – kota yang menjadi pusat wisata, satu diantaranya adalah Kota Bandung. Kota Bandung sangat terkenal dengan pariwisatanya yang mendunia. Banyak kegiatan wisata yang dapat dilakukan di Kota Bandung mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, dan wisata kuliner. Banyaknya objek wisata di Kota Bandung diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Bandung

**Tabel 1.1**

#### **Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Wisatawan</b>
2015	10.230.775
2016	11.519.275
2017	14.039.799
2018	15.810.305
2019	16.117.539

*Sumber: Badan Pusat Statistik*

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa kunjungan wisatawan ke Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2017 dari 2016. Meskipun di tahun 2020 pariwisata dunia sedang terpuruk dikarenakan adanya pandemi *Covid-19*, dan seluruh masyarakat pun enggan untuk berwisata. Hal ini tentunya berpengaruh juga terhadap kunjungan wisatawan ke

Jehan Risyad Alifatur, 2020

**EVALUASI KELAYAKAN BISNIS DI CONTRAST COFFEE BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, TEKNIK DAN TEKNOLOGI, DAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA**

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

Indonesia, penerbangan domestik dan internasional dikurangi dan beberapa kota di Indonesia pun menerapkan *Lockdown* untuk meminimalisir pergerakan masyarakat dan mengurangi penyebaran *Covid-19*. Kebijakan tersebut pasti berdampak sangat besar terhadap sektor pariwisata Indonesia, tidak terkecuali objek – objek wisata dan banyak restoran yang berhenti beroperasi dikarenakan peristiwa ini. Akan tetapi, pariwisata merupakan bidang yang tidak akan hilang. Bagaimana pun juga jika manusia masih ada di bumi, pariwisata pun akan tetap ada karena berwisata adalah sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia. Setelah pandemi *Covid-19* berakhir, dapat dipastikan pariwisata dunia akan kembali pulih dan kunjungan ke tempat – tempat wisata akan melonjak, tidak terkecuali Indonesia. Indonesia memiliki banyak tempat wisata yang indah dan kultur yang unik dan berbeda di setiap wilayahnya. Labelisasi '*Wonderful Indonesia*' sudah cukup menggambarkan betapa indah dan beragam budaya Indonesia yang dapat menarik minat wisatawan untuk meningkatkan pariwisata, beserta dipromosikannya objek – objek wisata Indonesia khususnya di Kota Bandung. Akan banyak pihak yang terlibat dengan dunia pariwisata yang tidak ada habisnya ini, menurut Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 Bab 1 Pasal 1 pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan yang didukung oleh beberapa pihak yaitu masyarakat, pemerintah, dan pengusaha yang bertujuan untuk memberikan layanan dan fasilitas terhadap wisatawan.

Saat ini sudah banyak masyarakat dan para pengusaha yang sadar bahwa penyediaan fasilitas itu sangat penting terlebih lagi di wilayah yang memiliki kekayaan alam dan objek wisata beragam seperti di Kota Bandung. Sehingga kini para pengusaha berlomba menyediakan fasilitas – fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan, satu diantaranya yaitu fasilitas layanan makanan dan minuman. Kota Bandung memang terkenal dengan wisata kulinernya, dan ini merupakan salah satu nilai jual pariwisata di Kota Bandung. Kebutuhan konsumen terhadap kebutuhan makanan dan minuman sangat beragam, maka dari itu seiring berjalannya waktu banyak klasifikasi tempat makan yang bermunculan dan semakin beragam. Selain itu, kini wisatawan tidak hanya mencari tempat hanya untuk sekedar makan dan minum saja, tetapi mencari pengalaman dan suasana saat menikmati hidangannya.

Jehan Risyad Alifatur, 2020

**EVALUASI KELAYAKAN BISNIS DI CONTRAST COFFEE BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, TEKNIK DAN TEKNOLOGI, DAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA**

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

*Coffee Shop* merupakan salah satu wisata kuliner yang sedang naik daun pada saat ini, dan memiliki peluang yang sangat besar. Banyak pengusaha kuliner yang berupaya mengembangkan bisnisnya dengan menyajikan konsep yang unik dan tema yang menarik demi mendatangkan konsumen dan memenuhi kebutuhan pasar. Begitu pun dengan *coffee shop*, saat ini banyak usaha *coffee shop* dengan konsep khas yang menjadi identitas bagi tempat tersebut. Dengan meningkatnya peminat kopi beberapa tahun terakhir ini, semakin banyak *coffee shop* yang dapat di jumpai di kota – kota besar di Indonesia khususnya di Kota Bandung.

**Tabel 1.2**

**Jumlah Coffee Shop Di Kota Bandung**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah</b>
2020	248

*Sumber: Google Maps*

Berdasarkan data diatas yang peneliti dapatkan dari situs Google Maps, di tahun 2020 terdapat 248 *coffee shop* yang tersebar di seluruh Kota Bandung mulai dari *coffee shop* berskala kecil hingga berskala besar. Dengan banyaknya *coffee shop* di Kota Bandung, persaingan antar bisnis ini pun meningkat, sehingga masing – masing tempat harus memiliki keunikan dan ciri khas agar dapat lebih unggul dari perusahaan lain yang menawarkan produk sejenis. Dapat dipastikan *coffee shop* akan terus bertambah seiring dengan besarnya peminat kopi setiap tahunnya. Dan saat ini *coffee shop* tidak hanya menawarkan kopi saja sebagai produk utama penjualan, tetapi kini dikembangkan menjadi tempat yang cocok untuk berkumpul, bersantai, hingga tempat kerja kedua setelah kantor. Maka dari itu banyak *coffee shop* yang menawarkan suasana dan atmosfer yang nyaman, unik, dan menarik dengan sentuhan arsitektur yang membuat konsumen nyaman saat datang ke tempat tersebut. Hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan konsumen ketika memilih tempat untuk menikmati kopi. Banyaknya *coffee shop* yang memiliki keunikan di Kota Bandung membuat persaingan antara tempat – tempat tersebut semakin ketat dan sengit,

Jehan Risyad Alifatur, 2020

**EVALUASI KELAYAKAN BISNIS DI CONTRAST COFFEE BANDUNG DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN, TEKNIK DAN TEKNOLOGI, DAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA**

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

dengan banyaknya inovasi – inovasi yang ditawarkan oleh para pengusaha *coffee shop*. Dan salah satu tempat yang bertahan diantara persaingan tersebut adalah Contrast Coffee.

Contrast Coffee adalah *coffee shop* yang berlokasi di pusat Kota Bandung yakni di Jl. Anggrek No. 6. Lokasi ini terletak di tengah kota tidak jauh dengan pusat perkantoran, sekolah, dan pusat kuliner di Kota Bandung. Contrast Coffee berdiri pada tahun 2016 dan awalnya bertempat di Jl. Anggrek No. 42, dan pada akhirnya berpindah lokasi di tahun 2019 bulan September. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, Contrast Coffee telah berdiri sejak tahun 2016 dan hingga saat ini masih bertahan di dunia *coffee shop*. Pemilik juga menyampaikan bahwa konsep dari Contrast Coffee adalah sebagai *co-working space* yang tenang dan nyaman, di mana pada tahun 2016 *coffee shop* dengan konsep seperti itu belum banyak hadir di Kota Bandung.

**Tabel 1.3**

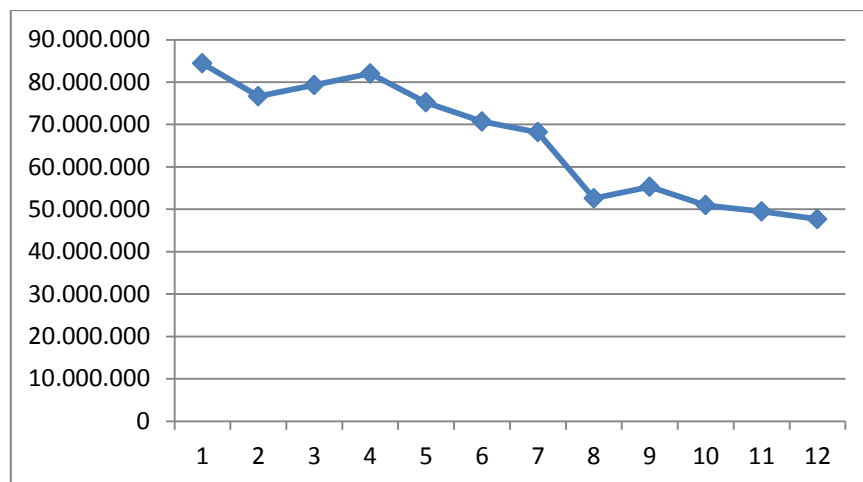
**Tabel Omzet Contrast Coffee**

<b>Bulan</b>	<b>Omzet</b>
Oktober 2018	Rp. 84.400.500
November 2018	Rp. 76.672.000
Desember 2018	Rp. 79.298.500
Januari 2019	Rp. 82.031.500
Februari 2019	Rp. 75.189.000
Maret 2019	Rp. 70.705.000
April 2019	Rp. 68.175.000
September 2019	Rp. 52.589.599
Oktober 2019	Rp. 55.287.000
November 2019	Rp. 50.955.000
Desember 2019	Rp. 49.481.000
Januari 2020	Rp. 47.650.000

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa selama 12 bulan terakhir omzet dari Contrast Coffee fluktuatif tetapi cenderung menurun. Omzet menurun drastis setelah berpindah lokasi di bulan September, omzet menjadi anjlok dari bulan terakhir yaitu bulan April, dikarenakan bulan Mei hingga Agustus merupakan masa transisi perpindahan lokasi. Pada bulan pertama setelah pindah lokasi omzet naik tetapi kenaikannya tidak begitu signifikan, dari 52,5 juta hingga 55,2 juta. Dan pada 3 bulan selanjutnya omzet malah menurun.

**Tabel 1.4**

**Grafik Omzet Contrast Coffee**



*Sumber: Peneliti (2020)*

Jika ditampilkan dalam grafik omzet yang didapat, Contrast Coffee lebih sering mengalami penurunan dibandingkan dengan kenaikan, tentunya ini tidak baik bagi sebuah perusahaan. Jika terus dibiarkan tentunya perusahaan tidak akan mendapatkan keuntungan bahkan dapat mengalami kerugian. Menurut pemilik, hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, beberapa diantaranya adalah semakin banyaknya pilihan tempat untuk menikmati kopi dan semakin banyaknya *coffee shop* yang menyajikan konsep *co-working space* di Kota Bandung. Dan ketika berpindah lokasi pun memakan waktu cukup lama sehingga para konsumen mengira bahwa Contrast Coffee tidak beroperasi lagi. Maka dari itu Contrast Coffee harus

meningkatkan promosi dan menunjukkan keunggulannya dan tetap mempertahankan eksistensi sebagai pelopor *coffee shop* di Kota Bandung.

Menurut penulis, bisnis Contrast Coffee ini perlu dianalisis dan dievaluasi untuk mengetahui penyebab dari turunnya omzet Contrast Coffee Selama 12 Bulan terakhir agar dapat dievaluasi kembali dan segera diperbaiki. Untuk mengatasi permasalahan diatas, perlu dilakukannya evaluasi dalam mengelola bisnis. Dengan melakukan evaluasi dalam suatu bisnis dapat membantu pemilik usaha untuk mengetahui perkembangan bisnis yang dijalani dan melakukan beberapa perubahan untuk memperbaiki kekurangan yang sekiranya kurang layak. Keberhasilan dalam mengelola suatu bisnis sangat ditentukan oleh bagaimana cara pelaku bisnis tersebut dalam mengelola beberapa aspek yang terlibat dalam bisnis, yaitu aspek operasional, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan organisasi, lingkungan dan hukum (Rinofah dan Kurniawan, 2016:2).

Menganalisis suatu bisnis dapat dilakukan dengan metode studi kelayakan bisnis, studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap aspek – aspek yang meliputi kegiatan bisnis yang hasilnya digunakan untuk pengambilan keputusan terhadap suatu bisnis atau usaha yang akan dijalankan (Sulastri, 2016:7). Berdasarkan teori tersebut studi kelayakan bisnis dilakukan ketika sebelum usaha dijalankan, dan ketika usaha telah dilakukan perlu diadakannya suatu evaluasi yang merupakan analisis. Menurut Winantara, dkk (2014:199), analisis evaluasi kelayakan bisnis adalah penelitian yang dilakukan tidak hanya terhadap rencana bisnis yang akan dilakukan, tetapi juga saat dioperasionalkan secara berkala untuk dapat pencapaian maksimal dalam usaha.

Menganalisis kelayakan bisnis Contrast Coffee dapat diketahui apa saja yang perlu diperbaiki oleh Contrast Coffee agar penjualan kembali normal dan omzet naik. Dari latar belakang dan permasalahan yang telah dijabarkan di atas maka judul skripsi yang akan peneliti ambil adalah **“Evaluasi Kelayakan Bisnis di Contrast Coffee Bandung Ditinjau Dari Aspek Pemasaran, Teknis Dan Teknologi, dan Manajemen Sumber Daya Manusia”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, rumusan masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana keadaan bisnis Contrast Coffee berdasarkan aspek pemasaran?
2. Bagaimana keadaan bisnis Contrast Coffee berdasarkan aspek teknis dan teknologi?
3. Bagaimana keadaan bisnis Contrast Coffee berdasarkan aspek manajemen sumber daya manusia?
4. Bagaimana kelayakan bisnis pada usaha Contrast Coffee?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas terdapat tujuan penelitian, yaitu:

1. mengetahui keadaan bisnis Contrast Coffee berdasarkan aspek pemasaran;
2. mengetahui keadaan bisnis Contrast Coffee berdasarkan aspek teknis dan teknologi;
3. mengetahui keadaan bisnis Contrast Coffee berdasarkan aspek manajemen sumber daya manusia;
4. mengetahui kelayakan bisnis pada usaha Contrast Coffee.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang penulis harapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan diantaranya adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teori, hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai analisis evaluasi kelayakan bisnis

### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini dapat memberikan pertimbangan terhadap perusahaan dalam mengelola dan mengembangkan usahanya