

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu Negara berkembang yang memiliki kekayaan alam dan pariwisata yang dapat di banggakan. Komponen penting kepariwisataan Indonesia terletak pada kekayaan alam dan warisan budaya yang mencerminkan sejarah dan keberagaman jenis etnis Indonesia yang dinamis. Ada pula pengertian pariwisata menurut undang – undang no 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, “Wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.”. Maka dari pengertian di atas penulis menyimpulkan bahwa pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan manusia baik secara perorangan maupun berkelompok dalam jangka waktu tertentu dari suatu tempat ketempat lainnya dengan melakukan perencanaan yang menggunakan jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan badan usaha yang menyelenggarakan tempat wisata tersebut.

Dari sekian banyak tempat – tempat wisata di Indonesia, kota Bandung dan sekitarnya termasuk kedalam tujuan wisata andalan. Selain wisata alamnya yang menjadi primadona, perdagangan wisata kuliner dan kreatifitas industrinya menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk datang ke kota Bandung dan sekitarnya. Wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik ke kota Bandung sedang mengalami perkembangan. Hal tersebut dapat dinilai

dari semakin banyaknya penerbangan dari luar negeri menuju kota Bandung, dan padatnya lalu lintas kota Bandung terlebih saat akhir pekan. Berikut jumlah data Wisatawan Mancanegara ke Jawa Barat yang melalui pintu masuk bandara Husein Sastranegara dan pelabuhan Muarajati:

Tabel 1.1

**WISATAWAN MANCANEGERA YANG BERKUNJUNG
KE JAWA BARAT**

Bulan/Tahun	Pintu Masuk		Jumlah
	Husein Sastranegara	Muarajati	
Maret 2018	15.793	136	15.929
April 2018	14.248	85	14.333
Mei 2018	10.571	118	10.681
Juni 2018	6.493	92	6.585
Juli 2018	12.814	63	12.877
Agustus 2018	13.766	69	13.835
September 2018	13.399	71	13.470
Oktober 2018	13.918	68	13.986
November 2018	14.364	84	14.448
Desember 2018	17.375	64	17.439
Januari 2019	12.529	33	12.562
Februari 2019	15.172	56	15.228
Maret 2019	16.440	43	16.483

Sumber: www.jabar.go.id

Wisatawan mancanegara terbesar yang datang ke kota Bandung yang dilansir oleh (www.pikiran-rakyat.com) adalah Malaysia, disusul oleh Singapura, India, Thailand, dan Amerika Serikat. Sedangkan untuk wisatawan domestik kebanyakan berasal dari DKI Jakarta dan sekitarnya. Tidak hanya kota Bandung, daerah sekitar kota Bandung seperti kabupaten Bandung menjadi tempat unggulan wisata yang menarik. Banyaknya tempat wisata di

kabupaten bandung terutama wilayah dago pakar yang menjadi daya tarik wisatawan yang datang ke kota bandung, sehingga sangat berpotensi untuk mendirikan bisnis usaha.

Bisnis adalah seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa (Louis E. Boone, 2007:5). Dari pengertian bisnis di ataslah keuntungan memberi dorongan kuat pengusaha terus melakukan inovasi dan kreatifitas supaya bisnisnya terus berkembang. Dengan melihat bisnis restoran tidak akan pernah mati, karena setiap orang butuh makan dan minum, mendirikan bisnis restoran akan sangat menjanjikan, terutama di daerah dago pakar yang merupakan tempat wisata.

”Restoran adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan / minuman kepada individu - individu dan tamu – tamu dalam kelompok kecil”. (Ninemeier dan Hayes – 2006). Dari definisi restaurant diatas penulis menyimpulkan restoran adalah tempat jual beli makanan dan minuman dengan mengutamakan fasilitas dan pelayanan untuk menunjang nilai jual dari restoran tersebut. Dilihat dari pengertian restoran diatas, minuman juga menjadi komponen penting di dalam restoran. Salah satu tempat yang mengakomodasi penyediaan berbagai macam minuman adalah *bar*.

Pengertian bar menurut H. Marsum Widjojo (2002:1) “*Bar* adalah suatu tempat yang diorganisasikan secara komersial dan dilengkapi dengan fasilitas

yang memadai, terdapat baik di dalam sebuah hotel, kadang-kadang berdiri sendiri di luar hotel, di mana seseorang bisa mendapatkan pelayanan segala macam minuman baik yang beralkohol maupun yang tidak beralkohol kecuali minuman panas seperti kopi dan teh.” Berbeda dengan apa yang di lansir oleh Peraturan Pemerintah (PP) No. 24 Tahun 1979 Pasal 1 sub j “*Bar* adalah setiap usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menjual berbagai jenis minuman terutama “*alcoholic beverages*”, termasuk pula “*mixed drink*” di tempat usahanya, untuk para tamunya.” Dari memadukan kedua kutipan di atas penulis mencoba mengambil kesimpulan bahwa sebuah *bar* merupakan tempat yang memperjual belikan minuman beralkohol dan tidak beralkohol baik itu racikan maupun produk kemasan yang di tawarkan kepada masyarakat atau kepada calon konsumen dengan tujuan mendapatkan keuntungan untuk mengembangkan usaha sebagai cara untuk menggenjot ekonomi dalam suatu perusahaan. Di era modern saat ini *bar* banyak diminati, karena memiliki keunggulan berkonsep hiburan dan relaksasi, sehingga memiliki daya tarik yang tinggi dan memiliki pangsa pasar yang luas. Mengingat permintaan pasar yang terus berkembang menuntut pengusaha untuk lebih kreatif, guna memenuhi kebutuhan pasar yang semakin konsumtif.

Dari sekian banyak jenis – jenis klasifikasi restoran yang ada, menurut penulis *grill* restoran yang paling cocok untuk dipadukan dengan *bar*, hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha *Bar & Grill* baik diluar negeri ataupun di kota – kota besar di Indonesia. Seperti yang di lansir oleh www.lisaayuw.wordpress.com “*Grill Room* adalah restoran yang menyediakan bermacam-macam daging panggang”. Pada umumnya antara restoran dengan

dapur dibatasi oleh sekat dinding kaca sehingga para tamu dapat memilih sendiri potongan daging yang dikehendaki dan melihat sendiri proses memasaknya”. Oleh karena itu penulis akan berinovasi untuk merancang usaha bar dengan perpaduan restoran berkonsep *grill (grill room)*,

Melihat potensi wisata daerah dago pakar kabupaten Bandung, tentu akan memiliki pangsa pasar yang merupakan wisatawan yang datang ke kota Bandung. Berikut tabel jumlah wisatawan di kota Bandung 2011 – 2016:

TABEL 1.2

JUMLAH WISATAWAN DI KOTA BANDUNG TAHUN 2011 - 2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dari tabel di atas dapat dilihat banyak wisatawan yang datang ke kota Bandung setiap tahunnya, ditambah dengan sedikitnya kompetitor *bar* dengan konsep *grill* di Bandung dan sekitarnya, maka penulis berencana mendirikan usaha *Bar & Grill* di daerah Dago Pakar, dimana daerah ini pasti akan menjadi jalur utama wisatawan asing maupun domestik melakukan wisata. Dengan harapan usaha Bar & Grill ini menjadi *trendsetter* bagi konsumen dan *bar – bar* lain di kota Bandung dan sekitarnya.

Dalam membuat suatu perencanaan usaha terdapat 4 aspek penting, yaitu:

1. Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan aspek terpenting dari suatu perencanaan usaha yang akan menentukan siapa pembelinya, dari aspek pemasaran kita juga dapat meramalkan apa yang di butuhkan masyarakat, dan ke arah mana suatu perencanaan usaha akan bergerak. Bisnis usaha *Bar & Grill* di kota bandung ma\sih jarang di temukan, maka butuh strategi pemasaran yang tepat untuk mengenalkan konsep bisnis usaha ini. Seperti yang dikutip dari Wiliam J. Stanton (2007) “pemasaran adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan , menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang – barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan”.

2. Produk

Aspek produk adalah aspek kedua terpenting di dalam perencanaan suatu usaha, dikarenakan produk yang akan ada di dalam perencanaan suatu usaha adalah hasil dari analisa pemasaran apa yang di inginkan dan di butuhkan oleh konsumen. Dikarenakan bisnis usaha ini perpaduan antara *bar* dan restoran *grill*, maka produk yang akan di tawarkan seputar minuman alkohol dan masakan yang di panggang Seperti terdapat pada teori di bawah ini. Menurut Kohler dan Keller,(2012:43), produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar, selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya.

3. Operasional

Aspek operasional adalah aspek dimana suatu perencanaan usaha menghasilkan barang dan jasa yang merupakan hasil penggabungan aspek pemasaran dan aspek produk seperti menghasilkan jumlah produk yang tepat pada waktu yang tepat, yang mengikuti pangsa pasar di masyarakat. Seperti terdapat pada teori di bawah ini. Menurut Jay Heizer dan Berry Rander,(2009:4), manajemen operasional adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output.

4. Finansial

Aspek finansial dalam perencanaan suatu usaha merupakan suatu perhitungan dengan modal awal yang rendah untuk mendapatkan keuntungan yang besar, dan menghitung kapan modal tersebut akan kembali. Modal awal dari bisnis usaha *Bar & Grill* ini rencananya gabungan antara peminjaman dari bank dan investor, dengan modal tersebut akan mudah untuk melakukan sebuah ekspansi bisnis usaha. Seperti yang terdapat pada teori di bawah ini. Menurut Riyanto,(2011), Semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan upaya memperoleh dana yang dibutuhkan dengan biaya yang seminimal mungkin dan syarat yang menguntungkan serta upaya untuk mempergunakan dana yang diperoleh tersebut secara efisien dan efektif.

Berdasarkan 4 aspek diatas, ada hal lain yang perlu diperhatikan dalam perencanaan usaha, yaitu lokasi usaha yang meliputi kenyamanan,

keselamatan, akses lalu lintas, perizinan, dan lingkungan sekitar tempat usaha.

Maka dari hal – hal tersebut yang mendasari penulis untuk menyusun tugas akhir dalam bentuk *business plan* yang berjudul “***Perencanaan Usaha Bar & Grill di Kabupaten Bandung***”.

B. Gambaran Umum Usaha Sejenis / Pesaing

Dalam bisnis usaha, persaingan dibutuhkan untuk membandingkan produk, harga, pelayanan, dan promosi. Dengan menganalisa dan mengevaluasi hal di atas, pebisnis harus bisa memperhatikan dinamika pasar saat ini, dan dapat mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dikompetisi pasar. Seperti yang dikutip dari Philip Kotler (2002) “Persaingan dalam konteks pemasaran adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya”.

Berdasarkan dari kutipan Philip Kotler diatas, penulis menemukan beberapa pesaing usaha sejenis di kota Bandung dan sekitarnya, yaitu:

TABEL 1.3

PESAING USAHA SEJENIS DI KOTA BANDUNG DAN SEKITARNYA

No	Pesaing Usaha Sejenis	Alamat
1	Reunion House Grill & Bar	Jl. Dr. Setiabudhi No.45, Pasteur, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40161
2	Caviar Bar & Grill	De'Rain Hotel, Jl. Lengkong Kecil No. 76-80, Lengkong, Bandung 40261
3	The Volcano	Setrasari Mall, Jl. Prof. Dr. Surya Sumantri No.60, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40163

Sumber: Olahan Penulis, 2019

Reunion House Grill & Bar lebih berfokus kepada restoran *grill*-nya. Dengan menu khas dari daerah – daerah Indonesia dan dipadukan dengan produk *grill* yang di sajikan secara modern. Bar di dalam restoran ini tidak berkosep sebagai hiburan, tetapi produk dari bar ini hanya sebagai pelengkap hidangan. Caviar Bar & Grill merupakan salah satu *outlet* De'Rain Hotel, yang menyajikan hiburan berupa *live music*, lengkap dengan pilihan *wine* untuk di *pairing* pada makanan.

The Volcano merupakan restoran *grill* yang menyediakan *beer* sebagai pelengkap hidangannya. Menu dengan bahan berbagai macam rempah dan resep dari belgia menjadi ciri khas dari restoran ini. The Volcano juga menyediakan program menarik, yaitu *Happy Hour* dan *Ladies Night*, selain itu The Volcano juga mengadakan *event – event* tahunan seperti *Halloween*, *octoberfest*, natal, dan tahun baru.

C. Analisis Peluang dan Hambatan

Suatu perencanaan bisnis harus menganalisa 4 faktor kekuatan (strengths) kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dari bisnis yang akan dibuat. Penting untuk menyusun strategi dengan menganalisis SWOT yang akan berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan. Hasil analisa SWOT akan memaksimalkan kekuatan, mempertahankan peluang, disaat bersamaan akan mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

“Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan”. Fred R. David (2008:8). Berdasarkan teori di atas, maka analisis SWOT dari perencanaan usaha *Bar & Grill* adalah sebagai berikut:

a. *Strength*

Kekuatan internal dari *Bar & Grill* ini menyuguhkan konsep yang menarik, kualitas dari produk, *entertainment* yang di sediakan, dan lokasi bisnis usaha. Dari sisi konsep tentu perpaduan antara *bar* dan *grill* menjadi hal yang berbeda dari pada umumnya, pengunjung dapat menikmati makanan *grill* dari *live cooking kitchen*, sekaligus menikmati hiburan dari *bar*, sehingga akan memberikan pengalaman baru bagi pengunjung. Konsep yang menarik harus di dukung dengan produk makanan dan

minuman yang berkualitas, dengan menggunakan bahan – bahan yang terbaik, hingga menawarkan menu – menu andalan agar memenuhi kepuasan tamu.

Bar & Grill ini juga menyediakan *entertainment* berupa *live music*, *live cooking*, meja billiard yang bisa di mainkan oleh tamu, dan antraksi yang diberikan oleh *bartender* dan pramusaji pada waktu tertentu. Untuk lokasi, *Bar & Grill* ini memiliki lokasi yang strategis karena berlokasi di Dago Pakar kabupaten Bandung dimana daerah tersebut merupakan dataran tinggi yang ada di Kota Bandung sehingga memberikan pemandangan yang indah dengan suasana yang sejuk.

b. *Weakness*

Belum terbudaya menikmati produk *grill* seperti *steak* sambil minum alkohol bagi masyarakat Indonesia, menjadi bahan pertimbangan untuk pelanggan datang ke *Bar & Grill* ini. Lokasi usaha memiliki akses jalan yang sedikit curam, sehingga pengunjung harus berhati – hati melewatinya, selain itu lokasi yang berada di Dago Pakar yang merupakan daerah tujuan wisata membuat lalu lintas menuju dago pakar tidak bisa di prediksi, terutama saat *weekend*. Maka dari faktor – faktor di atas yang akan menjadi kelemahan dari bisnis usaha ini.

c. *Opportunity*

Inovasi dari bar yang dipadukan dengan restoran grill akan menjadikan daya tarik tersendiri dan pengalaman baru bagi pengunjung. Melihat dengan sedikitnya kompetitor *bar* dengan konsep yang serupa di

bandung dan sekitarnya menjadikan peluang yang baik untuk mendirikan bisnis usaha *Bar & Grill* ini. Selain itu, banyaknya wisatawan dari luar daerah yang berwisata ke Dago Pakar menjadi peluang pasar yang baik bagi bisnis usaha *Bar & Grill*.

d. Threat

Ancaman dari bisnis usaha adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari, baik itu ancaman kecil maupun ancaman besar. Tantangan yang akan menjadi ancaman dalam bisnis *Bar & Grill* ini adalah norma – norma agama yang masih di junjung tinggi di negara Indonesia dan penolakan dari masyarakat setempat yang masih memandang negatif alkohol dan tempat hiburan. Selain itu, regulasi – regulasi perdagangan alkohol di Indonesia masih ketat dan cukup memberatkan.

D. Jenis atau Badan Usaha dan Struktur Personalia atau Manajemen

a. Jenis Badan Usaha

Dalam suatu bisnis usaha, pebisnis harus memilih jenis badan usaha yang akan dipilih untuk memulai bisnis usahanya. Hal ini di perlukan agar bisnis usaha tersebut legal dan memiliki perlindungan hukum. Setiap jenis badan usaha memiliki kelebihan dan kekurangan masing – masing, dengan demikian setiap pebisnis harus menyesuaikan badan usaha apa yang dibutuhkan oleh bisnis usahanya. Dikarenakan *Bar Grill* yang di rencanakan merupakan bisnis usaha swasta. Maka berdasarkan Pasal 33 UUD 1945 pengertian badan usaha milik swasta adalah, “bidang-bidang usaha yang diberikan kepada pihak swasta adalah mengelola sumber daya

ekonomi yang bersifat tidak vital dan strategis atau yang tidak menguasai hajat hidup orang banyak.” Berdasarkan pasal diatas penulis menarik kesimpulan bahwa badan usaha yang modalnya milik swasta yang tidak menguasai hajat hidup orang banyak dengan tujuan mengoptimalkan keuntungan untuk mengembangkan usaha dan membuka lapangan kerja.

Bisnis usaha Bar & Grill ini yang akan di dirikan di kabupaten Bandung akan di bentuk dengan badan usaha yaitu CV (*Comanditaire Venootschap*). Mengapa penulis menggunakan badaan usaha CV, karena prosedur dan persyaratan dari badan usaha ini relatif cukup mudah, dan pebisnis akan memiliki kebebasan dalam mengelola bisnis usahanya. CV juga memiliki karakter yang fleksibel, mulai dari ketentuan nama perusahaan hingga manajemen CV yang di nilai lebih mudah di bandingkan dengan badan usaha yang lainnya.

Pengertian CV dalam pasal 19 undang – undang hukum dagang (KUHD) adalah “perseroan yang terbentuk dengan cara meminjamkan uang, yang didirikan oleh seseorang atau beberapa orang persero yang bertanggung jawab secara tanggung renteng dan satu orang pesero atau lebih yang bertindak sebagai pemberi pinjaman uang. Pada beberapa referensi lain, pemberian pinjaman modal atau biasa disebut inbreng, dapat berbentuk selain uang, misalnya benda atau yang lainnya”. Dari pengertian di atas dalam mendirikan CV harus ada minimum 2 orang atau lebih sebagai pemilik modal yang terlibat. Para pemilik modal CV dibedakan 2 jenis, yaitu sekutu aktif (komplementer) dan sekutu pasif (komanditer). Dimana sekutu aktif merupakan sekutu yang menjalankan perusahaan dan

berhak melakukan perjanjian dengan pihak ketiga. Di lain sisi sekutu pasif yang menanamkan modal dan tidak ikut campur dalam pengurusan maupun kegiatan perusahaan. Prosedur pendirian CV *bar & grill* ini akan mengacu pada pada pasal 16 – 35 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata (KUHD).

b. Struktur Personalia / Manajemen

Dalam suatu bisnis usaha pasti akan diperlukan suatu struktur manajemen. Hal ini dibutuhkan untuk mempermudah seorang atasan untuk mengkoordinir dan membagi tugas – tugas yang akan dilakukan oleh bawahannya.

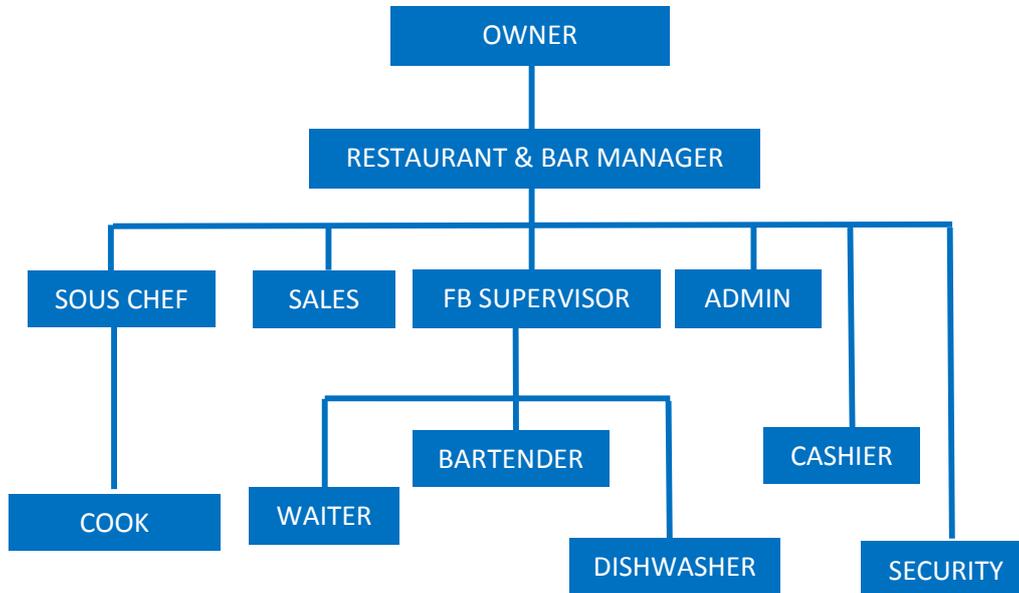
Adapun faktor – faktor yang berpengaruh terhadap pembuatan struktur manajemen, seperti yang dilansir oleh J. Salusu (2004 : 417) yaitu, “Penetapan struktur yang dipilih biasanya didasarkan atas tujuh faktor kunci yaitu :

- Besarnya organisasi
- Teknologi
- Lingkungan
- Falsalah manajemen puncak
- Pertimbangan geografis
- Organisasi informal
- Strategi

Maka faktor – faktor di atas, berikut merupakan rencana struktur manajemen untuk perencanaan bisnis *Bar & Grill* yang akan di buat :

GAMBAR 1.1

RENCANA STRUKTUR MANAJEMEN

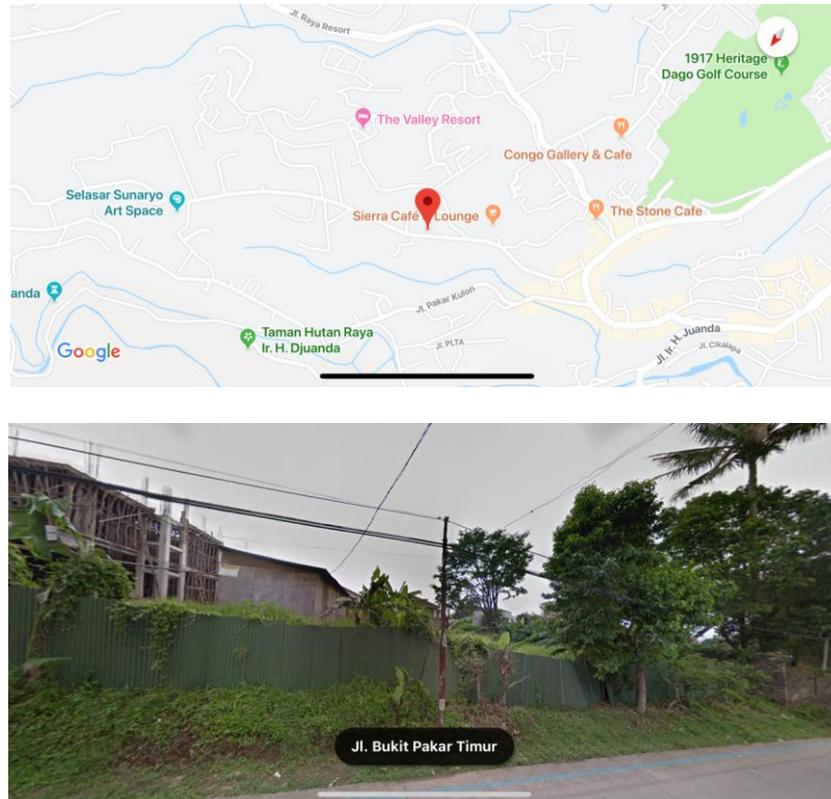


Sumber: Olahan Penulis

E. Lokasi dan Waktu Perencanaan Usaha

a. Lokasi Pembuatan Bisnis Usaha

Perencanaan bisnis usaha *Bar & Grill* ini akan berlokasi di Dago Pakar Kabupaten Bandung, yang tepatnya di Jalan Dago Pakar Timur, Ciburial, kabupaten Bandung. Ketersediaan lahan yang strategis untuk mendirikan bisnis usaha menjadi alasan penulis memilih lokasi ini.

GAMBAR 1.2**LOKASI PERENCANAAN BISNIS *BAR & GRILL* DI DAGO PAKAR****KABUPATEN BANDUNG**

Sumber: Google Maps

b. Waktu Penulisan Perencanaan Usaha

Waktu penulisan perencanaan usaha *Bar & Grill* ini akan dimulai dari Agustus 2019 hingga Januari 2020.