

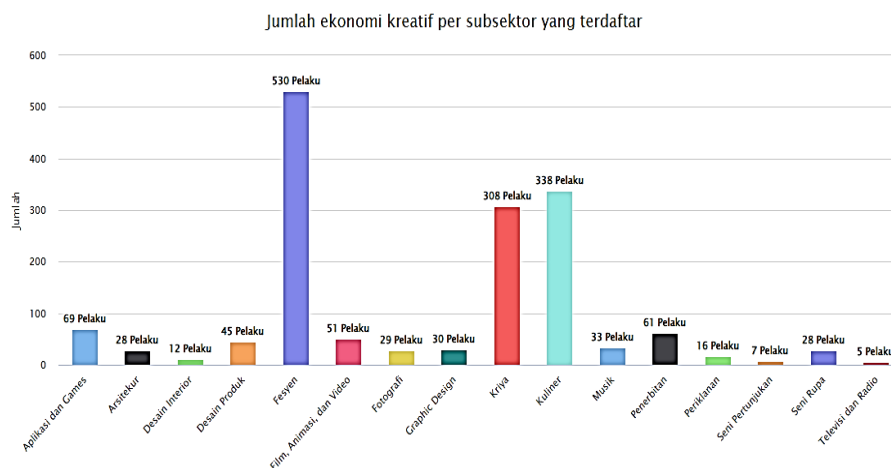
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi mengarah mengikuti pengembangan berbagai ide dan kreatif sebagai acuan perkembangan zaman yang terdigitalisasi, sehingga memudahkan setiap pengguna terutama sebagai pelaku bisnis untuk memulai bisnis yang berbasis digital. Begitu pula dengan munculnya ekonomi kreatif di Indonesia yang telah menjadi sistem yang mengandalkan kreativitas serta ide dalam sebuah kegiatan ekonomi. Perkembangan ekonomi ini pasti akan memberikan kontribusi positif dalam perkembangan dan kemajuan ekonomi di Indonesia.

Kepala Bidang Ekonomi Kreatif (Ekraf) Kota Bandung, Disbudpar Sri Susiagawati menyatakan, jika Kota Bandung layak dijadikan gudang insan kreatif mengingat 68% penduduknya adalah usia produktif atau kerja. Selain itu, sejarah kota sebagai pusat kreatif sangat berperan penting. Dengan cara ini, Kota Bandung dapat menghasilkan berbagai produk kriya, kuliner, dan fesyen. Selain itu, masing-masing *co-working* space di 30 kecamatan melakukan optimalisasi pemasaran untuk ketiga subsector unggulan tersebut. Ia menambahkan, inisiatif seperti kegiatan (Pasar Kreatif 2022) dapat membantu UMKM, yang menjadi penggerak utama perekonomian Kota Bandung (Humas Kota Bandung, 2022).



Gambar 1.1 Jumlah Ekonomi Kreatif Per Subsektor di Kota Bandung

Sumber : Humas Kota Bandung

Grafik tersebut memperlihatkan bahwa pelaku bisnis yang paling banyak di posisi pertama yaitu bidang fesyen dimana terdapat 530 pelaku bisnis, dan yang paling diminati urutan ke dua ada bidang kuliner terdapat 338 pelaku. Telah disebutkan bahwa saat ini terdapat tiga jagoan sub sektor ekonomi yang paling digandrungi oleh pelaku bisnis terutama konsumen di Kota Bandung yaitu produk kriya, kuliner dan *fashion*.

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang saat ini sedang marak dan diminati oleh masyarakat di Kota Bandung. Disamping karena konsumen menyukai kuliner yang unik dan juga kreatif, pelaku bisnis pula berlomba-lomba untuk mempertahankan bisnis mereka di era modernisasi ini terutama di era pandemi yang melanda pada awal tahun 2020 lalu. Karena Kota Bandung selalu terkenal dengan berbagai macam kuliner yang disajikan di banyak tempat kekinian seperti, Cibadak Culinary Night, Paskal Food Market, Angkringan Dago. Belum lagi *cafe-café* yang berada di Dago Pakar, Jl. Riau, Jl Setiabudi hingga lembang. Semuanya menawarkan hidangan dengan ciri khas tersendiri ditambah nuansa yang disajikanpun berbeda-beda untuk di setiap tempatnya.

Begitupun pada salah satu bisnis dibidang kuliner yang sangat kreatif dan juga inovatif dalam menciptakan sebuah rasa dalam produknya yaitu, ayam sawce. Ayam sawce merupakan merupakan tempat makan populer yang sedang ramai dibicarakan di Bandung. Tempat makan ini memiliki hidangan unik yaitu menu ayam tumpah. Kedai Ayam Sawce ini banyak diminati para pecinta kuliner pedas. Kuliner satu ini tak hanya menyediakan hidangan ayam, namun juga menu menarik lainnya. Namun paling fenomenal yakni menu ayam tumpahnya yang khas terbuat dari bumbu dan rempah khusus. Tempat makan ini, berdiri pada tahun 2018 di jalan Pahlawan namun, bisnis kuliner ini berdiri berawal dari bisnis pisang *nugget* karena pada saat itu pisang *nugget* diminati banyak konsumen hingga empat owner yang berasal dari empat bidang yang berbeda bersatu untuk mendirikan bisnis sampingan yaitu ayam sawce. Pada saat ayam sawce dirintis ternyata banyak sekali konsumen yang antusias sehingga bisnis pisang *nugget* perlahan memudar dan pada akhirnya pisang *nugget* tergantikan oleh ayam sawce.

Pencapaian ayam sawce dinilai diluar ekspektasi karena owner tidak menyangka bahwa banyak yang menyukai inovasi kuliner yang telah mereka buat. Karna khalayaknya bisnis harus mengalami grafik kenaikan dan penurunan, bisnis ayam sawce pun saat ini mengalaminya. Di tengah eksistensi ayam sawce dari tahun 2018 sampai saat ini cukup mengalami penurunan yang signifikan dikarenakan banyak kompetitor yang berlomba-lomba bersaing mendirikan ide bisnis yang baru dengan inovasi yang sangat banyak, membuat ayam sawce cukup dilupakan. Sampai akhir tahun 2022 bisnis ini masih berjalan namun tidak sebanding dengan masa kejayaanya yaitu tahun 2018.

TABEL 1.1
PERKEMBANGAN BISNIS AYAM SAWCE

No	Tahun	Deskripsi
1.	2018	Omset mencapai 30-40 juta perhari karena restoran baru memulai opening sehingga banyak sekali pengunjung yang tertarik dengan menu yang ditawarkan, setiap harinya restoran pasti mengalami kenaikan pengunjung yang datang. Hal ini membuat karyawan kewalahan sehingga owner merekrut karyawan baru dengan jumlah total 30 orang karyawan.
2.	2019	Hingga akhir tahun 2019 Ayam sawce masih diminati oleh banyak konsumen sehingga omset tidak berkurang pada saat awal opening sampai akhir tahun, karena dinilai menu yang tersedia di restoran dibandrol dengan harga yang ekonomis terutama wisatawan dan juga keluarga yang datang untuk menikmati makan siang
3.	2020	Omset menurun karena <i>covid-19</i> sehingga penurunan cukup signifikan. Karena pemerintah menerapkan PPKM sehingga restoran cukup kehilangan pelanggan. Maka dari itu memfokuskan untuk memilih pemasaran online dengan menggunakan via <i>e-commerce</i>
4.	2021	PPKM masih berlanjut walaupun sedikitnya masih ada pelanggan yang datang, dan masih memfokuskan pemasaran online. Walaupun pemasaran online ini dinilai mendapatkan keuntungan yang sangat kecil tetapi bisnis masih tetap berjalan. Kemudian pada saat hari raya

		mengalami kenaikan khususnya wisatawan karena libur cuti bersama.
5.	2022	Hingga akhir tahun walaupun pendapatan tidak melonjak seperti pada awal opening, namun restoran masih memiliki omset walaupun terbilang sepi pengunjung. Sama seperti tahun sebelumnya omset mengalami kenaikan khususnya pada libur hari raya mencapai 5 juta perhari.

Sumber: Manager Ayam sawce (2022)

Kesimpulan dari tabel diatas, bahwa peningkatan omset yang dilakukan Ayam sawce tidak meningkat dengan stabil dikarenakan diterapkannya PPKM pada saat *covid-19*. Karena pada tahun 2020-2021 PPKM serempak diterapkan dengan ketat untuk mengurangi intensitas masyarakat terpapar *covid-19* maka dengan itu, keadaan tersebut sangat berpengaruh terhadap pemasukan termasuk pengeluaran omset Ayam sawce.

Selain peningkatan omset yang tidak stabil, adapun permasalahan atau kendala yang dihadapi Ayam sawce dalam peningkatan omset diantaranya adalah pelayanan konsumen, promosi dan kondusivitas tempat. Dari ketiga permasalahan tersebut masalah yang bisa dikatakan paling serius atau kompleks adalah permasalahan kondusivitas tempat. Dikarenakan Ayam sawce belum memiliki tempat usaha sendiri jadi lokasi yang di dirikan sebelumnya hingga saat ini adalah tempat sewa. Sehingga Ayam sawce harus mengeluarkan biaya sewa pertahunnya, dan bisa dikatakan lokasi yang saat ini beroperasi kurang strategis dan juga nuansa bangunannya juga terkesan lampau atau jadul sehingga kemungkinan konsumen menjadi kurang nyaman juga tidak memiliki daya tarik.

Peningkatan dan permasalahan Ayam sawce telah teridentifikasi maka dengan itu diperlukan solusi yang tepat dalam menyelesaikan kendala tersebut. Dimulai dari bagaimana cara agar omset pada Ayam sawce terus meningkat seperti pada saat masa kejayaanya dahulu. Menyusun langkah atau keputusan yang akan diambil untuk menyelesaikan kendala pelayanan konsumen yang belum baik, promosi yang belum efektif dalam menarik pelanggan dan kondisi tempat yang kurang kondusif .

Peneliti memiliki ketertarikan melakukan penelitian ini karena memiliki rasa ingin tahu terhadap bisnis ekonomi kreatif dalam bidang kuliner Ayam sawce. Khususnya apa yang menjadikan bisnis ayam sawce masih digemari konsumen dan juga bertahan di tengah banyaknya kompetitor bisnis. Harapan penulis dalam melakukan penelitian ini dapat mengedukasi masyarakat, khususnya penulis untuk lebih mengetahui bagaimana cara mempertahankan bisnis terutama dalam peningkatan omset, ditengah kompetitor yang semakin banyak saat ini.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada peningkatan omset Ayam sawce di Kota Bandung. Apa saja langkah yang diambil Ayam sawce untuk meningkatkan omset. Serta menjadikan Ayam sawce sebagai salah satu bisnis yang mendukung sektor ekonomi kreatif dalam bidang kuliner di Kota Bandung.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana peningkatan omset yang dilakukan Ayam sawce dalam mendukung sektor ekonomi kreatif di Kota Bandung?
2. Bagaimana permasalahan yang dihadapi dalam meningkatkan omset ayam sawce di Kota Bandung?

3. Apa saja langkah yang harus dilakukan dalam meningkatkan omset Ayam sawce di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pencapaian omset yang dilakukan Ayam sawce dalam mendukung sektor ekonomi kreatif di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dalam peningkatan omset Ayam sawce di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui apa saja langkah yang harus dilakukan dalam meningkatkan omset Ayam sawce di Kota Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua, ialah:

1.5.1 Kegunaan Teoritis (Akademis)

Secara teoritis, penulis berharap penelitian ini bisa bermanfaat untuk memberikan kontribusi dalam bidang ilmu administrasi bisnis, khususnya pada mata kuliah manajemen pemasaran, Kewirausahaan dan Kreativitas dan Inovasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis (Guna Laksana)

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian bisa dimanfaatkan dalam menambah wawasan dan pemahaman mengenai omset sebagai acuan dalam menilai sebuah prestasi bisnis. Serta ekonomi kreatif sebagai sarana untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman perusahaan terhadap bagaimana cara meningkatkan omset.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan dalam menambah pemahaman dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

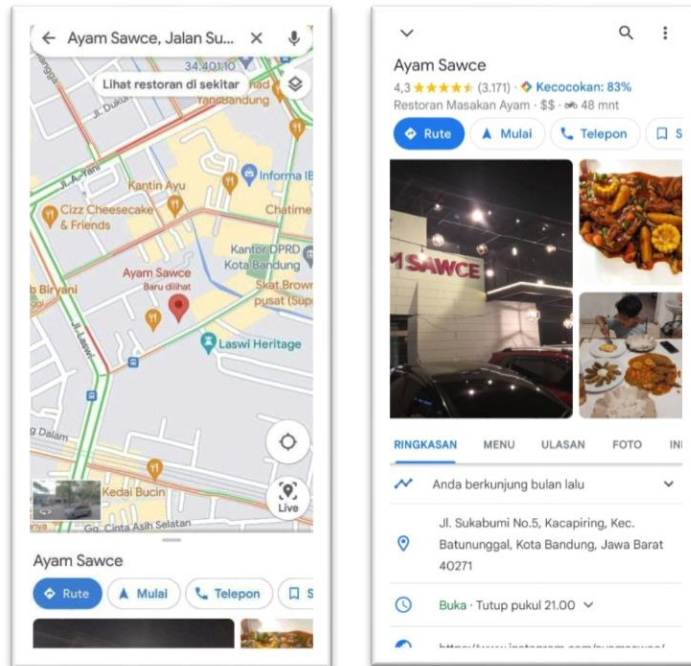
1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika untuk penelitian dengan metode/pendekatan kualitatif sebagai berikut :

- BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA terdiri dari kajian teoritis pengertian administrasi bisnis, manajemen pemasaran, omset, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.
- BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan
- BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Restoran Ayam Sawce yang berlokasi di Jalan Sukabumi No.5, Kacapiring, Kec. Batununggal, Bandung. Alasan memilih Ayam Sawce menjadi tempat penelitian yaitu karena menjadi salah satu sub sektor ekonomi dalam bidang kuliner yang memiliki keunikan saus yang ada pada produk Ayam Sawce. Inovasi Ayam Sawce menyediakan beberapa varian saus.



Gambar 1.2 Lokasi Ayam Sawce

Sumber : Google maps

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dengan jadwal yang disajikan pada tabel 1.3

**TABEL 1.2
WAKTU PENELITIAN**

No	Jadwal Kegiatan	Bulan Pelaksanaan																
		Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Juni 2023										
1.	Pengajuan judul usulan penelitian																	
2.	Penyusunan usulan penelitian																	
3.	Seminar usulan penelitian																	
4.	Penyusunan laporan penelitian																	
5.	Pelaporan hasil penelitian																	
6.	Sidang akhir																	

sumber : peneliti (2023)