

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha di Kabupaten Bandung, Jawa Barat semakin ketat. Tidak hanya pada usaha atau bisnis besar, usaha mikro kecil menengah (UMKM) dari beragam bidang usaha salah satunya adalah usaha wisata kuliner yang juga tidak luput dari dunia persaingan. Karenanya sebuah usaha atau bisnis sangat perlu memiliki strategi guna menangani permasalahan tersebut, bahkan strategi dikatakan sebagai hal yang sangat penting bagi organisasi atau perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien selain itu strategi juga berguna untuk menangani masalah yang datang dari dalam maupun dari luar organisasi atau perusahaan. Strategi sendiri merupakan rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan (Robinson, 2014).

Tabel 1.1 Data Jumlah Wisatawan Jawa Barat Tahun 2019

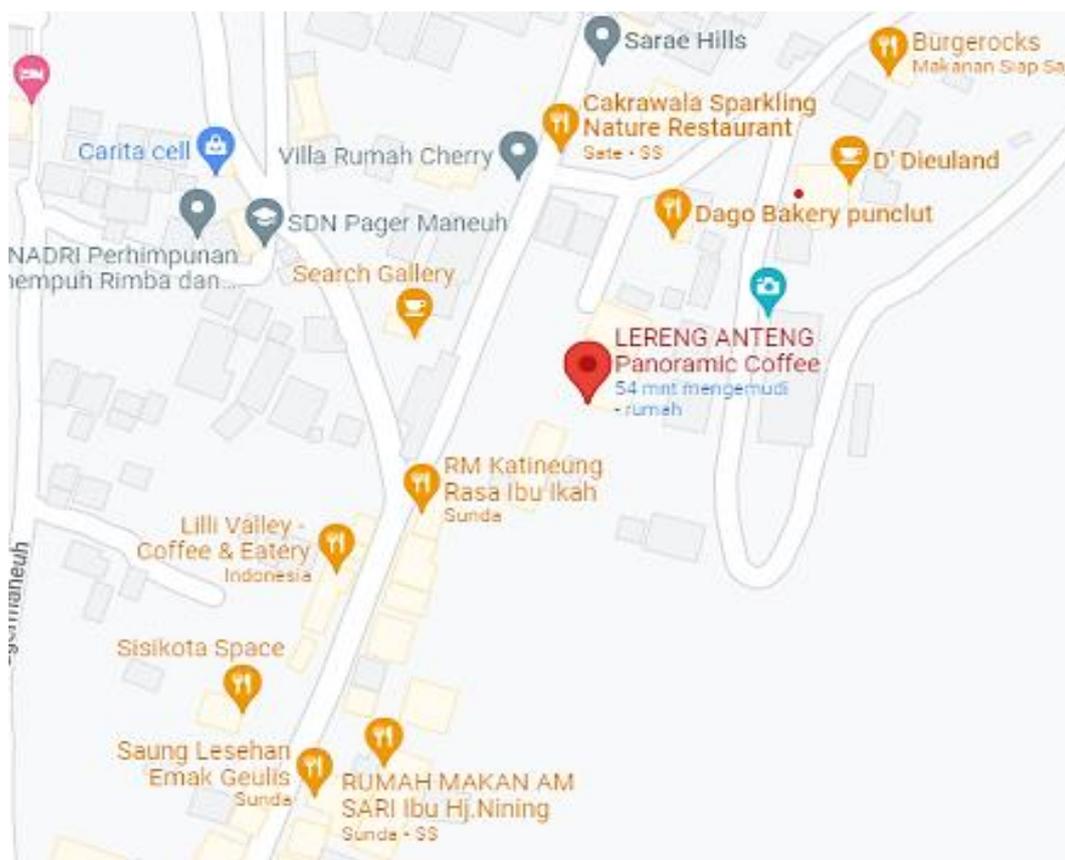
Jumlah Kunjungan Wisatawan Jawa Barat Tahun 2019			
Kota/ Kabupaten	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
Kota Bandung	0	2.442.250	2.442.250
Kabupaten Bandung	4.506	2.485.755	2.490.261
Kabupaten Bandung Barat	100.339	5.339.819	5.440.158
Provinsi Jawa Barat	543.372	46.729.106	47.272.478

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Barat (2019)

Keindahan Jawa Barat khususnya pada daerah Bandung tidak perlu diragukan lagi, terbukti dari banyaknya wisatawan yang berkunjung baik itu wisatawan asing/ manca negara maupun wisatawan dalam negeri/ nusantara sebesar 47.272.478 seperti dilansir dari data jumlah kunjungan wisatawan dari Badan Pusat Statistik Jawa Barat. Hal tersebut menjadi peluang besar untuk mendirikan usaha khususnya

dalam bidang wisata sehingga tidak heran jika tempat wisata menjamur di daerah Bandung. Satu dari beberapa jenis wisata yang terkenal dari Bandung adalah wisata kulinernya dengan beragam jenis makanan dan minuman.

Lereng Anteng *Panoramic Coffee Place* adalah salah satu dari banyaknya wisata kuliner di Bandung. Selain menyajikan ragam kuliner, Lereng Anteng juga menyuguhkan keindahan alam dan desain yang menawan, suasana yang sejuk karena berada di pinggir tebing Puncak Cimbleuit (Punclut), Lembang, Bandung menjadikannya tempat wisata kuliner yang sering dikunjungi wisatawan. Hanya saja pada daerah tersebut persaingan sangatlah ketat mengingat banyaknya pesaing dalam bidang yang sama dengan jarak yang berdekatan seperti terlihat pada peta lokasi Lereng Anteng. Berikut merupakan peta lokasi Lereng Anteng *Panoramic Coffee Place* :



Gambar 1.1 Peta Lokasi Lereng Anteng

Sumber : Google Maps, Lereng Anteng *Panoramic Coffee Place* (2022)

Grafik di bawah ini adalah data jumlah pengunjung yang mendatangi Lereng Anteng *Panoramic Coffee Place* periode bulan September 2021 hingga bulan Februari 2022 beserta jumlah pendapatannya :



Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung & Pendapatan Lereng Anteng *Panoramic Coffee Place* Periode September 2021 - Februari 2022

Sumber : Lereng Anteng *Panoramic Coffee Place* (2022)

Berlangsungnya usaha Lereng Anteng tidaklah luput dari adanya permasalahan, salah satunya adalah penurunan jumlah pengunjung dan pendapatan seperti terlihat pada grafik jumlah pengunjung dan pendapatan di atas. Permasalahan tersebut tentu saja harus segera ditangani, salah satu usaha untuk menangani permasalahan yang ada ialah dengan menentukan strategi bersaing yang cocok. Sebelumnya Lereng Anteng telah menerapkan strategi inovasi produk namun kendati demikian kegiatan yang dilakukan seperti merubah tampilan produk dan memperbaiki beberapa fasilitas umum belum sepenuhnya mampu mengatasi permasalahan yang dihadapinya.

Menilik dari latar belakang permasalahan yang ada, perlu dilakukan analisis lebih lanjut mengenai analisis lingkungan untuk menentukan strategi apa saja yang cocok dan dapat diterapkan. Karena dalam menentukan strategi yang cocok untuk sebuah usaha atau bisnis perlu dilakukannya analisis lingkungan tempat usaha itu didirikan. Dalam analisis ini peneliti menggunakan perumusan strategi 3 tahap (*input stage, matching stage, decision stage*) metode Fred R. David.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah pada penelitian ini berdasarkan latar belakang yang ada :

1. Bagaimanakah kondisi eksternal-internal wisata kuliner Lereng Anteng Bandung?
2. Apa strategi yang cocok untuk membantu memenangkan persaingan wisata kuliner Lereng Anteng berdasarkan hasil analisis strategi yang dilakukan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun berikut ini adalah tujuan penelitian berdasarkan latar belakang yang ada :

1. Mengetahui kondisi internal - eksternal wisata kuliner Lereng Anteng Bandung.
2. Menghasilkan strategi bersaing yang telah dikembangkan secara lebih terstruktur, cocok dan layak digunakan pada usaha Lereng Anteng berdasarkan posisi menggunakan metode tiga tahap penetapan strategi Fred R. David guna mengatasi dan memenangkan ketatnya persaingan usaha sejenis.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Instansi/ Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan instansi terkait dalam perbaikan dan pengoptimalan kebijakan-kebijakan mengenai strategi bersaing guna mengatasi permasalahan yang tengah dihadapi.
2. Bagi Universitas
Adanya hasil dari penelitian ini diharap mampu digunakan menjadi bahan informasi untuk penelitian selanjutnya, serta menambah banyaknya ragam keustakaan khususnya dalam bidang manajemen strategi.
3. Bagi Mahasiswa
Penelitian ini menjadi sarana menerapkan atau mengimplementasikan ilmu-

ilmu yang telah penulis dapatkan selama menempuh pendidikan strata satu (S1) dalam dunia industri secara nyata khususnya dalam bidang manajemen strategis. Serta mampu menganalisis strategi bersaing yang cocok diterapkan pada lokawisata Lereng Anteng *Panoramic Coffee Place* Bandung.

1.5 Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan guna menjadikan penelitian lebih terfokus terhadap penyelesaian dan penanganan masalah yang sebelumnya telah dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan strategi bersaing Lereng Anteng berdasarkan hasil formulasi strategi tiga tahap mengacu kepada konsep Fred R. David.
2. Matriks yang digunakan adalah matriks IFE, matriks EFE, matriks CP, matriks IE, matriks SWOT, matriks SPACE serta matriks QSP.
3. Alternatif strategi dipilih berdasarkan klasifikasi strategi menurut Fred R. David meliputi strategi Integrasi, Intensif, Diversifikasi dan strategi Bertahan.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Memuat kajian induktif merupakan landasan teori yang didasarkan dari jurnal, risalah, seminar, majalah, dan lain-lain dari penelitian sebelumnya. Serta kajian deduktif yaitu landasan teori yang dipakai sebagai acuan guna memecahkan masalah penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Didalamnya memaparkan jenis penelitian, waktu & tempat penelitian, jenis data beserta metode pengumpulan dan pengolahannya.

BAB IV PENGUMPULAN & PENGOLAHAN DATA

Memuat informasi mengenai data-data yang berhasil dikumpulkan selama melakukan penelitian beserta hasil pengolahan data-data tersebut.

BAB V ANALISIS & PEMBAHASAN

Berisikan analisis dan pembahasan pemecahan masalah penelitian berdasarkan hasil pengolahan data penelitian.

BAB VI KESIMPULAN & SARAN

Didalam BAB VI ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan beserta dengan saran-saran yang bersifat membangun.