

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Pariwisata di Indonesia

Indonesia dikenal dengan negara yang memiliki kekayaan alam yang luas dan kebudayaan yang unik. Indonesia terdiri dari 17.504 pulau 740 suku bangsa. Tempat wisata Indonesia yang paling sering dikunjungi wisatawan seperti pulau Bali, DIY Yogyakarta, DKI Jakarta dan Batam. Keindahan alam dan beragam kebudayaan yang dimiliki Indonesia telah menarik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Hal ini dapat terlihat dari data Badan Pusat Statistik yang menunjukkan meningkatnya kedatangan wisatawan asing di Indonesia (Indonesia Investments, 2016). Dari tabel dibawah ini terlihat peningkatan wisatawan dari tahun ke tahun yang menunjukkan bahwa pariwisata di Indonesia semakin bertumbuh.

Tabel 1.1 Titik Kedatangan Utama Wisatawan Asing

Lokasi	2013	2014	2015
Ngurah Rai Airport (Bali)	3,241,889	3,731,735	3,923,970
Soekarno-Hatta Airport (Jakarta)	2,240,502	2,246,437	2,304,275
Batam	1,336,340	1,454,110	1,545,818

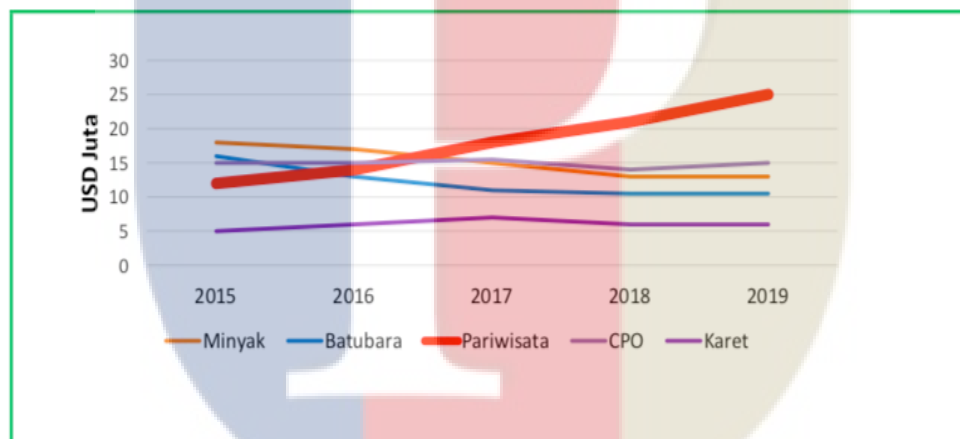
Sumber : Indonesia Investments (2016)

Dibalik pertumbuhan pariwisata Indonesia yang semakin meningkat, ada faktor yang mempengaruhi pertumbuhan tersebut yaitu gaya hidup. Perubahan gaya hidup dari wisatawan yang sebelumnya lebih tertarik untuk membeli barang bermerek berganti dengan kebiasaan berlibur dengan mengunggah foto atau *vlog* yang menunjukkan liburan dengan objek alam atau *scenery* (Republika, 2017). Perubahan gaya hidup ini sangat mempengaruhi pariwisata Indonesia dengan semakin meningkatnya keinginan masyarakat untuk berlibur agar mendapatkan foto dengan keindahan alam Indonesia. Bertambahnya

kunjungan wisatawan tersebut didukung dari promosi yang dilakukan Kementerian Pariwisata dengan melakukan Digital Tourism. Kementerian Pariwisata terus mengembangkan wisata Indonesia agar Indonesia dapat dikenal secara global.

1.1.2 Strategi Pemerintah Indonesia

Dalam meningkatkan pertumbuhan pariwisata, Kementerian Pariwisata menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sudah meningkat dan mencapai target. Terlihat dari jumlah wisatawan 2016 mencapai 12.023.971 dan meningkat sebesar 15.54%. Dengan meningkatnya pariwisata berdampak pada pendapatan negara atau dapat disebut sebagai devisa negara. Berikut grafik dari hasil laporan akuntabilitas kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2016 (Kemenpar, 2016), sebagai berikut:



Gambar 1.1 Proyeksi Penerimaan Devisa Sektor - Sektor Utama

Sumber: Laporan Kerja Kementerian Pariwisata (2016)

Dari gambar di atas terlihat bahwa pariwisata Indonesia diproyeksikan akan memiliki tingkat pertumbuhan paling tinggi dibandingkan sektor lainnya sebagai penerimaan devisa negara di tahun 2019. Hal ini yang membuat pariwisata menjadi sasaran penting pemerintah untuk terus mengembangkan pariwisata demi meningkatkan perekonomian Indonesia.

1.1.3 Bali sebagai Destinasi Wisata

Bali merupakan provinsi di Indonesia yang paling diminati oleh para wisatawan dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia. Dengan luas 5633 km² Bali memiliki banyak pulau-pulau kecil dan pegunungan yang memiliki keindahan dan pemandangan alam yang disukai oleh wisatawan. Bali dikelilingi oleh keindahan pantai seperti pantai Kuta, Pandawa dan masih banyak pantai lainnya yang sering dikunjungi oleh wisatawan.

Selain itu, keindahan panorama gunung-gunung di Bali tidak kalah dengan keindahan pantainya. Beberapa gunung seperti Gunung Agung dan Gunung Batur menjadi salah satu objek wisata yang wajib dikunjungi dimana wisatawan dapat melihat matahari terbit. Bali dikenal juga sebagai pulau dewata dikarenakan kebudayaan dan kepercayaan agama Hindu di Bali. Oleh sebab itu banyak pura-pura tempat orang Hindu melakukan upacara keagamaan yang menjadi salah satu tujuan wisata untuk memperlihatkan keunikan dari kebudayaan di Bali. Bali juga dikenal dengan keseniannya mulai dari tarian hingga lukisan. Hal ini yang membuat Bali menjadi tempat wisata yang kaya akan objek alam dan budaya.

1.1.4 Produk Oleh Oleh Sebagai Pendukung Wisata Bali

Perkembangan pariwisata di Indonesia semakin meningkat baik dari wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Hal ini juga berdampak khususnya di daerah Bali yang merupakan destinasi yang paling diminati oleh para wisatawan. Industri kuliner ikut bertumbuh seiring dengan kebutuhan masyarakat yang membutuhkan makanan. Gaya hidup yang dilakukan oleh wisatawan saat mengunjungi tempat wisata tidak hanya untuk melihat keindahan alam dan kebudayaan, tetapi juga mereka mencari makanan khas yang terdapat pada daerah tersebut.

Wisata kuliner oleh-oleh khas Bali merupakan salah satu daya wisata yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Wisata kuliner menyediakan fasilitas layanan atau sebagai aktivitas kuliner sebagai pendukung wisatawan yang bertujuan untuk rekreasi dan juga relaksasi (Suryadana & Rismiyanto, 2015). Hal ini yang memberikan daya tarik bagi wisatawan untuk ingin mencoba kuliner khas Bali. Wisata kuliner yang dikenal di Bali seperti ayam

betutu, oleh-oleh seperti kacang Bali, pie susu, pia, dan juga kain pantai dan lainnya. Seiring dengan bertambahnya wisatawan, membuat bisnis oleh-oleh di Bali semakin berkembang dengan bertambahnya perusahaan yang menciptakan tempat oleh-oleh bagi wisatawan di Bali.

Bali merupakan tempat wisata yang memiliki berbagai macam oleh-oleh yang banyak diminati oleh para wisatawan. Untuk memberikan hal baru untuk pariwisata, maka penulis menciptakan Bali Banana sebagai salah satu oleh-oleh terbaru dari Bali. Bali Banana merupakan perusahaan *startup* baru yang menjual produk yang belum pernah dijual di daerah Bali. Namun, Bali memiliki beberapa toko industri oleh-oleh yang dapat menjadi produk substitusi dari Bali Banana. Oleh karena itu, Bali Banana harus membuat pengembangan bisnis berdasarkan analisis SWOT, terutama untuk meningkatkan daya saing, penjualan, serta memperluas pangsa pasar Bali Banana. Untuk itu, penulis memilih judul “Penerapan Strategi Pengembangan Bisnis Bali Banana berdasarkan Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat (SWOT)”

1.2 Rumusan Masalah

Bali Banana merupakan perusahaan *startup* yang memiliki banyak pesaing. Beberapa di antaranya seperti Pia Legong, Pie Susu Asli Enaaak, Pie Susu Dhian dan beberapa produk lainnya. Semakin bertambahnya wisatawan, semakin membuka peluang bagi industri makanan yang mendukung kebutuhan makanan bagi wisatawan. Berdasarkan latar belakang di atas, pariwisata di Indonesia semakin meningkat yang sesuai dengan strategi pemerintah dalam meningkatkan perekonomian Indonesia dan devisa negara, maka keberadaan Bali Banana menjadi pendukung yang penting dalam meningkatkan pertumbuhan pariwisata dalam bidang kuliner di Bali.

Untuk dapat mengembangkan usaha lebih luas lagi, Bali Banana harus dapat mempertahankan posisinya terhadap persaingan. Oleh karena hal tersebut, Bali Banana membuat strategi berdasarkan analisis dari peluang (*opportunities*), ancaman (*threat*), kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) atau disebut SWOT Analysis. Menurut Pearce dan Robinson, (2005), SWOT Analysis adalah teknik pemikiran yang dilakukan untuk meninjau situasi strategi perusahaan yang

terdiri dari faktor internal (*Strength* dan *Weakness*) , dan faktor eksternal (*Opportunities* dan *Threat*). Dari beberapa faktor tersebut, SWOT menjadi salah satu strategi analisis yang baik untuk pengembangan bisnis Bali Banana.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari laporan dari proyek akhir ini adalah untuk meningkatkan daya saing, penjualan dan juga memperluas pangsa pasar Bali Banana melalui strategi pengembangan bisnis berdasarkan SWOT, rencana bisnis serta analisa implementasi dari strategi pengembangan bisnis Bali Banana.

Tujuan dari laporan proyek akhir ini adalah:

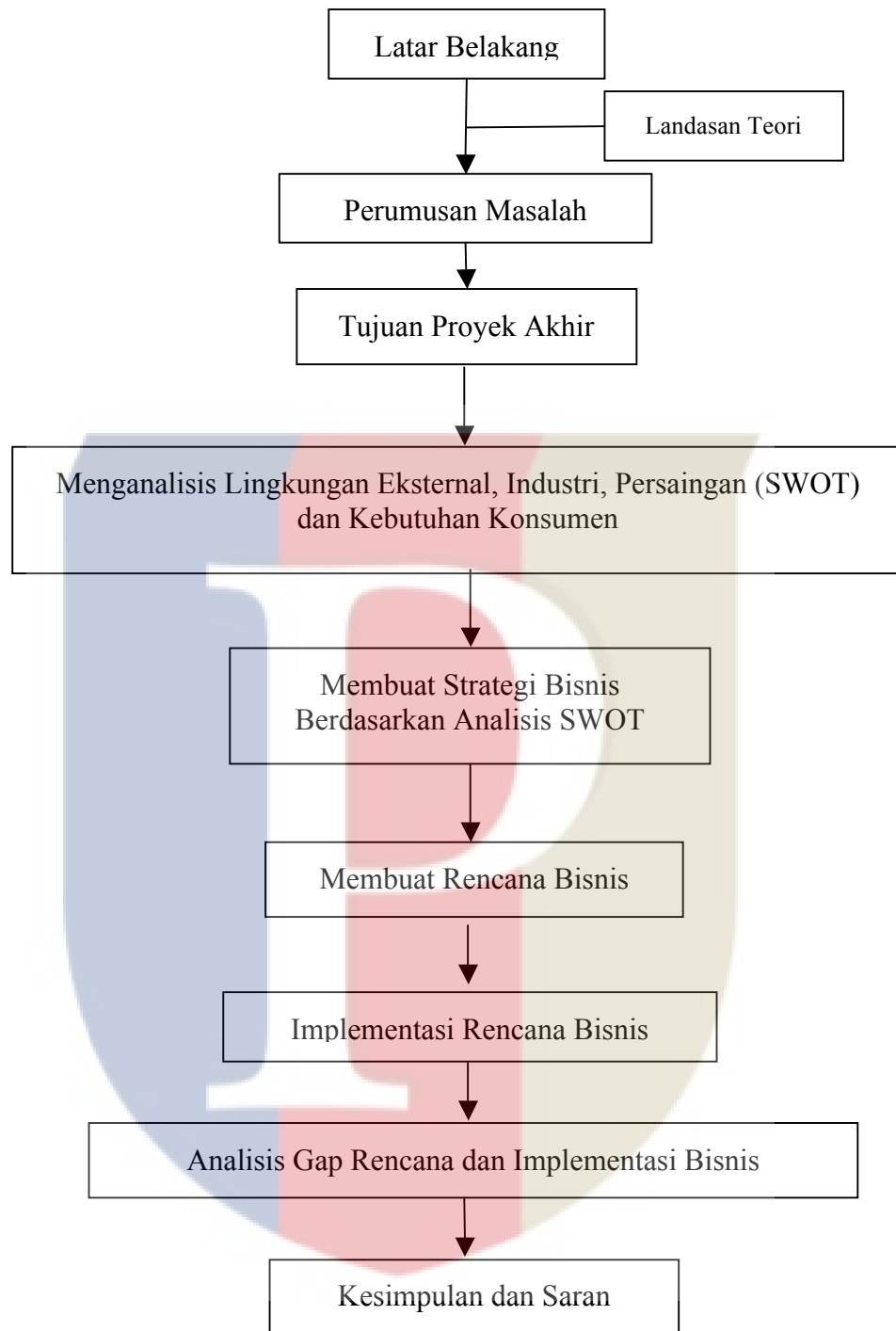
1. Membuat Strategi Pengembangan Bisnis berdasarkan SWOT
2. Membuat Rencana Bisnis dari Bali Banana
3. Analisa implementasi dari Strategi Pengembangan Bisnis Bali Banana

1.4 Batasan Masalah

Laporan proyek ini hanya meneliti mengenai strategi marketing dari produk Bali Banana. Lokasi penelitian dilakukan di Bali selama 10 bulan Oktober 2017 – July 2018. Ruang Lingkup dari penelitian ini terbatas pada bisnis Bali Banana.

1.5 Metode Proyek Akhir

Studi strategi pengembangan bisnis Bali Banana menggunakan metode deskriptif dengan penjabaran perencanaan hingga implementasi dan menganalisis gap antara rencana dan implementasi dalam aspek beberapa aspek bisnis. melalui Di bawah merupakan kerangka berfikir dari proyek akhir ini.



Gambar 1.2. Flow Chart Proyek Akhir

Sumber : Elaborasi Data Pribadi

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proyek ini terdiri atas 5 (lima) bab, yang terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang penulisan, perumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan landasan teori yang berisikan teori-teori yang akan digunakan untuk menganalisis perencanaan bisnis pada bab 3.

BAB III : PERENCANAAN BISNIS

Bab ini berisi tentang analisis dan perencanaan bisnis yang berisikan analisis lingkungan eksternal, analisis industri, analisis persaingan dan konsumen, rencana pemasaran, rencana operasi, dan rencana keuangan.

BAB 4 : ANALISIS IMPLEMENTASI BISNIS

Bab ini berisi tentang analisis Implementasi bisnis yang direncanakan pada bab 3, yang berisikan laporan kegiatan, analisa gap antara rencana dan realisasi.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang didapatkan dari hasil penelitian laporan proyek akhir ini