

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat setiap tahunnya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia tahun 2007 mencapai 218.868.791 jiwa dan meningkat menjadi 237.641.326 jiwa pada tahun 2011. Besarnya jumlah penduduk Indonesia menjadikan negara ini sebagai pasar yang potensial dalam mengembangkan berbagai jenis bisnis. Salah satu bisnis yang terus berkembang adalah bisnis di sektor perdagangan, hotel, dan restoran. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi sektor perdagangan, hotel, dan restoran terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2016 meningkat sebesar 1,14 persen. Informasi ini mengindikasikan bahwa usaha restoran semakin menjanjikan dan berpotensi menjadi tren bisnis saat ini.

Tabel 1. Produk Domestik Bruto Berdasarkan Harga Konstan menurut Lapangan Usaha Tahun 2016

Lapangan Usaha	Tahun (Milyar Rupiah)			
	2013	2014	2015	2016
Pertanian, Perikanan, Peternakan, dan Kehutanan	262.402,80	271.509,30	284.620,70	296.369,30
Pertambangan	168.031,70	171.278,40	172.442,70	179.974,90
Industri Pengolahan	514.100,30	538.084,60	557.764,40	569.550,80
Listrik, Gas, dan Air Bersih	12.251,00	13.517,00	14.993,60	17.059,80
Konstruksi	112.233,60	121.808,90	130.951,60	140.184,20
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	312.518,70	340.437,10	363.813,50	367.958,80
Pengangkutan dan Komunikasi	124.808,90	142.326,70	165.905,50	191.674,00
	170.074,30	183.659,30	198.799,60	208.832,20

Keuangan, Real Estate, dan Jasa Perusahaan				
Jasa-jasa	170.705,40	181.706,00	193.024,30	205.371,50
Produk Domestik Bruto	1.847.126,70	1.964.327,30	2.082.315,90	2.176.975,50

Sumber: Badan Pusat Statistik (2017), diolah

Besarnya kontribusi sektor perdagangan, hotel, dan restoran ini didukung oleh perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia terutama yang berada di daerah perkotaan. Masyarakat di perkotaan menganggap restoran tidak hanya sebagai tempat untuk makan, tetapi juga sebagai tempat berkumpul dengan keluarga dan teman ataupun tempat untuk mengadakan *meeting* dengan rekan kerja. Selain itu, peningkatan mobilitas masyarakat mengakibatkan aktivitas yang dilakukan di luar rumah lebih banyak, termasuk kegiatan makan. Peningkatan mobilitas juga menyebabkan semakin besarnya penghargaan terhadap waktu dan keinginan serba praktis. Pola konsumsi yang praktis dan nyaman tersebut dapat diperoleh melalui restoran.

Kota Yogyakarta merupakan salah satu tempat pariwisata bagi para wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Kota Yogyakarta juga dijadikan sebagai alternatif tujuan rekreasi dan liburan bagi keluarga karena memiliki banyak tempat wisata, seperti wisata alam, wisata belanja, dan wisata kuliner. Selain itu, Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai Daerah Istimewa juga memiliki karakteristik yang khas, yaitu orangnya ramah-ramah, banyak tempat yang masih melestarikan budaya jawa, dan keanekaragaman produk makanannya. Banyaknya tempat wisata yang tersebar di Kota Yogyakarta, seperti Candi Prambanan, Malioboro, Tugu dan Candi Borobudur juga meningkatkan daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke

kota ini. Adapun perkembangan kunjungan wisatawan ke Kota Yogyakarta dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Perkembangan Kunjungan Wisatawan ke Kota Yogyakarta Tahun 2013-2016

Jenis Usaha	Jenis Wisatawan	Perkembangan Per Tahun			
		2013	2014	2015	2016
Objek Wisata	Domesetik	1.370.119,00	1.163.110,00	1.524.044,00	1.630.715,00
	Mancanegara	18.174,00	41.377,00	42.812,00	43.863,00
	Jumlah	1.388.293,00	1.204.487,00	1.566.856,00	1.674.578,00
Akomodasi	Domesetik	716.807,00	1.086.374,00	1.205.628,00	1.190.793,00
	Mancanegara	31.443,00	102.737,00	104.076,00	102.055,00
	Jumlah	748.250,00	1.189.111,00	1.309.704,00	1.292.848,00
Jumlah	Domesetik	2.086.926,00	2.249.484,00	2.729.672,00	2.821.508,00
	Mancanegara	49.617,00	144.114,00	146.888,00	145.918,00

Sumber: Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta (2017)

Pada tahun 2013 sebanyak 2.136.543 orang wisatawan berkunjung ke kota Yogyakarta dan meningkat sebesar 38,89 persen pada tahun 2016. Peningkatan kunjungan wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, menunjukkan bahwa potensi sektor pariwisata Kota Yogyakarta sangat tinggi dan memiliki prospek yang baik. Dengan semakin tingginya potensi sektor pariwisata Kota Yogyakarta, maka akan berdampak pada pertumbuhan yang positif terhadap sektor perdagangan, hotel, dan restoran di daerah tersebut. Pertumbuhan sektor perdagangan, hotel, dan restoran di Kota Yogyakarta dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Produk Domestik Regional Kota Yogyakarta menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2013-2016

Lapangan Usaha	Tahun (Milyar Rupiah)			
	2013	2014	2015	2016
Pertanian, Perikanan, Peternakan, dan Kehutanan	12.323,95	12.717,26	13.121,58	13.539,61
Pertambangan	116,24	118,31	120,53	121,98
Industri Pengolahan	1.049.336,89	1.126.541,95	1.197.768,02	1.273.762,00
Listrik, Gas, dan Air Bersih	119.970,03	128.090,57	136.829,56	146.236,51
Konstruksi	276.736,82	288.023,99	299.804,17	312.096,14
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	1.140.159,58	1.205.111,94	1.267.518,19	1.331.874,52
Pengangkutan dan Komunikasi	368.420,39	394.451,07	422.723,25	453.533,15
Keuangan, Real Estate, dan Jasa Perusahaan	522.979,72	560.780,48	602.517,87	648.625,82
Jasa-jasa	282.230,09	296.907,60	312.418,61	328.811,32
Produk Domestik Bruto	3.782.273,71	4.012.743,17	4.252.821,78	4.508.601,05

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta (2017)

Salah satu tujuan pariwisata di Kota Yogyakarta adalah keanekaragaman produk makanannya atau biasa disebut dengan wisata kuliner. Wisata kuliner di Yogyakarta sangat beragam, baik dari segi skala rumah makannya maupun tipe dan tema yang digunakan pemilik rumah makan untuk menarik konsumen. Keanekaragaman produk makanan yang ditawarkan tersebut terjadi karena adanya tuntutan selera masyarakat akan bentuk-bentuk industri kuliner baru. Tuntutan keanekaragaman produk makanan tersebut menjadi salah satu peluang pasar yang potensial bagi berkembangnya usaha-usaha yang bergerak di industri kuliner.

Peningkatan jumlah penduduk Kota Yogyakarta yang bekerja menyebabkan pergeseran gaya hidup di kota ini, termasuk aktivitas makan. Dinas Tenaga Kerja dan Imigrasi menyebutkan terjadi peningkatan jumlah penduduk Kota Yogyakarta yang bekerja pada tahun 2009 sebesar 1.705 jiwa dan pada tahun 2016 menjadi 3.123 jiwa. Kesibukan yang dimiliki oleh sebagian besar masyarakat Kota Yogyakarta menjadikan mereka mencari pola konsumsi yang lebih praktis, cepat, dan nyaman. Restoran merupakan salah satu solusi dalam menyajikan pola konsumsi yang diinginkan oleh masyarakat Yogyakarta. Adapun perkembangan restoran dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perkembangan Jumlah Restoran di Kota Yogyakarta Tahun 2012-2016

Tahun	Jumlah	Pertumbuhan (%)
2012	222	-
2013	248	11,71
2014	268	8,06
2015	211	-21,27
2016	225	6,22

Sumber: Buku Pariwisata Kota Yogyakarta, Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta (2017)

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa jumlah restoran di Kota Yogyakarta setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun pada tahun 2015 jumlah restoran menurun. Penurunan ini pada umumnya diakibatkan karena ketidakmampuan restoran dalam mempertahankan jumlah pengunjungnya. Sedangkan, pada tahun selanjutnya jumlah restoran mulai meningkat kembali. Peningkatan jumlah restoran tersebut mengindikasikan bahwa peluang bisnis di industri kuliner memiliki prospek yang baik dan cukup potensial untuk

dikembangkan di Kota Yogyakarta. Salah satu jenis restoran yang memiliki potensi untuk berkembang adalah restoran tradisional.

Tabel 5. Perkembangan Restoran dan Rumah Makan di Kota Yogyakarta Berdasarkan Jenis Hidangan yang Disajikan pada Tahun 2012-2016

Jenis Hidangan	Jumlah (Unit)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Indonesia	45	48	51	54	55
Daerah	215	216	218	220	220
Internasional	107	108	110	111	111
Oriental	35	36	40	47	47
Kontinental	40	43	45	50	47
Jumlah	442	451	464	482	480

Sumber: Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta (2017)

Salah satu gerai *Traditional food* yang merupakan tempat makan tradisional di Kota Yogyakarta adalah gerai yang berada di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM). *Foodcourt* tersebut menyajikan menu masakan khas tradisional yang enak dan bergizi serta ditunjang dengan suasana yang *modern*, pelayanan yang ramah, dan harga yang sesuai bagi konsumen. Gerai *Traditional food* yang berada di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) terus berkembang dengan pesat di tengah persaingan yang ketat di antara restoran tradisional dan *modern* yang berada di Kota Yogyakarta.

Dengan maraknya makanan *western* dan *junkfood*, beberapa restoran tradisional sudah mulai tutup dan tidak aktif. Namun, ketidakaktifan restoran-restoran tersebut tidak mengakibatkan rasa pesimis bagi para investor yang memiliki keinginan untuk membuka usaha di bidang restoran tradisional di

Yogyakarta, salah satunya adalah masih adanya gerai *Traditional food* yang berada di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM). Beberapa gerai *Traditional food* disana menggunakan konsep makanan tradisionanl.

Kondisi persaingan di antara restoran-restoran tradisional dan modern dapat mempengaruhi perumusan dan penerapan strategi oleh para manajer di tiap restoran agar restoran mereka dapat menarik konsumen lebih banyak dibandingkan restoran lainnya. Para manajer melakukan berbagai macam strategi untuk bersaing dan bertahan dalam kondisi persaingan yang ada. Pada umumnya, strategi yang digunakan dalam menghadapi kondisi persaingan ini adalah strategi bersaing atau disebut dengan strategi samudera merah (*red ocean strategy*).

Strategi samudera merah merupakan strategi yang didasarkan pada situasi kompetisi atau persaingan. Strategi ini bertujuan untuk memenangkan kompetisi dengan membangun posisi kokoh dalam pangsa pasar dan tatanan industri yang ada. Penerapan strategi ini akan semakin memperketat persaingan yang ada di antara para pelaku usaha untuk mengalahkan satu sama lain sehingga tercipta lautan berdarah "*red ocean*" bagi para pelaku usaha tersebut.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, para pelaku usaha harus lebih bekerja keras dalam memformulasikan strategi yang layak bagi usaha mereka tanpa harus membuat mereka berada di "*red ocean*". Salah satu strategi yang dapat dilakukan dalam menyikapi persaingan tersebut adalah strategi samudera biru atau "*blue ocean strategy*". Strategi ini digunakan bukan untuk menghadapi persaingan, tetapi menjadikan persaingan tersebut tidak lagi

relevan. Strategi ini berfokus untuk menumbuhkan permintaan, yaitu dengan menciptakan ruang pasar sendiri. Oleh karena itu, *blue ocean strategy* dapat diterapkan menjadi strategi bisnis yang tepat bagi gerai *Traditional food* yang berada di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) sebagai restoran tradisional yang tidak ingin terjebak dalam situasi persaingan yang ketat.

Berdasarkan latar belakang dan deskripsi yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian di gerai *Traditional food* yang berada di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) sehingga peneliti mengangkat fenomena tersebut menjadi judul penelitian yaitu: “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* (Studi Kasus Pada *Traditional Food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM))**”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana metode *Blue Ocean Strategy* dalam menentukan posisi kuadran sebagai upaya memenangkan persaingan bisnis antara *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) dengan pesaing lainnya?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk diterapkan sebagai strategi persaingan bisnis *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM) berdasarkan *Blue Ocean Strategy*?

1.3 BATASAN MASALAH

Batasan masalah yang harus dilakukan agar memfokuskan kajian yang akan dilaksanakan. Adapun batasan masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada gerai *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM).
2. Strategi Samudra Biru (*Blue Ocean Strategy*) digunakan sebagai alternatif solusi dalam penyelesaian masalah.
3. Data yang diambil adalah data internal dan eksternal dari gerai *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM).

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah,

1. Untuk mengetahui dan menganalisis posisi perusahaan dalam menentukan strategi yang tepat untuk bertahan dalam persaingan.
2. Untuk mengetahui upaya perusahaan guna memenangkan persaingan dalam bisnis *Tradisional food* di *Eatventure* Jogja City Mall (JCM).
Menghasilkan suatu strategi penjualan yang baru dengan menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy*.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Mampu menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah dengan kondisi dilapangan, dalam kaitannya strategi pemasaran dengan *Blue Ocean Strategy*.

2. Bagi Perusahaan

Digunakan sebagai usulan masukan dan sebagai sumber informasi bagi perusahaan untuk memberikan masukan strategi pemasaran dengan *Blue Ocean Strategy* sehingga dapat mengevaluasi kinerja secara lebih baik.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai referensi lain pada penelitian berikutnya, khususnya untuk penyelesaian kasus yang berkaitan strategi pemasaran dengan *Blue Ocean Strategy*.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk lebih terstrukturnya penulisan Tugas Akhir ini, maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Memuat kajian tentang latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan permasalahan, batasan permasalahan dalam penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan laporan Tugas Akhir.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Merupakan penjelasan secara terperinci mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk pemecahan masalah. Memberikan garis besar metode yang digunakan oleh peneliti sebagai kerangka pemecahan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Memuat materi penelitian, objek dan lokasi penelitian, prosedur yang digunakan, data yang akan dikaji, serta cara menganalisis yang dipakai sesuai bagan alur penelitian yang telah dibuat.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Memuat data-data yang diperoleh selama melakukan penelitian beserta pengolahannya dengan metode yang telah ditentukan. Pengolahan data yang dimaksud termasuk analisis yang dilakukan terhadap hasil yang diperoleh.

BAB V PEMBAHASAN

Memuat pembahasan kritis mengenai hasil penelitian yang berupa tabel, grafik, model maupun analisis dari hasil pengolahan data. Pembahasan berupa penjelasan teoritis dari hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan dan menghasilkan rekomendasi.

BAB VI PENUTUP

Memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan pembahasan untuk menjawab rumusan masalah yang dikemukakan. Sedangkan saran adalah pemikiran yang diajukan berdasar pertimbangan penulis, diajukan kepada para peneliti dalam bidang sejenis yang ingin mengembangkan penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat semua sumber kepustakaan yang digunakan dalam penelitian, baik berupa buku, jurnal, maupun sumber-sumber kepustakaan lainnya.

LAMPIRAN