

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

### 1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia mengalami penurunan yang signifikan pada masa Pandemi coronavirus 2019-2020 (Arianto, 2020). Data dari BPS menunjukkan bahwa pada tahun 2020, angka pertumbuhan ekonomi Indonesia merosot tajam hingga mencapai -2,07%. Hal ini membuktikan dampak langsung dari pandemi Covid-19 dan pembatasan sosial yang menghambat aktivitas perekonomian.

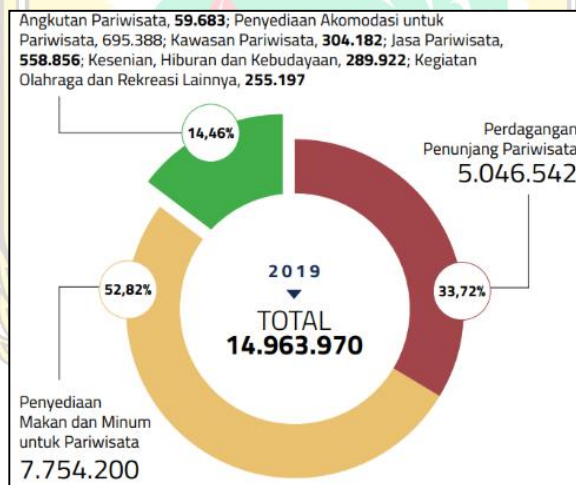


**Gambar 1.1** Pertumbuhan Ekonomi Indonesia  
(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Melihat dampak tersebut, pemerintah Indonesia perlu mengambil langkah-langkah yang paling efektif untuk menjaga stabilitas ekonomi negara. Salah satu sektor yang dapat membantu pemulihan ekonomi Indonesia ini yaitu pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki dampak yang cukup signifikan dalam pembangunan ekonomi nasional dan peningkatan pendapatan, dimana pariwisata ini sendiri merupakan penyumbang devisa ketiga terbesar setelah CPO dan batubara (Putra, 2018). Tidak hanya sebagai penunjang devisa,

industri pariwisata juga memberikan *multiplier effect* terhadap masyarakat sekitar. Hal ini dikarenakan sektor pariwisata efektif dalam pengurangan jumlah tenaga kerja bagi negara (Saadah dkk., 2023).

Dewasa ini, pariwisata di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang cukup pesat setelah sempat terpuruk di masa pandemi. Salah satu industri dan jasa pariwisata yang ikut serta membantu dan merasakan perkembangan sektor pariwisata di Indonesia adalah bidang bisnis restoran. Bidang bisnis restoran ini merupakan salah satu usaha pariwisata berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Jumlah tenaga kerja di pariwisata dan ekonomi kreatif terbanyak berada pada sektor penyedia makan dan minum untuk pariwisata dan kuliner. Hal ini didapat dari Badan Pusat Statistik dan dapat dilihat pada **Gambar 1.2.** berikut.



**Gambar 1.2** Lapangan Usaha yang Mendominasi Tenaga Kerja di Subsektor Pariwisata  
(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Industri pariwisata membuka potensi peluang bisnis, terutama dalam sektor penyedia makanan dan minuman untuk pariwisata. Hal ini dapat berdampak positif pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, dengan tujuan menciptakan masyarakat yang adil dan sejahtera. Daerah-daerah di Indonesia mulai menyadari dampak positif yang ditimbulkan dari kemajuan di sektor pariwisata ini, sehingga daerah-daerah tersebut selalu berusaha untuk mengembangkan potensi-potensi

yang dimiliki dan memberikan perhatian khusus pada sektor pariwisata (Saadah dkk., 2023). Salah satu daerah tersebut yaitu kota Padang, Sumatera Barat.

Kota Padang memiliki banyak potensi sumber daya pariwisata. Lokasi geografis kota Padang yang berada di pesisir Sumatera menjadi salah satu penunjang pariwisata alam yang mengakibatkan munculnya fasilitas-fasilitas wisata seperti usaha jasa perjalanan wisata ke pulau-pulau atau daerah-daerah di Sumatera Barat, pusat oleh-oleh, hotel, serta kuliner (Hesnaa dkk., 2016). Oleh karena itu, pemerintah kota Padang berusaha untuk melakukan perkembangan terhadap sumber daya pariwisata di Kota Padang tersebut. Selain pemerintah, perkembangan sumber daya pariwisata kota Padang ini juga dilakukan dengan bantuan dan dukungan dari pihak swasta. Salah satu bentuk dukungan dari pihak swasta adalah melalui pembangunan destinasi wisata baru di tepi pantai Kota Padang, yaitu proyek pembangunan Marawa Beach Club.



**Gambar 1.3** Marawa Beach Club

Marawa Beach Club adalah destinasi pariwisata terbaru di Kota Padang, hasil dari kemitraan investasi selebriti terkenal Raffi Ahmad. Marawa Beach Club memiliki konsep yang unik dan berbeda dari restoran-restoran lain di Kota Padang yaitu konsep beach club yang mencakup berbagai fasilitas rekreasi dan relaksasi, seperti restoran, bar, lounge, tempat berjemur, kolam renang, dan fasilitas lainnya. Konsep ini memiliki akar dari gaya hidup barat dan biasanya ditemukan di destinasi wisata yang populer (Warnata & Maha Putra, 2021). Konsep ini dapat membawa sejumlah perubahan dan peluang baru dalam kehidupan masyarakat setempat dan

industri pariwisata. Oleh karena itu, Marawa Beach Club menjadi yang pertama di Pulau Sumatera dan resmi dibuka pada tahun 2022.

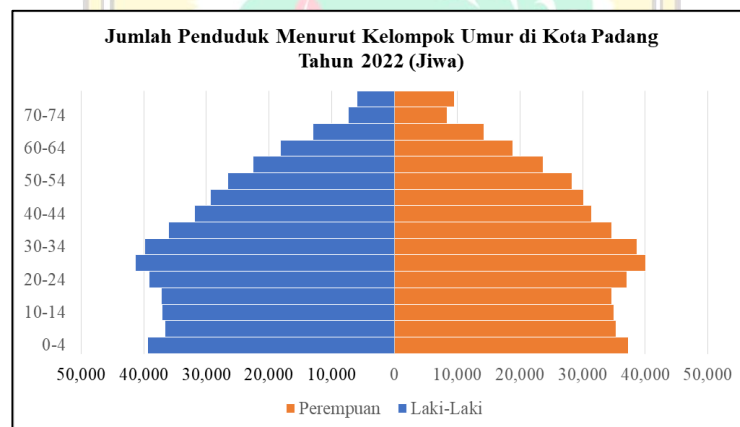
Marawa Beach Club terletak di kawasan Pantai Air Manis, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Lokasi beach club ini berada tak begitu jauh dari pusat Kota Padang, yaitu kurang lebih 13 kilometer dan dapat ditempuh dalam waktu sekitar 30 menit. Marawa Beach Club mengusung tema Beach Club dengan memanfaatkan keindahan pantai Padang. Marawa Beach Club memiliki arsitektur berbentuk Rumah Gadang sehingga bangunannya tampak unik dan mewah, dengan menawarkan suasana tropis tepi pantai, tempat ini menjadi sangat menarik untuk diabadikan.

Marawa Beach Club memiliki beberapa area tempat duduk seperti *resto, the lounge, daybed, plaza, dan sofa*. Keseluruhan area tersebut dapat menampung hingga 403 orang. Selain itu, mereka juga menyediakan opsi *standing party* yang dapat menampung hingga 3.000 orang. Kapasitas ini menjadikan mereka tempat yang ideal untuk berbagai acara seperti pertemuan keluarga, halal bihalal, pesta pernikahan, reuni alumni, kegiatan instansi swasta dan pemerintahan, bahkan untuk menyelenggarakan acara tamu negara, semuanya sambil menikmati keindahan pantai. Salah satu tujuan penting dari Marawa Beach Club adalah mendukung upaya pemerintah dalam memajukan sektor pariwisata di Kota Padang. Melalui pembangunan Marawa Beach Club, diharapkan minat wisatawan dari luar Sumatera Barat akan meningkat, dan ini juga dapat menjadi pemicu bagi investor lain untuk mengeksplorasi peluang investasi di Sumatera Barat, terutama di sektor pariwisata. Adapun visi dan misi dari Marawa Beach Club tersebut adalah sebagai berikut.

Visi: “Menjadi tempat destinasi terkemuka yang menghadirkan pengalaman berkesan dengan memadukan keindahan pantai di Padang, dan tetap fokus pada kelestarian lingkungan dan kualitas layanan yang unggul.”

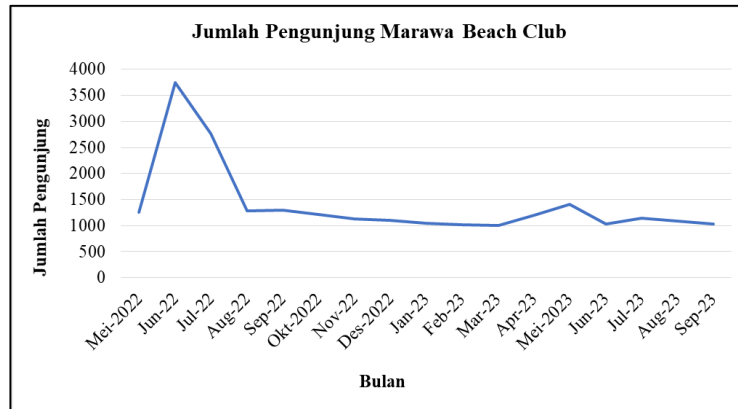
- Misi:
1. Memberikan Suasana Pantai yang Unik.
  2. Berkomitmen Menjaga Kelestarian Lingkungan.
  3. Menyediakan Pelayanan Berkualitas Tinggi.
  4. Ikut serta dalam Perkembangan dan Kemajuan Kota Padang
  5. Terus Berupaya untuk Menciptakan Inovasi.
  6. Mempertahankan Keunggulan Layanan dan Operasional.

Marawa Beach Club memiliki beberapa target yang ingin dicapai, salah satunya yaitu terutama dalam peningkatan jumlah pengunjung. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, populasi penduduk Kota Padang pada tahun 2022 mencapai 919.145 orang. Data ini menunjukkan bahwa kelompok usia yang paling dominan adalah penduduk dengan rentang umur 25-29 tahun, diikuti oleh penduduk dengan rentang umur 30-34 tahun. Hal ini dapat dilihat pada **Gambar 1.4.** berikut.



**Gambar 1.4** Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kota Padang Tahun 2022 (Sumber: Badan Pusat Statistik)

Berdasarkan data jumlah penduduk di Kota Padang yang didominasi oleh kelompok umur 25-34 tahun, Marawa Beach Club telah menetapkan kelompok usia tersebut sebagai target utama pemasaran mereka. Namun, dalam operasionalnya, peningkatan jumlah pengunjung Marawa masih belum mencapai target yang diharapkan. Data mengenai jumlah pengunjung Marawa Beach Club tiap bulan pada tahun 2023 dapat ditemukan dalam grafik berikut.



**Gambar 1.5** Jumlah Pengunjung Marawa Beach Club  
(Sumber: Marawa Beach Club)

**Gambar 1.5.** menunjukkan jumlah pengunjung Marawa Beach Club setiap bulan mulai dari Mei 2022 saat Marawa Beach Club melakukan *soft opening* hingga September 2023. Data tersebut menggambarkan tren yang menarik. Pada Juni 2023, saat *grand opening* Marawa, terjadi lonjakan besar dalam jumlah pengunjung. Namun, pada bulan Juni dan Agustus 2022, Marawa mengalami penurunan yang signifikan. Setelah itu, angka pengunjung cenderung stagnan hingga September 2023. Kenaikan dan penurunan dalam jumlah pengunjung setiap bulan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk iklim dan musim liburan. Terlihat bahwa bulan Juni dan Juli 2022 serta April dan Mei 2023 mencatat peningkatan kunjungan yang mencolok. Hal ini terutama disebabkan oleh Hari Raya Idul Fitri, yang menarik banyak pengunjung dari luar daerah Sumatera Barat yang ingin merasakan pengalaman unik di suasana beach club di Pantai Padang.

Marawa Beach Club telah melakukan berbagai strategi dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjungnya, seperti meningkatkan fasilitas pantai, restoran, dan hiburan, mengadakan acara dan kegiatan menarik secara berkala, melatih staf dalam layanan pelanggan dan komunikasi, menjalin kemitraan, memperkenalkan menu makanan dan minuman baru, mengadakan promosi khusus, serta menghadirkan hiburan dan acara yang menarik.

Demi pertumbuhan dan kelangsungan bisnis di masa mendatang, Marawa Beach Club perlu melakukan perencanaan strategi bisnis berdasarkan kondisi

perusahaan mereka saat ini. Rencana strategis diperlukan sebagai langkah untuk mengembangkan potensi dan kapabilitas Marawa Beach Club. Rencana bisnis ini diharapkan dapat mengatasi kendala yang dialami oleh Marawa saat ini dan dapat membantu Marawa Beach Club dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana menciptakan strategi pengembangan bisnis Marawa Beach Club agar dapat meningkatkan jumlah pengunjungnya?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah dapat menentukan alternatif strategi pengembangan bisnis Marawa Beach Club berdasarkan kondisi bisnisnya saat ini.

## **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang ada pada penelitian ini yaitu:

1. Data historis yang digunakan adalah data jumlah pengunjung dari Mei 2022 hingga September 2023.
2. Penelitian ini hanya sampai pada tahap formulasi strategi.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

## BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini berisi mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini mencakup teori-teori yang terkait dengan permasalahan yang akan dibahas, serta memberikan dasar yang mendukung dalam proses penyelesaian masalah.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini mencakup urutan langkah-langkah atau tahapan yang ditempuh dalam penelitian, dimulai dari awal hingga akhir proses penelitian.

## BAB IV ANALISIS SWOT

Bagian ini berisi penjelasan tentang data berupa faktor-faktor eksternal dan internal yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Data tersebut diperoleh melalui wawancara dan observasi yang dilakukan secara langsung di lapangan. Selanjutnya, data tersebut akan diolah untuk mencapai hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

## BAB V PERUMUSAN STRATEGI

Bagian ini mencakup perumusan strategi yang terdiri dari tiga tahap, yakni tahap input (*input stage*), tahap pencocokan (*matching stage*), dan tahap keputusan (*decision stage*).

## BAB VI PENUTUP

Bagian ini berisi ringkasan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.