

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pelaksanaan pembangunan Indonesia melalui berbagai kebijakan dan program-program pembangunan disegala bidang lebih difokuskan pada sektor perekonomian nasional yang bertujuan untuk mensejahterakan rakyat secara adil dan merata. Dalam upaya mendukung keberhasilan pembangunan nasional tersebut, pemerintah berupaya untuk menggalakkan segala kegiatan ekonomi potensial yang memiliki andil cukup besar dalam meningkatkan perekonomian nasional.

Dalam bidang eksternal, selain pesaing perdagangan dengan negara lain yang cenderung semakin ketat dan tidak memandang batas wilayah lagi terutama pada era globalisasi nanti yang menuntut sektor usaha kuliner untuk lebih meningkatkan kualitas dan daya saing yang tinggi agar produk sektor usaha tersebut mempunyai keunggulan yang kompetitif dan komperatif untuk dapat ikut bersaing baik dipasar domestik maupun luar negeri, maka kendala yang paling menonjol dalam bidang ini antara lain kondisi perekonomian yang belum sepenuhnya normal akibat krisis multidimensional yang terjadi sejak tahun 1997 yang lalu, yang disertai dengan dengan kenaikan harga BBM yang terjadi hampir setiap tahun. Hal ini mengakibatkan berbagai dampak negatif terhadap hampir seluruh aktivitas ekonomi.

Namun pada saat ini, dunia bisnis di indonesia kian lama kian berkembang pesat disegala bidang, termasuk dalam bisnis kuliner. Bisnis kuliner telah menjadi

salah satu bisnis favorit bagi para pengusaha karena bisnis dalam bidang tersebut tidak pernah mati. Mengingat, kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia. Jadi, konsumen untuk bisnis kuliner tidaklah terlalu sulit untuk dicari. Dengan banyaknya pengusaha yang berasumsi demikian maka perkembangan bisnis kuliner mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Namun ternyata, untuk mengembangkan dan terus mempertahankan konsumen tidaklah semudah yang dibayangkan. Dengan semakin banyaknya pesaing maka konsumen lebih memiliki banyak pilihan dalam hal kuliner. Inilah yang menjadi tantangan bagi para pengusaha yang bergerak dibidang kuliner. Diferensiasi produk untuk menguasai pasar menjadi hal yang penting untuk terus bertahan dalam bisnis tersebut.

Salah satu strategi diferensiasi produk tersebut adalah diferensiasi dalam hal jenis makanan yang disajikan banyak restaurant atau rumah makan yang menyajikan beraneka ragam menu sajian tertentu. Namun, tidak sedikit pula restaurant atau rumah makan yang menyajikan satu jenis menu sajian tertentu. Yang paling umum dan disukai oleh masyarakat asing maupun masyarakat indonesia saat ini adalah menu sajian Steak. Makanan steak & shake merupakan makanan dari negara asing. Tetapi sejak tahun 1999 makanan steak & shake sekarang ini telah menjadi makanan favorit bagi masyarakat indonesia mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya restaurant pesaing baik lokal maupun asing yang menyajikan makanan steak sebagai menu andalan restauranya, seperti Restaurant Pasadena Steak, Javan Steak, Royal Steak, Suis Butcher Steak House, dan lain-lain.

Dalam kenyataannya, ternyata bukan hanya restaurant asing saja yang merajai bisnis kuliner yang spesifik menyajikan makanan steak sebagai menu andalan.

Bandung merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang kaya akan kulinernya, termasuk didalamnya restaurant dengan menu andalan steak. Kondisi inilah kemudian dimanfaatkan oleh para pengusaha bisnis kuliner untuk membuka restaurant dengan menu andalan steak dan terus mengembangkan usahanya dengan membuka beberapa cabang. Warung steak merupakan salah satu restaurant yang dapat bertahan diantara gempuran restaurant pesaing yang menawarkan produk yang sama. Restaurant yang berpusat didaerah Yogyakarta ini telah cukup berhasil menguasai pasar bahkan sudah terkenal terkenal di Bali.

Warung yang telah berdiri sejak tahun 2000 tersebut, telah membuka lapangan pekerjaan bagi puluhan warga yang bermukim didaerah Yogyakarta, dengan cabang dibeberapa daerah di Indonesia yaitu Jakarta, Bogor, Semarang, Medan, Malang, Solo, Palembang, dan tidak terkecuali dikota Bandung, kota yang kaya akan beragam tujuan wisata ini, warung steak telah membuka lima cabang. Dan hal ini memperlihatkan bahwa warung steak telah lebih unggul dibandingkan restaurant steak lainnya. Namun, dalam perkembangannya permintaan warung steak di kota Bandung mengalami penurunan. Dikarenakan pengaruh krisis ekonomi dan kenaikan harga BBM terhadap industri kuliner, dan dampaknya sangat berarti terhadap bisnis kuliner ini. Yaitu melemahnya daya beli masyarakat terhadap produk warung steak & shake di kota Bandung. Kenaikan harga BBM telah menyebabkan melonjaknya harga kebutuhan pokok dan kebutuhan bahan baku, sehingga para pengusaha warung steak harus

menaikkan harga produknya. Hal ini berdampak pada melemahnya permintaan masyarakat, terutama masyarakat golongan ekonomi rendah. Daya beli masyarakat yang melemah ditandai dengan berkurangnya permintaan pada warung steak & shake di kota Bandung. Setelah dilakukan pengamatan, maka faktor-faktor utama yang menyebabkan melemahnya permintaan warung steak & shake tersebut adalah sebagai berikut:

1. Harga steak & shake yang ditawarkan. Ketika harga mengalami kenaikan maka permintaan suatu barang dan jasa akan menurun.
2. Pendapatan konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan ke atas dengan berbagai jenis barang. Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan ke atas permintaan berbagai jenis barang.
3. Selera konsumen, jika selera seseorang itu berubah maka permintaan akan suatu barang dan jasa itu akan berubah pula meskipun harga barang dan jasa yang bersangkutan tidak berubah.
4. Gaya hidup, Gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.
5. Harga produk substitusi, Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikan, apabila harga barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikanya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

Berdasarkan data terbaru yang diperoleh dari produsen warung steak & shake di kota Bandung, maka diperoleh data jumlah pengunjung dalam enam bulan terakhir, dan hanya bulan tertentu saja jumlah pengunjung mengalami kenaikan. Berikut jumlah pengunjung dari Warung Steak & Shake dikota Bandung:

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Warung Steak & Shake
per-bulan Periode Juli'08-Desember'08

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Juli	32.740
2	Agustus	21.275
3	September	30.136
4	Oktober	15.700
5	November	14.587
6	Desember	27.264
Jumlah		141.702
Rata-rata		23.617,00

Sumber: Data Pra-penelitian diolah

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa pengunjung warung steak di kota Bandung, mengalami perubahan jumlah pengunjung dalam enam bulan terakhir. Hal ini mengindikasikan bahwa permintaan di warung steak mengalami penurunan. Penurunan permintaan di warung steak diduga karena disebabkan oleh melemahnya daya beli karena pendapatan konsumen, gaya hidup konsumen, mahalnya harga yang dirasakan konsumen, serta turunya selera konsumen terhadap produk warung steak, dan juga karena semakin banyaknya restoran steak dikota Bandung yang menawarkan produk sejenis dengan harga yang lebih kompetitif.

Berdasarkan pra-penelitian yang dilakukan oleh penulis maka permintaan pada warung steak dikota Bandung diduga dipengaruhi oleh tingkat pendapatan konsumen,

gaya hidup konsumen, harga produk steak yang bersangkutan terlalu tinggi, selera konsumen yang menurun, dan harga produk substitusi lebih rendah. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **"Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Permintaan Pada Warung Steak & Shake kota Bandung"**.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada umumnya mendeteksi, melacak, dan menjelaskan aspek permasalahan yang muncul yang berkaitan dari judul penelitian atau dengan masalah atau dengan variabel yang akan diteliti. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh **Ridwan (2006:5)** bahwa "Identifikasi masalah harus menggambarkan permasalahan yang ada dalam topik atau judul penelitian".

Sesuai dengan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Gambaran umum tentang pendapatan konsumen warung steak di kota Bandung
2. Gambaran umum tentang harga produk warung steak di kota Bandung
3. Gambaran umum tentang selera konsumen warung steak di kota Bandung
4. Gambaran umum tentang harga barang substitusi di kota Bandung
5. Gambaran umum tentang gaya hidup konsumen di kota Bandung
6. Hubungan antara pendapatan, harga, selera, harga barang substitusi, dan gaya hidup konsumen terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari identifikasi diatas, langkah selanjutnya adalah perumusan masalah. Merumuskan masalah merupakan pekerjaan yang sulit bagi setiap peneliti. **Ridwan (2006:5)** mengemukakan bahwa :

”Untuk mempermudah, maka perumusan masalah dapat dinyatakan dalam bentuk kalimat bertanya setelah didahului uraian tentang masalah yang diteliti, variabel-variabel yang diteliti, dan kaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya”.

Peneliti merumuskan masalah yang timbul dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
3. Bagaimana pengaruh Selera terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
4. Bagaimana pengaruh Harga produk substitusi terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
5. Bagaimana pengaruh gaya hidup konsumen terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
6. Seberapa jauh pengaruh antara pendapatan, harga, selera, harga barang substitusi, dan gaya hidup di warung steak & shake di kota Bandung.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
- c. Untuk mengetahui pengaruh selera terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
- d. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
- e. Untuk mengetahui pengaruh harga produk substitusi terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung
- f. Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh pendapatan, harga, selera, gaya hidup, dan harga produk substitusi terhadap permintaan warung steak & shake di kota Bandung

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan, dimana dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut::

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan ilmu ekonomi, khususnya mengenai pengaruh pendapatan konsumen, harga, selera konsumen, gaya hidup konsumen, harga produk substitusi terhadap permintaan pada warung steak & shake dikota Bandung.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rekomendasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam upaya peningkatan permintaan pada warung steak & shake di kota Bandung.

1.4 Kerangka Pemikiran

Inti dari kajian penelitian ini adalah Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pada warung steak & shake dikota Bandung. Berdasarkan judul tersebut terdapat lima konsep utama yang memerlukan penjelasan dan akan diukur melalui variabel-variabel penelitian yang disandarkan kepada teori yang melandasinya, konsep tersebut adalah pendapatan, harga, selera, gaya hidup dan harga produk substitusi.

Permintaan disebabkan karena adanya dorongan kebutuhan dari dalam diri individu ataupun masyarakat. Jumlah permintaan senantiasa akan berubah-ubah tergantung pada faktor yang mempengaruhi baik yang datang dari dalam diri individu itu sendiri. Menurut **Vincent Gasperz (2005:13)** "Permintaan adalah sebagai kuantitas barang atau jasa yang mau, yang rela, dan yang mau dibeli oleh konsumen selama periode tertentu berdasarkan kondisi tertentu". Sedangkan **Dominick Salvator (1997:17)** berpendapat bahwa; "Permintaan adalah untuk suatu komoditi

menunjukkan jumlah alternatif dari komoditi yang diminta per periode waktu pada berbagai harga alternatif, oleh semua individu didalam pasar”.

Tati Joesron (2002:12) mengemukakan Faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi atas suatu barang dan jasa. Yaitu sebagai berikut: 1.Harga barang itu sendiri 2.Pendapatan Konsumen 3.Selera konsumen 4.Harga produk substitusi (barang pengganti) 5.Faktor lain yang berkaitan dengan permintaan. Jika dalam bentuk matematika, konsep permintaan untuk suatu jenis jasa atau barang dapat dinotasika sebagai berikut:

$$D_x = F (P_x, P_y, Y, T, U)$$

Keterangan:

- P_x = Jumlah Barang yang diminta
 P_y = Harga Barang lain (Substitusi)
 Y = Pendapatan Konsumen
 T = Selera Konsumen
 U = Faktor Lain

Sedangkan menurut **Samuelson (1995:79)** mengemukakan factor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah sebagai berikut: 1. Pendapatan rata-rata konsumen 2. Harga barang yang bersangkutan 3. Selera konsumen 4. Promosi yang digunakan 5. Harga produk substitusi (barang pengganti). **Billas (1995:12)** mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah :

1. Harga barang yang bersangkutan
2. Harga barang-barang lain
3. Pendapatan Konsumen (*income*)
4. Selera (*taste*)

5. Kemakmuran (*wealth*)

Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi permintaan adalah faktor pendapatan yang diperoleh konsumen. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh **Sadono Sukirno (1995:81)** “Pendapatan konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan ke atas dengan berbagai jenis barang”. Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan ke atas permintaan berbagai jenis barang, begitu pendapatan konsumen naik maka permintaan akan bertambah dan apabila pendapatan turun maka permintaan akan berkurang.

Selain faktor pendapatan, harga juga sangat mempengaruhi permintaan. Adapun kaitan antara harga dengan permintaan dalam hukum permintaan yang dikemukakan oleh **Sadono Sukirno (1995:76)** adalah; “Makin rendah harga suatu barang, maka makin banyak atau semakin tinggi permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga sesuatu barang, makin sedikit permintaan keatas barang tersebut”.

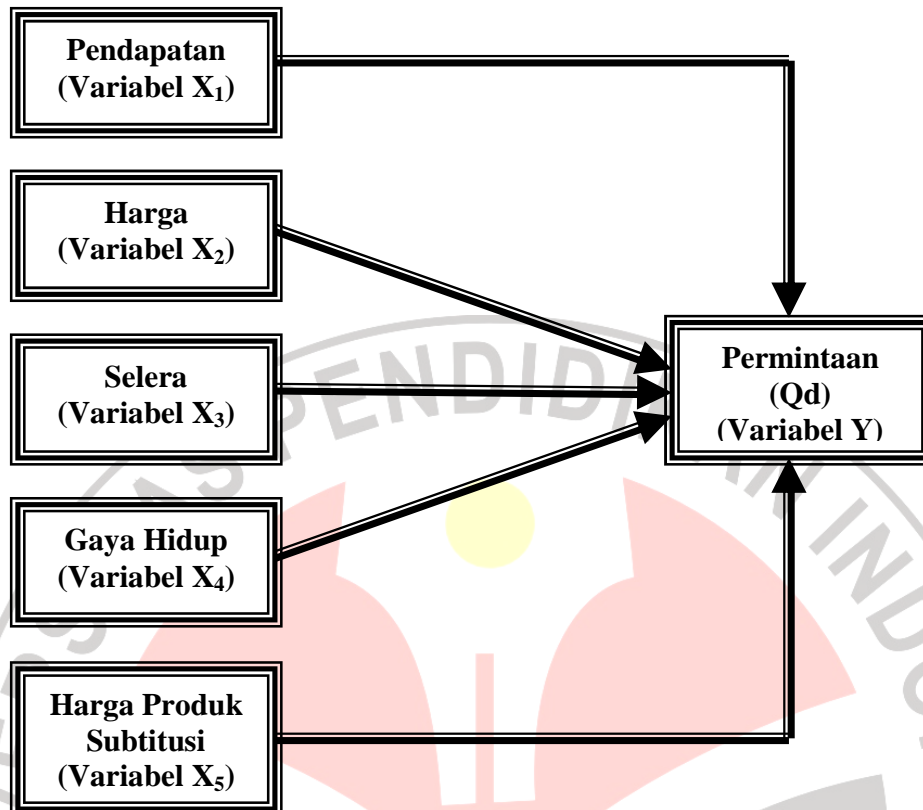
Ketika harga mengalami kenaikan, permintaan cenderung menurun, hal ini karena ada dua alasan. Pertama, efek substitusi ketika harga suatu barang naik, maka seorang konsumen akan cenderung mengganti konsumsi barang tersebut dengan barang lain yang harganya lebih murah dalam rangka mencapai kepuasan yang diinginkan. Tetapi, dengan anggaran yang lebih rendah. Alasan kedua, efek pendapatan yang menyatakan bahwa efek perubahan harga terhadap pendapatan riil. Apabila harga meningkat dan pendapatan nominat tetap, maka pendapatan riil menurun, dan konsumen akan membeli lebih sedikit semua jenis barang. **Samuelson (1995:107)**

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan adalah selera. **Vincent Gasperz (2005:19)** berpendapat selera konsumen turut mempengaruhi permintaan seseorang, seperti yang ini “jika selera terhadap barang dan jasa X naik atau turun, maka permintaan akan jasa akan naik atau turun”. Selera konsumen atau masyarakat selalu berubah, dimana perubahannya bisa secara cepat ataupun lambat. Sehingga hal ini berpengaruh terhadap kuantitas barang dan jasa yang diminta. Dimana, “jika selera seseorang itu berubah maka permintaan akan suatu barang dan jasa itu akan berubah pula meskipun harga barang dan jasa yang bersangkutan tidak berubah”. **Ace Partadireja (1999:14)**

Faktor gaya hidup juga mempengaruhi permintaan konsumen. Menurut **Egel, Blackwell, & Miniard (1994:383)** “Gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang”. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen. Sedangkan menurut **Kotler (2005:195)** “Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya”. Berdasarkan pengertian diatas, pengukuran untuk gaya hidup menggunakan AIO, A untuk *activities* (kegiatan), I untuk *interest* (minat), dan O untuk *opinion* (opini). Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktunya. Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan minat dan opini dari seseorang (*activities, interest, opinion*) intinya perubahan gaya hidup akan mengubah pola konsumsi seseorang.

Faktor lain yang mempengaruhi permintaan adalah harga barang substitusi (pengganti). **Sadono Sukirno (1995:80)** berpendapat “ suatu barang dinamakan barang substitusi atau pengganti kepada suatu barang lain apabila ia dapat menggantikan fungsi dari barang lain tersebut”. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikan, apabila harga barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Sedangkan menurut **Paul A. Samuelson & William D. Nordhaus (1995:107)** yaitu; “Efek substitusi berarti apabila harga suatu barang naik, konsumen akan cenderung mengganti permintaan barang tersebut dengan barang lain yang harganya lebih murah dalam rangka mencapai kepuasan yang diinginkan, tetapi dengan anggaran yang lebih rendah”.

Berdasarkan teori-teori tersebut diatas, maka dapat diambil kesimpulan sementara bahwa pendapatan konsumen, harga produk dari restaurant yang bersangkutan, selera konsumen, gaya hidup konsumen, dan harga produk substitusi dari barang yang dapat menggantikan berpengaruh terhadap tingkat permintaan pada warung steak dikota Bandung. Jika pendapatan naik maka permintaan akan naik, dan jika harga rendah maka permintaan akan naik, selera konsumen yang tinggi berpengaruh terhadap tingginya permintaan, gaya hidup konsumen untuk meningkatkan permintaanya, dan apabila harga produk substitusi naik maka permintaan akan naik. Untuk lebih jelas, demikian gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.4
Model Kerangka Berfikir

Keterangan :

Variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 = Variabel *Independen*

dan Variabel Y = Variabel *Dependen*

→ = Garis penghubung

1.5 Asumsi

Batasan-batasan asumsi seperti yang dikemukakan oleh **Komaruddin (1982:22)**, bahwa asumsi adalah "Suatu yang dianggap tidak mempengaruhi atau dianggap konstan, asumsi menetapkan faktor-faktor yang diawasi, asumsi dapat berhubungan dengan syarat-syarat asumsi juga dapat memberikan hakekat bentuk dan arah argumentasi". Berikut tolak dari pemikiran diatas, maka asumsi yang digunakan

dalam penelitian ini adalah faktor lain yang mempengaruhi permintaan warung steak di kota Bandung. Selain faktor pendapatan, harga, selera, gaya hidup dan harga produk substitusi dianggap konstan pada saat penelitian dilakukan.

1.6 Hipotesis

Untuk memberikan jawaban sementara terhadap permasalahan dalam penelitian, yang kebenarannya akan dibuktikan dan diuji melalui pengujian model dan analisa data yang diperoleh kemudian, maka diperlukan hipotesis. Hipotesis merupakan pedoman karena data yang dikumpulkan adalah data yang berhubungan dengan variabel-variabel yang dinyatakan dalam hipotesis tersebut

Secara lebih rinci **Komarrudin (1985: 49)** mengemukakan bahwa:

“Hipotesis adalah kesimpulan atau perkiraan yang tajam yang dirumuskan dan untuk sementara diterima untuk menjelaskan kenyataan-kenyataan, peristiwa-peristiwa atau kondisi-kondisi yang diperhatikan dan untuk membimbing penyelidikan lebih lanjut”.

Dalam penelitian ini, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

- 1) Pendapatan berpengaruh positif terhadap permintaan warung steak di kota Bandung
- 2) Harga berpengaruh negatif terhadap permintaan warung steak di kota Bandung
- 3) Selera berpengaruh positif terhadap permintaan warung steak di kota Bandung
- 4) Gaya hidup berpengaruh positif terhadap permintaan warung steak di kota Bandung

- 5) Harga produk substitusi berpengaruh positif terhadap permintaan warung steak di kota Bandung

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk memberikan penjelasan secara umum tentang uraian yang akan disajikan untuk memudahkan penulis dalam pembahasannya. Demikian disusun dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka berpikir, sistematika penulisan, asumsi dan hipotesis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti diantaranya: pengertian permintaan, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, perubahan permintaan, elastisitas, pendapatan konsumen, harga, selera, gaya hidup, harga produk substitusi, dan hubungan antara pendapatan, harga, selera, gaya hidup, harga produk substitusi terhadap permintaan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang objek penelitian, metode penelitian, populasi dan sample, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang gambaran umum atau profil Warung Steak & Shake di kota Bandung, dan analisa data yang diperoleh dari hasil penelitian dari objek yang di teliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran yang dipandang perlu untuk masalah yang penulis kemukakan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

