

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu tempat yang terkenal dengan wisata kuliner di Indonesia berada di pulau Jawa, khususnya Jawa Barat. Wisata kuliner yang cukup terkenal adalah Kota Bandung yang dikenal sebagai Paris Van Java, surga belanja dan kuliner. Banyak wisatawan yang sengaja datang atau menetap sementara waktu hanya untuk sekedar berbelanja, wisata kuliner serta menikmati pemandangan alam di kota ini. Kini makanan tidak hanya sebagai pemuas kebutuhan fisik belaka, namun juga mempertimbangkan faktor rasa, estetika, kesehatan, harga, kenyamanan dan faktor pendukung lainnya. Dengan berubahnya kota Bandung menjadi kota daerah tujuan wisata, hal ini dapat memberikan pemasukan devisa bagi Negara dengan adanya wisatawan asing yang datang berkunjung.

Seperti kita ketahui bahwa pertumbuhan restoran dan kafe semakin banyak terlihat disekitar kota Bandung. Hal ini juga dikarenakan karena kota Bandung kini merupakan kota yang selalu dikunjungi wisatawan setiap minggunya. Peranan serta partisipasi usaha kecil dan menengah tidak dapat diabaikan, karena besar kecil usaha ini mempunyai peranan penting dalam menciptakan lapangan kerja, pembentukan sektor swasta, pengapresiasian keterampilan dalam sektor pangan dan kesadaran industri serta pengembangan kewiraswastaan untuk mengurangi tingkat pengangguran khususnya di kota Bandung. Banyaknya wisatawan yang datang berkunjung dan minat konsumen yang cukup tinggi terhadap makanan, menyebabkan tidak sedikit pengusaha yang mengambil

kesempatan dengan mendirikan sebuah usaha baik restoran atau kafe walaupun hanya bertahan dalam beberapa tahun atau beberapa bulan saja. Tetapi hal itu tidak menyusutkan keinginan para pengusaha untuk tetap berwirausaha pada industri pangan jasa boga karena usaha ini dinilai memiliki prospek yang cukup menjanjikan.

Kafe di kota Bandung menyajikan berbagai jenis makanan yang unik dan harga yang terjangkau. Tidak sedikit diantara kafe – kafe itu yang menawarkan cita rasa unik dengan berbagai kreasi dan inovasi baru dengan ciri khas tersendiri untuk menarik konsumen. Sejak itu kafe di Kota Bandung semakin banyak bermunculan, baik kafe yang besar dan berkelas seperti Kampung Daun, Kampung Gajah, The Peak, dan lainnya, maupun Kafe Tenda kaki lima yang diantaranya berada di Bandung Utara khususnya seperti di Jalan Cisangkuy yang terkenal dengan nasi bakar dan kafe road. Fenomena inilah yang menggambarkan bahwa dunia makanan atau pangan jasa boga lebih banyak diminati untuk seseorang memulai usahanya.

Berdasarkan uraian diatas, ternyata tidak semua kafe di Bandung diminati oleh konsumen. Hanya kafe yang memiliki ciri khas dan membuat mereka nyaman yang lebih banyak dikunjungi sesuai dengan nilai objektif yang berbeda dari masing – masing konsumen. Oleh karena itu tak jarang kafe yang sepi dari pengunjung. Rendahnya minat konsumen terhadap kafe tertentu disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya pelayanan kurang memuaskan, harga yang tidak sesuai, menu kurang variatif, kurangnya informasi, lokasi yang agak sulit dijangkau pejalan kaki dan lemahnya pemasaran.

Salah satu kafe tersebut diantaranya adalah kafe tenda yang berada di Jalan Cisangkuy. Café tenda tersebut didirikan secara temporer yang menetap di sekitar jalan tersebut. Menurut KBBI/Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995:429), kafe adalah tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman dan kue – kue. Sedangkan tenda adalah tempat tinggal yang terdiri dari lembaran kain atau bahan lainnya tersampir di atau menempel pada rangka yang melekat pada tiang atau tali yang mendukung. Sementara tenda-tenda yang lebih kecil mungkin bebas berdiri atau menempel ke tanah, tenda besar biasanya berlabuh menggunakan tali orang terikat dengan saham atau pasak tenda (<http://www.answers.com/topic/tent>).

Dapat disimpulkan bahwa kafe tenda merupakan tempat untuk memesan makan dan minuman yang tempatnya berada pada suatu tenda yang bukan merupakan tempat permanen. Perubahan nama tenda kaki lima menjadi kafe tenda kaki lima ini terjadi karena banyaknya orang yang datang bukan untuk sekedar makan, tapi juga menjadi ajang nongkrong warga Bandung atau pelancong yang menikmati makanan dan lokasi tempat yang nyaman dan strategis terutama saat *week end*.

Kafe tenda kaki lima di Jalan Cisangkuy pada awalnya berada di sekitar Pusda'i sejak tahun 1992, yang kemudian pindah ke Jalan Cisangkuy pada tahun 1994 sampai saat ini. Pada awalnya kafe ini berjumlah sekitar 60 kafe, namun jumlah setiap tahun hampir selalu ada pengurangan dari pengusaha kafe tenda kaki lima ini. Sebagian besar kafe tidak mengalami pertumbuhan volume penjualan yang berkembang atau besar, walaupun ada kenaikan tapi hanya sedikit,

ada juga kafe yang mengalami penurunan dan perolehan volume penjualan yang minim sehingga harus gulung tikar.

Kafe tenda kaki lima ini berkembang pada tahun 1990 – 1996 dan mengalami penurunan di tahun 1997 karena krisis moneter. Adanya penurunan volume penjualan dari produk makanan dan minuman yang ditawarkan diduga disebabkan seperti apa yang telah dikemukakan sebelumnya, seperti pelayanan kurang memuaskan, harga yang tidak sesuai, menu kurang variatif, kurangnya informasi, lokasi yang kurang strategis bagi yang tidak memiliki kendaraan dan lemahnya pemasaran. Penurunan ini dapat dilihat dari volume penjualan pengusaha kafe tenda kaki lima selama enam bulan terakhir seperti pada tabel 1.1 dibawah ini.

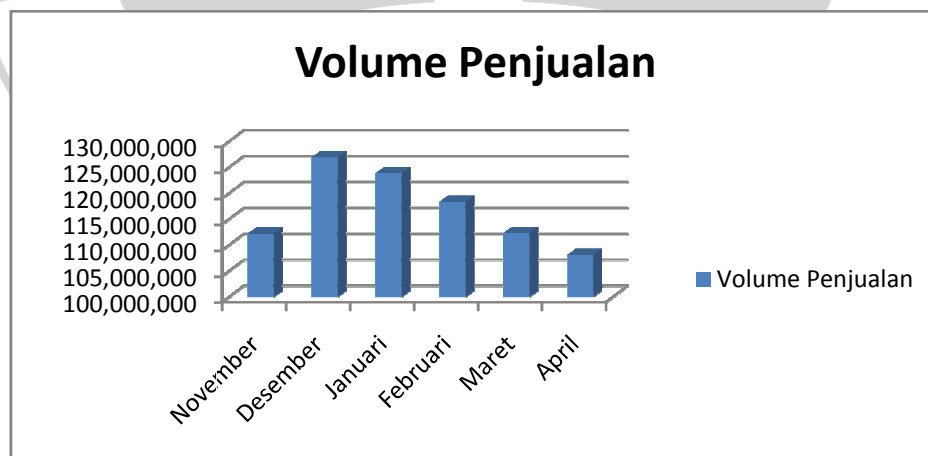
Tabel 1.1
Volume Penjualan Pengusaha Kafe Tenda Kaki Lima di Jalan Cisangkuy
Bulan November 2008 – April 2009

No	Kafe Tenda	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	% Perubahan Volume penjualan Selama 6 Bulan
1	d'Ribs	12.000.000	13.000.000	13.000.000	12.700.000	11.500.000	10.875.000	-6,23
2	Bajigur	1.450.000	1.600.000	1.525.000	1.570.000	1.500.000	1.400.000	-7,9
3	Bajigur H.Kodir	1.500.000	1.600.000	1.625.000	1.500.000	1.400.000	1.400.000	-13,33
4	Bajigur&Batagor	1.600.000	1.850.000	1.800.000	1.750.000	1.750.000	1.550.000	-10,97
5	Bandrek	1.400.000	1.500.000	1.450.000	1.400.000	1.400.000	1.350.000	-7,87
6	Nasi Bakar raos	7.750.000	8.350.000	9.250.000	8.500.000	8.700.000	9.450.000	1,10
7	Jagung bakar&Jus	1.700.000	1.750.000	1.750.000	1.700.000	1.650.000	1.600.000	-7,16
8	Baso Malang	1.650.000	1.650.000	1.575.000	1.550.000	1.550.000	1.500.000	-4,47
9	Baso Tahu	1.600.000	1.735.000	1.700.000	1.690.000	1.600.000	1.600.000	-4,82
10	Mie Kocok	1.600.000	1.600.000	1.625.000	1.625.000	1.500.000	1.500.000	-6,66
11	Nasi goreng spesial	2.250.000	3.000.000	3.350.000	3.100.000	2.750.000	2.100.000	-21,48
12	Nasgor&Lele Permana Putra	2.250.000	4.350.000	4.150.000	2.550.000	2.875.000	2.500.000	-21,83

No	Kafe Tenda	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	% Perubahan Volume penjualan Selama 6 Bulan
13	Sate&Soto	2.100.000	2.500.000	2.000.000	1.950.000	1.950.000	2.000.000	0,08
14	Sate&Gule	2.500.000	3.650.000	3.000.000	3.450.000	3.250.000	2.200.000	-10,77
15	Sari Harum Ayam	3.500.000	2.975.000	2.750.000	3.000.000	2.500.000	2.500.000	-3,57
16	Ayam Priangan	3.000.000	3.350.000	3.250.000	3.250.000	2.700.000	2.550.000	-11,08
17	Ayam Bakar Goreng	4.300.000	5.000.000	5.350.000	5.500.000	5.500.000	5.700.000	2,63
18	Seafood Atong	6.000.000	5.950.000	5.350.000	5.200.000	5.000.000	4.850.000	-3,98
19	Nowaf Seafood	6.550.000	8.325.000	7.500.000	7.300.000	7.000.000	7.000.000	-2,61
20	HDL 293 Seafood	9.500.000	11.500.000	12.000.000	11.500.000	10.400.000	9.935.000	-6,65
21	Soto Sulung & Ayam H.Gendut	5.500.000	5.500.000	5.670.000	5.750.000	5.750.000	5.900.000	1,62
22	Soto Ayam	5.500.000	5.725.000	5.400.000	5.100.000	4.200.000	4.000.000	-11,67
23	Bubur Ayam Istimewa	3.500.000	3.450.000	3.300.000	2.720.000	2.400.000	2.000.000	-24,13
24	Road Kafe	12.500.000	14.000.000	14.000.000	13.000.000	11.500.000	11.500.000	-6,73
25	Java Peking	11.000.000	13.000.000	11.500.000	11.000.000	12.000.000	11.150.000	-0,82
	Jumlah	112.200.000	126.910.000	123.870.000	109.355.000	112.325.000	108.110.000	-189,385

Sumber: Data pra survey yang telah diolah

Berdasarkan data perolehan volume penjualan diatas, maka dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini:



Sumber: Data pra survey yang telah diolah

Gambar 1.1

Grafik Perubahan Total Volume Penjualan Perbulan dari 25 Tenda di Jalan Cisangkuy Periode November 2008 - April 2009

Gambar diatas memperlihatkan perubahan jumlah volume penjualan selama enam bulan terakhir. Berdasarkan data yang diperoleh diatas, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan volume penjualan pengusaha kafe tenda di Cisangkuy mengalami penurunan walaupun ada 7 kafe diantaranya yang mengalami peningkatan yaitu Nasi bakar raos, Nasi goreng dan lele, Ayam dan Ikan bakar, Nowaf seafood, HDL 293 seafood, Soto sulung dan Soto ayam, dan Fast Kafe chinese . Total volume penjualan perbulan naik atau bertambah pada bulan Desember yaitu Rp. 90.910.000 dari Rp. 88.200.000 pada bulan sebelumnya. Kemudian mengalami penurunan lagi di bulan Januari sebesar Rp. 89.370.000 sampai bulan April sekitar Rp. 73.960.000.

Hal ini diduga diantaranya oleh beberapa faktor seperti penerapan harga yang tidak sesuai dan kurang bervariasi, rasa produk dan penampilan yang kurang menarik, diferensiasi produknya sedikit, rasa produk yang berubah, kurangnya informasi mengenai lokasi, pemasaran yang lemah, semakin banyak pesaing juga dikarenakan kondisi cuaca pada akhir – akhir ini yang tidak stabil.

Berdasarkan dugaan mengenai faktor terjadinya penurunan volume penjualan diatas yang paling dominan adalah antara kesesuaian harga dan produk yang disajikan. Apabila produk yang disajikan beraneka ragam dan menarik serta sesuai dengan harga yang ditawarkan maka diharapkan penjualan akan meningkat. Hal ini tentunya akan berpengaruh pula terhadap pendapatan yang diperoleh seperti yang dikemukakan oleh Sadono Sukirno (2003:391) menyebutkan bahwa apabila hasil penjualan yang diperoleh dikurangi biaya-biaya tersebut adalah positif maka diperoleh keuntungan.

Volume penjualan akan sangat ditentukan oleh salah satu faktor yaitu penetapan harga. Adapun dalam prakteknya, para pengusaha kafe tenda kaki lima di Jalan Cisangkuy dalam penetapan harga pada produk dirasakan relatif mahal. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2

Rata-Rata Harga Makanan dan Minuman yang ditawarkan

NO	TENDA	RATA-RATA HARGA MAKANAN
1	D'Ribs	20.500,00
2	Nasi Bakar Raos	25.000,00
3	Sate dan Soto	21.500,00
4	Bandrek H. Kodir	2.000,00
5	Jagung Bakar	13.750,00
6	Batagor	7.500,00
7	Bajigur	2.500,00
8	Bandrek/Bajigur	4.000,00
9	Mie Kocok	13.500,00
10	Baso Tahu	7.500,00
11	Baso Malang	16.000,00
12	Nasi Goreng Spesial	22.000,00
13	Nasi Goreng & Lele Tenda Permana	28.000,00
14	Sate dan Gule	21.500,00
15	Sari Harum Ayam	19.000,00
16	Ayam Priangan	22.000,00
17	Ayam dan Ikan Bakar	22.000,00
18	Soto H. Gendut	25.000,00
19	Seafood Atong	39.000,00

20	HDL 293 Seafood	42.000,00
21	Nowaf Seafood	28.500,00
22	Soto Ayam	14.000,00
23	Bubur Ayam	7.500,00
24	Road Café Steak House	20.000,00
25	Java Peking	28.500,00

Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa penetapan harga di tenda kaki lima di Jalan Cisangkuy relatif mahal, sedangkan salah satu faktor penting yang mempengaruhi volume penjualan adalah harga. Menurut Joseph P. Gultinan (1992:316) bahwa volume penjualan merupakan sasaran program yang penting dan merupakan dasar yang banyak digunakan untuk menilai prestasi penjualan, wilayah penjualan dan program. Maka penetapan harga suatu produk akan mempengaruhi prestasi penjualannya baik kenaikan atau penurunan. Penjualan secara tidak langsung akan mempengaruhi volume produksi yang menjadi penghubung dengan banyaknya biaya yang dikeluarkan. Besarnya penjualan dapat meningkatkan volume penjualan yang diperoleh.

Berdasarkan data yang diperoleh dengan adanya penurunan volume penjualan yang diperoleh serta isu yang berkembang, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pengusaha Kafé Tenda Kaki Lima di Jalan Cisangkuy Kota Bandung”**.

1.2 Perumusan Masalah

Penulis membatasi masalah pada satu fungsi manajemen pemasaran yaitu, harga dan produk terhadap volume penjualan, tetapi pemilihan ini semata-mata untuk lebih mengarah kepada topik pembahasan skripsi ini. Karena itu penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran Harga pada Kafe Tenda Kaki Lima di Jalan Cisangkuy Kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran Volume Penjualan pada Kafe Tenda Kaki Lima di Jalan Cisangkuy Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Volume penjualan Pengusaha Kafe Tenda Kaki Lima di Jalan Cisangkuy Kota Bandung?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana penetapan harga Pengusaha Kafe Tenda di Jalan Cisangkuy Kota Bandung,
2. Untuk mengetahui bagaimana besarnya volume penjualan Pengusaha kafe Tenda di Jalan Cisangkuy Kota Bandung,
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terdapat volume penjualan Pengusaha kafe Tenda di Jalan Cisangkuy Kota Bandung.

1.3.2 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Secara akademis

Dapat dijadikan bahan analisis dan kajian yang didasari sumber teori mengenai masalah-masalah mengenai harga dan untuk dapat meningkatkan volume penjualan yang besar sesuai dengan apa yang diharapkan. khususnya bagi mahasiswa lainnya yang akan meneliti mengenai harga dan volume penjualan di Jalan Cisangkuy.

2) Secara praktis

Dapat memberikan masukan bagi para pengusaha atau pedagang Kafe Tenda kaki lima di jalan Cisangkuy sebagai bahan evaluasi khususnya dalam hal harga serta bagaimana cara untuk meningkatkan volume penjualan. Sehingga diharapkan adanya kenaikan volume penjualan pada setiap hari atau setiap bulannya.