

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk paling sempurna, sehingga untuk mendapatkan sesuatu manusia harus berusaha. Semua makhluk hidup memerlukan makan tak terkecuali manusia, bahkan manusia memiliki kebutuhan yang lebih kompleks lagi, mulai dari sandang, pangan, papan, bahkan liburan. Untuk mendapatkan semuanya, manusia harus berusaha. Salah satu usaha manusia adalah melaksanakan kegiatan ekonomi.

Di Indonesia kegiatan ekonomi setiap harinya berputar selama 24 jam penuh. Masyarakat dari berbagai lapisan, melaksanakan kegiatan ekonomi mulai dari pengusaha, para ahli, pekerja, pedagang, pedagang pasar, pemilik warung, pedagang asongan, dan lainnya. Kegiatan ini mereka lakukan untuk mendapatkan penghidupan yang layak. Kehidupan yang layak yang diterima oleh seluruh warga Negara Indonesia terjamin dalam undang-undang dasar 1945.

Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia, Bandung juga menjadi sasaran urbanisasi selain Jakarta, maka tak heran jika di Bandung makin hari akan terasa sempit oleh hiruk pikuk berbagai kepentingan manusia. Padatnya jumlah penduduk di Bandung menimbulkan masalah baru, salah satunya adalah pengangguran. Banyak masyarakat Bandung yang menganggur, karena lapangan kerja tidak mencukupi, bahkan ada yang kehilangan pekerjaannya, karena lapangan kerjanya tutup, atau mem-PHK sebagian besar karyawan. Untuk

mengatasi masalah pengangguran sampai saat ini pemerintah baik pusat maupun daerah belum mampu menuntaskannya. Roda ekonomi yang terhenti, tidak serta merta menghentikan kehidupan, karena biaya kehidupan akan terus menunggu, tanpa bisa dihentikan. Untuk mengatasi masalah, masyarakat mulai beralih profesi, yang semula pegawai, kini merintis usaha sesuai dengan kemampuan masing-masing. Usaha itu sendiri memiliki banyak makna, salah satu makna usaha yang berkaitan dengan ekonomi menurut *Badan pusat statistic (BPS)* adalah sebagai berikut:

Suatu unit Ekonomi yang melakukan aktifitas dengan tujuan menghasilkan barang/jasa untuk dijual atau ditukar dengan barang lain, dan ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab dan punya kewenangan untuk mengelola usaha tersebut. Kewenangan yang dimaksud meliputi kewenangan dibidang kepegawaian, pemasaran, keuangan dan sebagainya.

Kemampuan masyarakat untuk membuka lapangan usahanya sendiri tanpa menunggu uluran tangan pemerintah yang tak kunjung tiba, merupakan contoh yang tepat. Saat ini usaha yang dirintis masyarakat dengan skala kecil justru dapat menyelamatkan roda perekonomian. Kita tentu ingat lebih dari 10 tahun silam, banyak usaha besar gulung tikar, namun UKM begitu kokoh bertahan dan menjadi tiang ekonomi. Saat ini ancaman krisis pun sudah di depan mata, namun berbeda dengan krisis sebelumnya, krisis saat ini mengancam hampir semua lapisan ekonomi. Krisis yang terjadi ini memang suatu pukulan besar bagi pelaku ekonomi terutama UKM, namun bukan hal yang mustahil para pelaku usaha dapat menghadapi kembali ancaman krisis.

Kota Bandung saat ini merupakan salah satu kota tujuan wisata di Indonesia, hal ini sesuai dengan visi dan misi Dinas Parwisata Kota Bandung

(www.bandungtourism.com). Visi Kota Bandung sendiri adalah sebagai Kota tujuan wisata dan Kota Seni Budaya. Sedangkan Misi Kota Bandung adalah:

1. Mendorong perwujudan Kota Bandung sebagai Kota Wisata dan Kota Seni Budaya;
2. Mendorong terwujudnya kondisi lingkungan yang kondusif untuk pengembangan kepariwisataan dan kebudayaan, serta pengembangan investasi;
3. Mendorong perwujudan potensi daerah dan masyarakat dengan memperkuat identitas ke-lokal-an;
4. Meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas aparatur;
5. Mendorong pengembangan kemitraan;
6. Mendorong promosi kepariwisataan Kota Bandung;
7. Mendorong peningkatan pemanfaatan IPTEK dan LITBANG;

Kota Bandung yang memiliki kelebihan tersendiri sebagai kota tujuan wisata, hal ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha kreatif untuk membuka usaha yang sesuai dengan citra kota. Salah satu usaha yang sangat cocok dilakukan adalah kuliner, tentu hal ini tidak salah mengingat Bandung terkenal dengan surganya makanan. Tugas dari para pelaku tinggal bagaimana menciptakan kuliner yang dapat menembus pasaran di kota yang berjuluk Bandung Bermartabat ini. Saat ini Bandung memang sudah dikenal dengan berbagai kuliner yang unik, enak, dan dengan kisaran harga yang beragam, mulai harga kaki lima hingga kelas atas, juga dengan aneka jenis dan macam makanan yang dapat ditemui di setiap sudut kota, mulai dari makanan ringan, jajanan, dan

panganan bisa kita jumpai baik di kelas gerobak pinggir jalan, warung tenda, cafe, sampai restaurant.

Bandung juga memiliki sejarah yang cukup baik dalam hal kuliner. Hal ini sesuai dengan pendapat *Andar Danova Goeltom, M.Sc.* dalam (Pikiran Rakyat, Sabtu 17 Februari 2007) yang menyatakan bahwa:

Sejak 1941 Bandung sudah diposisikan sebagai sentra kuliner nusantara karena memiliki jumlah rumah makan terbanyak di seantero kota di Indonesia. Pendek kata, Bandung adalah gudang makanan dan surga bagi kaum pengadap (tukang jajan). Bandung selalu jadi trademark dan trendsetter yang cukup menawan hati dengan produk-produk kulinernya seperti oncom, peuyeum, serabi, kacang, dan sebagainya. Bahkan tidak jarang nama Bandung digunakan sebagai branding yang mempunyai image bagus untuk mendongkrak penjualan.

Bandung sebagai kota kuliner pun semakin nyata ketika pembentukan ICA (Indonesian Chef Association) pada tanggal 16 Januari 2007 diadakan di Bandung, yang berarti masyarakat luas mengakui kota Bandung sebagai gudang kuliner. Namun memiliki image sebagai kota kuliner tidak serta merta meningkatkan omset pemilik usaha. Saat ini usaha kuliner di Bandung memang tetap eksis, namun tak seperti beberapa tahun lalu. Kuliner sendiri menurut departemen kebudayaan dan pariwisata kota Bandung terbagi kedalam beberapa jenis, diantaranya:

- Kuliner tradisional Sunda
- Jajanan khas Kota Bandung
- Aneka kue
- Panganan dan oleh-oleh
- Aneka minuman segar

- Makanan khas daerah lain
- Warung tenda dan kaki lima

Kuliner sendiri merupakan jenis makanan atau minuman yang sudah menjadi trademark suatu wilayah, atau menjadi ciri khas dari wilayah tersebut. Arti kuliner sendiri secara baku tidak tercantum dalam kamus besar bahasa Indonesia. Sehingga secara sederhana pengertian kuliner menurut penulis adalah kumpulan makanan atau minuman yang menjadi ciri khas dari suatu wilayah. Jenis kuliner yang terdapat di kota Bandung memang cukup beragam, namun penulis berusaha untuk fokus meneliti pada satu jenis kuliner. Adapun jenis yang dipilih oleh penulis adalah pada aneka minuman segar. Pemilihan jenis ini bukan tanpa alasan, pemilihan jenis ini dikarenakan beberapa hal yakni, minuman sendiri cukup identik dengan kota Bandung yang terkenal sejuk, kemudian kenapa penulis tidak memilih jenis lain, hal ini karena faktor efisiensi dan hasil akhir, jika dilihat pada kuliner khas Sunda, pelaku usahanya, hampir seluruhnya memiliki modal yang cukup besar, karena rata-rata berupa restaurant, sedangkan jika mengambil warung tenda dan kaki lima, membutuhkan waktu cukup lama, karena jumlahnya sangat banyak di Bandung, dan tidak ada data yang akurat mengenai jumlah usahanya. Untuk itulah penulis lebih memilih fokus pada kuliner jenis minuman, yang sudah memiliki brandit tersendiri. Adapun data kuliner mengenai minuman yang diperoleh dari Leaflet Dinas Pariwisata kota Bandung diantaranya:

Tabel 1.1
Data pedagang kuliner berjenis minuman di Bandung
(Dinas Pariwisata Kota Bandung)

No	Nama Usaha	Alamat
1	Es Cendol Elizabeth	Jl. Inhoftank no.64 Jl. Otto Iskandar Dinata
2	BMC	Jl. Aceh No.30
3	Sop Buah Gd. Sate	Jl. Cilamaya
4	Es Campur Oyen	Jl. Sukajadi
5	Midori Juice	Jl. Sultan Tirtayasa no.31
6	Es Duren/Buah Sakinah	Jl. Tubagus Ismail
7	Yoghurt	Jl. Cisangkuy no. 66 Jl. IR H Juanda No.105 Jl. DR Setiabudhi
8	Es Goyobod	Jl. Kliningan no.9
9	Es Cincau	Jl. Macan
10	Es Skoteng Mang Lili	Jl. Taman Cibeunying Selatan
11	Bandrek/Bajigur	Jl. Cilaki (Warung Tenda)
12	Selasih	Jl. Taman Pahlawan No. 56

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung

Dari data diatas tersebut, jumlah kuliner berjenis minuman segar adalah 12 kuliner. Minuman yang dijual dalam usaha tersebut bukanlah minuman sembarangan, melainkan minuman yang saat ini menjadi khas kota Bandung.

Permasalahan yang dialami oleh para pelaku kuliner jenis minuman di Bandung cukup beragam, salah satunya mengenai penurunan pendapatan. Untuk itu penulis mencoba mencari data akurat mengenai penurunan yang terjadi, sehingga penulis melakukan wawancara langsung dengan beberapa pelaku usaha kuliner sebagai sample. Survei lapangan yang telah penulis lakukan pada beberapa pelaku usaha kuliner jenis minuman di Bandung, menyatakan bahwa masalah yang terjadi pada beberapa kuliner jenis minuman yang ada di Bandung salah

satunya mengenai penurunan pendapatan. Adapun usaha yang dijadikan objek adalah usaha kuliner berjenis minuman di kota Bandung, terutama usaha dengan skala kecil. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari data berikut:

Tabel 1.2
Data pendapatan pedagang kuliner berjenis minuman di Bandung
Pada agustus periode 2008-2009 (Perhari)

No.	Nama Usaha	Pendapatan		Pertumbuhan	Ket.
		2008	2009		
1	Es shanghai Fadhillah	2.000.000	1.500.000	-25%	Menurun
2	Es Cendol Elizabeth	5.000.000	4.000.000	-25%	Menurun
3	Es Campur Oyem	7.000.000	5.500.000	-21.4%	Menurun
4	Es Duren/Buah Sakinah	3.000.000	2.500.000	-16.7%	Menurun
5	Susu Murni Ijan	3.000.000	2.500.000	-16.7%	Menurun
6	Sop Buah Gd. Sate	3.500.000	3.000.000	-14.3%	Menurun
7	Es Goyobod Kliningan	1.000.000	1.000.000	-	Tetap
8	Es Skoteng Mang Lili	1.500.000	700.000	-	Tetap
9	Bandrek/Bajigur Ma Eroh	3.000.000	2.000.000	-53.3%	Menurun
10	Kelapa Bakar Antapani	3.000.000	2.000.000	-33.3%	Menurun
11	Es Teller 77	9.000.000	8.000.000	-11.1%	Menurun

Sumber: Data diperoleh dari hasil wawancara

Dari data yang diperoleh hasil wawancara langsung kepada beberapa pelaku pedagang kuliner berjenis minuman, hampir kesemuanya merupakan perkiraan karena para pedagang tidak mengetahui secara pasti berapa jumlah pendapatannya. Dari data tersebut dapat kita lihat penurunan persentase terbesar terjadi pada Bandrek/Bajigur Ma Eroh yang mencapai 53.3%

Angka yang diperoleh dari hasil wawancara langsung, baik dengan pemilik maupun karyawan. Dari 11 sampel yang ada terdapat 2 kuliner yang tetap

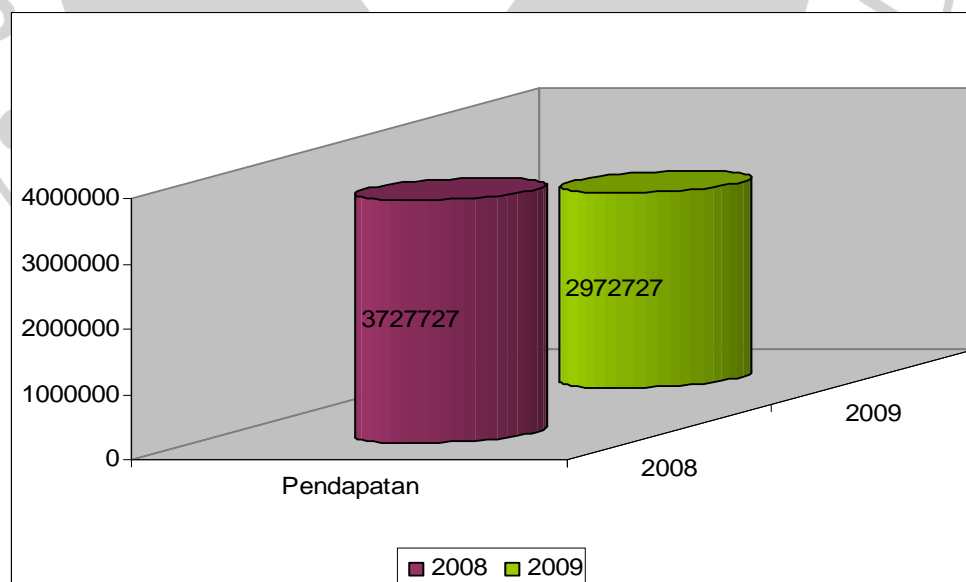
pertumbuhannya. Sedangkan sisanya sebanyak 9 usaha kuliner mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, mulai dari 14.3% hingga 53.3%.

Tabel 1.3
Rata-rata Pendapatan Pedagang Kuliner Berjenis Minuman di Bandung
Pada Agustus Periode 2008-2009 (Perhari)

Tahun	Pendapatan perhari	Pertumbuhan
2008	Rp 3.727.727,00	-
2009	Rp 2.972.727,00	-20.2%

Sumber: Data diperoleh dari hasil wawancara yang diolah

Rata-rata pendapatan pedagang kuliner jenis minuman di Kota Bandung tahun 2008 ke 2009 mengalami penurunan. hal ini terlihat dari table 1.2 diatas, penurunan yang terjadi mencapai 20.2% di banding tahun sebelumnya, yakni rata-rata pendapatan pada tahun 2008 adalah Rp 3.727.727,00 per hari, sedangkan pada tahun 2009 adalah Rp 2.972.727,00perhari. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.1
Perkembangan Pendapatan Pedagang Kuliner Jenis Minuman di Kota
Bandung Periode 2008-2009

Penurunan pendapatan yang terjadi pada usaha kuliner jenis minuman di kota Bandung ini terjadi karena berbagai hal, diantaranya banyak bermunculan pedagang-pedagang baru, baik dengan produk yang sama atau tidak, maupun dengan kekuatan modal yang besar, persaingan antar pedagang ini menyebabkan persaingan untuk mendapatkan konsumen semakin ketat. Adanya perbedaan harga yang ditawarkan oleh setiap pedagang yang berbeda-beda membuat para pedagang makin bersaing untuk mendapatkan konsumen dan pada akhirnya konsumen sendirilah yang akan menentukan dimana sebaiknya mereka membeli, sesuai dengan harga yang mereka inginkan. Diversifikasi produk pun menjadi salah satu factor yang menentukan pendapatan. Dengan semakin banyaknya macam/ jenis produk yang di jual, maka kemungkinan akan makin digemari konsumen, karena menjadi banyak pilihan. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persaingan, harga jual, dan diversifikasi produk terhadap pendapatan pedagang kuliner jenis minuman di kota Bandung, sehingga penulis memilih judul **PENGARUH PERSAINGAN, HARGA JUAL, DAN DIVERSIFIKASI PRODUK, TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG KULINER JENIS MINUMAN DI KOTA BANDUNG.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh persaingan, harga jual dan diversifikasi produk terhadap pendapatan pedagang Kuliner jenis minuman di kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh persaingan terhadap pendapatan pedagang Kuliner jenis minuman di kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh harga jual terhadap pendapatan pedagang Kuliner jenis minuman di kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh diversifikasi produk terhadap pendapatan pedagang Kuliner jenis minuman di kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh persaingan, harga jual dan diversifikasi produk terhadap pendapatan pedagang Kuliner jenis minuman di kota Bandung.
2. Pengaruh persaingan terhadap pendapatan pedagang Kuliner jenis minuman di kota Bandung.
3. Pengaruh harga jual terhadap pendapatan pedagang Kuliner jenis minuman di kota Bandung.
4. Pengaruh diversifikasi produk terhadap pendapatan pedagang Kuliner jenis minuman di kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dibagi menjadi dua yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

- Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya ekonomi mikro dan dapat digunakan untuk penelitian-penelitian lebih lanjut yang sejenis.

- Manfaat praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini juga dapat memberikan informasi tambahan mengenai pengaruh persaingan, harga jual, dan diversifikasi produk terhadap pendapatan pedagang kuliner jenis minuman di kota Bandung. Manfaat praktis ini dapat diberikan diantaranya bagi pemerintah agar dapat dijadikan referensi untuk membantu memecahkan masalah pemerintahan, seperti pengangguran, atau memperluas lapangan kerja, dan sebagainya. Bagi Disperindag dapat dijadikan referensi untuk mengetahui masalah-masalah apa saja yang dialami para pedagang kuliner, sehingga dapat membantu, atau mencegah timbulnya masalah di kemudian hari. Bagi Dinas pariwisata dapat dijadikan referensi untuk membantu industri pariwisata, terutama dalam bidang kuliner.