

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Dewasa ini dunia kuliner cenderung semakin berkembang pesat seiring dengan kemajuan jaman, terbukti dengan banyaknya bentuk usaha-usaha baru yang menggeluti bidang kuliner. Hal ini dikarenakan salah satu usaha yang masih sangat berpotensi menghasilkan profit besar adalah bisnis kuliner.

Usaha kuliner merupakan peluang usaha yang tidak akan pernah mati selama manusia masih membutuhkan makan, dan untuk hidup tentu manusia membutuhkan makan. Faktor alasan lain adalah disebabkan karena besarnya peluang usahanya yang cukup menjanjikan masyarakat terutama warga kota Bandung untuk meraup keuntungan dari usaha kuliner.

Dengan alasan tersebut hampir semua usaha dibidang kuliner memberikan yang terbaik terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang ditawarkan dengan berbagai cara menginovasikan, dan mengkreasikan usahanya agar dapat menarik para pelanggan.

Selain itu, para produsen / pelaku usaha harus mempersiapkan diri untuk berkompetisi dalam menghadapi persaingan mengingat kondisi semakin banyaknya bisnis usaha kuliner yang bermunculan sekarang ini menyebabkan timbulnya persaingan yang ketat antara usaha kuliner yang lainnya.

Karena itulah agar produk dapat bersaing di pasaran, para pelaku usaha melakukan berbagai teknik dan cara dalam rangka meningkatkan tingkat penjualan dengan tujuan mendapatkan keuntungan secara maksimal.

Salah satu usaha yang tergolong khusus menjual produk tertentu di kota Bandung adalah usaha makanan kecil minuman seperti Es Teler. Sajian hidangan menu khas Indonesia ini terkadang diabaikan dan sering disepelekan oleh sebagian besar pelaku usaha kita. Padahal keuntungan yang diperoleh dari usaha minuman terbilang cukup menjanjikan karena hampir 100 % karena penjualan dijual dengan harga dua kali lipat dari harga bahan baku, dimana bahan bakunya sendiri merupakan bahan baku yang sederhana dan mudah diperoleh.

Berawal dari peneliti melakukan pencarian data ke dinas pemerintah terutama ke **Dinas Koperasi UMKM dan Dinas PERINDAG**. Namun pihak dinas tidak memiliki data daftar usaha minuman dan Es Teler. Maka dari itu, peneliti melakukan pra-survey pencarian data kembali dengan cara (Tracking) survey ke beberapa tempat ramai se-kota Bandung.

Survey dilakukan terutama ditujukan kepada usaha minuman Es Teler tertanggal 1 - 3 Maret 2011. Dengan bertujuan untuk menambahkan kekurangan data survey sebelumnya yang telah dilakukan pada hari Senin tanggal 14 Februari 2011. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Pendapatan Produk pada Usaha Es Teler Se-kota Bandung. Berikut beberapa nama-nama usaha minuman Es Teler

pada pra-survey yang diperoleh pada tanggal 14 Februari dan 1 - 3 Maret 2011:

**Tabel 1.1 Nama- Nama Usaha Minuman Es Teler Se-kota Bandung**

No.	Nama Kedai Es Teler	Alamat
1.	Es Oyen	Jalan Merdeka
2.	Es Teler 77	Jalan Merdeka
3.	Es Oyen	Jalan. Purnawarman 13-15 Bandung.
4.	Jimbaran	Jalan. Purnawarman 13-15 Bandung.
5.	Gala Kurnia	Jalan. Purnawarman 13-15 Bandung.
6.	San Fransisco	Jalan Karapitan
7.	Lingga Sari	Jalan Karapitan
8.	Es Teler Borma	Jl. Setiabudhi No. 148
9.	Es Teler 77	Jl. Kepatihan No.13-14 (Kings Plaza)
10.	Es Teler 77	Jalan Setiabudi No. 148 Bandung. Telp (022) 2035513
11.	Es Teler 77	Jalan Merdeka No.56 (BIP)
12.	Es Teler 77	Jl.Braga No.99-101 (Braga City Walk)
13.	Es Oyen	Jl.Gatot Subroto No.289 (BSM)
14.	Es Teler 77	Jl.Gatot Subroto No.289 (BSM)
15.	She	Jalan Kepatihan
16.	Es Oyen	Jalan Kepatihan No. 18 Bandung

Sumber : Data diolah, 2011

Dari data tersebut di atas terlihat bahwa terdapat banyak pelaku usaha minuman terutama yang khusus menyajikan menu “Es Teler” . Banyaknya pesaing bisnis kuliner ini menjadikan tantangan para pelaku usaha tersebut untuk dapat bersaing sehat dengan para pelaku usaha lainnya agar usahanya tersebut tidak mengalami penurunan tingkat penjualan di pasaran. Dimana penurunan tingkat penjualan di pasaran ini akan memberikan akibat serta dampak yang fatal terhadap penurunan pendapatan jika tidak segera ditangani secara serius.

Berikut ini merupakan beberapa alasan mengapa peneliti memilih Es Teler sebagai objek penelitian, diantaranya sebagai berikut :

1. Berdasarkan pemberitaan artikel pada muatan harian *Female Kompas* pada tanggal 3 Maret, 2011 memberitahukan mengenai “ semakin menjamurnya bisnis minuman Es Teler yang menggiurkan sebagai alternatif peluang bisnis yang baik.”
2. Produk usaha minuman jenis Es Teler kurang bisa diperkirakan jumlah pendapatannya dibandingkan dengan minuman lain seperti : Minuman Aneka Juice, Minuman Kaleng, Minuman Botol, Minuman Sachet, dsb.
3. Pedagang minuman Es Teler jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan pedagang minuman lain.
4. Pedagang minuman jarang menggunakan Brand Image Es Teler.

Selain itu, dilihat dari segi permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku kuliner Jenis minuman Es Teler ini sangat beragam, salah satu permasalahan yang sangat signifikan adalah mengenai penurunan pendapatan. Subjek usaha yang dijadikan penelitian oleh penulis adalah usaha dengan skala kecil. Untuk itulah penulis melakukan pencarian data akurat mengenai hal tersebut dengan mewawancarai langsung beberapa pelaku usaha minuman Es Teler.

Survei lapangan ke tiga pada bulan Mei 2011, yang dilakukan penulis pada beberapa pelaku usaha minuman Es Teler di Bandung, diperoleh daftar pendapatan usaha minuman Es Teler sebagai berikut:

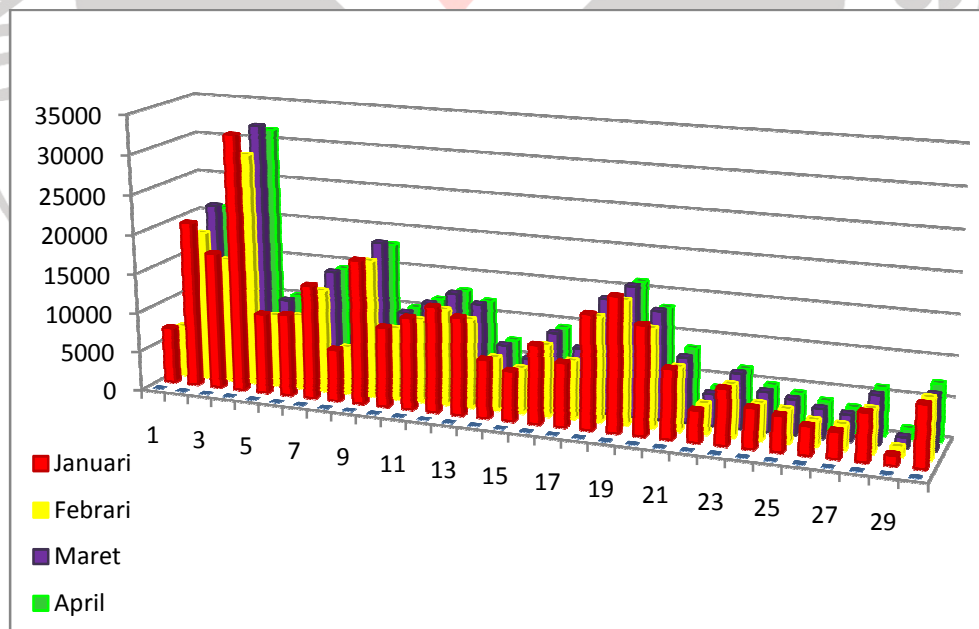
**Tabel 1.2 Daftar Pendapatan Usaha Minuman Es Teler di Beberapa Daerah  
di Kota Bandung Tahun 2011**

No.	Nama Pelaku usaha Es Teler	Alamat Usaha	Dalam ribuan				Kenaikan Rata-rata Omzet Per bulan (%)
			Pendapatan/omzet yang didapat				
			Jan	Feb	Mar	Apr	
1	Isola	Jl. Sersan Bajuri	7040	6368	7024	6784	-0,89
2	BEC	Jl. Purnawarman	20925	18900	21762	20790	0,33
3	Es Teler Sukajadi	Jl. Sukajadi	17280	15660	17190	16560	-1,09
4	Es Teler 77 Borma	Jl. Setiabudi	32474	29354	32435	31356	-0,81
5	Es Gerlong 1	Jl. Gerlong baru	10100	9050	10225	10000	0,13
6	Es Gerlong 2	Jl. Gerlong hilir	10350	9312	10662	10452	0,83
7	Es Limamu	Jl. Gerlong Baru	14350	12880	14490	14140	-0,05
8	Es Badrun	Jl. Jawa	6510	5880	6510	6300	-0,73
9	Es H.Hamid	Jl. Padjajaran	18102	17202	18804	17820	-0,30
10	Es engkos	Jl. PHH. Mustofa 4	10010	8960	10150	9940	0,24
11	Es Pa Sam	Jl. Supratman	11550	10380	11640	11340	-0,19
12	Cipaganti	JL. Cipaganti	13236	11976	13200	12744	-0,92
13	Es Si Jangkung	Jl. Cipaganti	12200	11060	12130	11680	-1,13
14	Es kosambi	Kosambi	7268	6597	7242	6987	-0,99
15	Es Kawanua	Jl. Jurang	6200	5600	5840	6080	-0,43
16	San Fransisco	Jl.Karapitan	9765	8820	9450	9225	-1,64
17	Lingga Sari	Jl. Karapitan	7920	7200	7840	7520	-1,43
18	She	Jl. kepatihan	14200	13000	14346	13200	-2,03
19	Es Oyen kepatihan	Jl. Kapatihan	16650	15300	16200	15975	-1,20
20	Es Oyen Gatsu	Jl.Gatot Subroto	13500	12204	13482	13032	-0,82
21	Wrg. Solehan	Kampus UIN	8568	7816	8064	8268	-1,02
22	Wrg. Dedi.E	Jl.Taman Sari	3885	3654	3913	3668	-1,71
23	Wrg.Pak Yusuf	Cicabe, Mandala Jati RT 01/RW 01	6900	6400	6800	6400	-2,29
24	Wrg Bu Yayah	Jl.Cilengkrang 2 Cibiru	4925	4450	4875	4700	-1,23
25	Wrg Mardani	Jl Margacinta, Buah Batu	4400	4100	4325	4050	-2,56
26	Wrg PakYanto	Jl. Gedebage tengah 55	3515	3160	3550	3460	-0,10
27	Wrg Pa Bambang	Jl. Ibrahim	3240	3000	3204	3024	-2,08

		Adjie314, Kiara Condong					
28	Wrg Bu Dewi	Jl. Rs. Uber, Cinambo	5890	5280	5940	5800	-0,07
29	Warung Ceu Enunk	Jl.Raya. Uber 169	1200	1070	1205	1180	-0,10
30	Wrg Cecep Tea	Jl.Dipatiukur 119	7600	7300	6700	7040	-2,36
<b>Total</b>			309753	281933	309198	299515	<b>-26,63</b>
<b>Rata-rata</b>			<b>10325,1</b>	<b>9397,77</b>	<b>10306,60</b>	<b>9983,83</b>	<b>-0,89</b>

Sumber : Data diolah, 2011

Hasil perhitungan kenaikan rata-rata omzet per bulan diperoleh dari penjumlahan hasil perhitungan: omzet bulan selanjutnya dikurang omzet bulan sebelumnya kemudian dibagi omzet bulan sebelumnya lalu dikalikan seratus. Setelah seluruhnya dijumlahkan baru kemudian dibagi jumlah tingkatan (dalam tabel di atas dibagi tiga dikarenakan dari empat bulan terjadi tiga tingkatan).



Sumber : Data diolah, 2011

### **Gambar 1.1 Grafik Pendapatan Empat Bulan Minuman Usaha Es Teler di Kota Bandung**

Dari gambar 1.1 terlihat pendapatan tertinggi diperoleh oleh Es Teler 77 Borma dan BEC, sedangkan pendapatan terendah diperoleh oleh warung Ceu Enunk. Pendapatan yang didapat setiap usaha minuman Es Teler terlihat tidak merata dan ada ketimpangan.

Berdasarkan data hasil survey penelitian ketiga di atas, diperoleh selisih nilai *kenaikan rata-rata pendapatan per – bulan* dari masing-masing usaha minuman di beberapa daerah di kota Bandung. Pada umumnya jumlah *kenaikan rata-rata pendapatan per – bulan* dari masing-masing usaha tersebut secara total keseluruhan mengalami penurunan, dengan rata-rata persentase penurunan sebesar -0,89 % dihitung dari hasil jumlah total persentase seluruh selisih penurunan pendapatan (-26,63 %) dibagi total tempat yang diteliti.

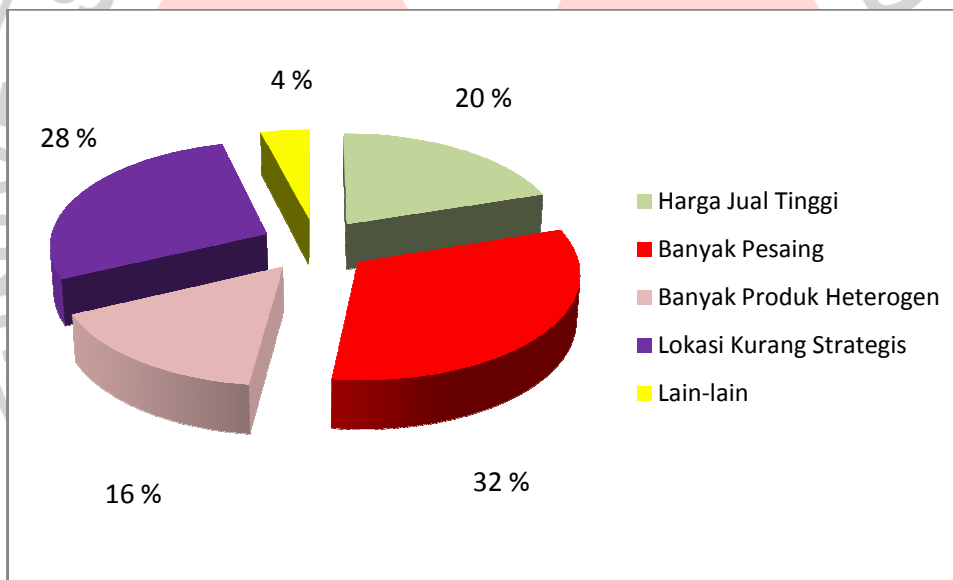
Hal ini menunjukkan bahwa penurunan jumlah pendapatan tersebut diduga karena adanya persaingan yang ketat antara satu pedagang dengan pedagang lain dari berbagai segi dan perbedaan lokasi. Untuk nilai *kenaikan rata-rata pendapatan per – bulan* pada bulan-bulan berikutnya dapat dilihat pada Lampiran C.

Hal ini diperkuat dengan data di bawah ini, yang diambil dari angket sementara dengan jumlah sampel 25 pelaku usaha minuman Es Teler :

**Tabel 1.3 Tanggapan Responden Tentang Faktor yang Menyebabkan Penurunan Jumlah Pendapatan**

<b>Faktor</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Harga Jual Tinggi	5	20
Banyak Pesaing	8	32
Banyak Produk Heterogen	4	16
Lokasi Kurang Strategis	7	28
Lain-lain	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Sumber : Data diolah, 2011



**Gambar 1.2 Diagram Faktor Penyebab Penurunan Pendapatan Pelaku Usaha Minuman Es Teler di Beberapa Daerah di Kota Bandung**

Sumber : Data diolah, 2011

Data di atas menunjukkan bahwa sebanyak 32 % pedagang menyatakan banyaknya jumlah pesaing berpengaruh besar terhadap penurunan jumlah pendapatan yang mereka peroleh dari usahanya. Dan sebanyak 28 % pedagang berasumsi bahwa letak ke – strategisan lokasi memiliki peran



penting terhadap tingkat pendapatan yang di dapat. Pendapat lain menerangkan bahwa 20 % turunnya pendapatan dipengaruhi oleh harga jual yang tinggi. Lalu sisanya sebanyak 16 % dan 4 % dipengaruhi oleh banyak produk heterogen dan lain – lain.

Diduga karena tingkat persaingan yang tinggi dan lokasi yang kurang strategis merupakan poin terbesar yang mempengaruhi penurunan pendapatan usaha minuman Es Teler tersebut.

Berdasarkan praduga tersebut, serta dari hasil pengamatan dan penelitian dari survey yang dilakukan di atas, maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Tingkat Persaingan dan Lokasi Terhadap Pendapatan Usaha Minuman Es Teler Se-kota Bandung”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana pengaruh Tingkat Persaingan terhadap Pendapatan Usaha Minuman Es Teler Se-kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Pendapatan Usaha Minuman Es Teler Se-kota Bandung?
3. Bagaimana Tingkat Persaingan, dan Lokasi secara bersama-sama mempengaruhi pendapatan Usaha Minuman Es Teler Se-kota Bandung?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh Tingkat Persaingan terhadap Pendapatan Usaha Minuman Es Teler Se-kota Bandung

2. Untuk menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Pendapatan Usaha Minuman Es Teler Se-kota Bandung
3. Untuk menganalisis pengaruh Tingkat Persaingan bersama-sama dengan Lokasi terhadap Pendapatan di Kedai Es Teler Sekota Bandung

#### 1.4. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini diantaranya:

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, selain itu, penulis dapat membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi di lapangan.

b. Kegunaan Ilmiah

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih terhadap perkembangan dunia ilmu pengetahuan yang relevan dengan bidang yang dikaji, dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya serta memberikan tambahan informasi dan pemikiran baru terhadap pengembangan Ilmu Industri Jasa terutama Jasa boga dalam hal Strategi Pemasaran.

c. Kegunaan Praktis

Dapat berperan dalam membantu penyelesaian dan pemecahan masalah di dunia praktik di lapangan, khususnya bagi perusahaan dan usaha skala kecil untuk meningkatkan pendapatannya.