

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia termasuk negara berkembang dengan jumlah penduduk sangat besar. Kenaikan jumlah penduduk dialami negara Indonesia setiap tahunnya. Tercatat data jumlah penduduk Indonesia tahun 2011 sebesar 242 juta jiwa, tahun 2012 mengalami peningkatan menjadi 245,50 juta jiwa, tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi 248,80 juta jiwa, tahun 2014 mengalami peningkatan menjadi 252,20 juta jiwa, tahun 2015 meningkat menjadi 254,90 juta jiwa (BPS 2015). Data pertumbuhan penduduk sebesar 1,3% per tahun, segala sesuatu yang berkaitan dengan pangan menjadi permasalahan yang sangat kompleks. Pangan yang termasuk makanan dan minuman menjadi kebutuhan primer maupun gaya hidup masyarakat yang harus terpenuhi daripada kebutuhan kebutuhan yang lain, jadi permasalahan dalam penanganan distribusi pangan pasti mempunyai dampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, yaitu keterjaminan penduduk terhadap pangan yang dibutuhkan, stabilitas ekonomi, pendidikan, lapangan pekerjaan, dan sebagainya (Handewi, 2008).

Ketahanan pangan berbeda dengan ketersediaan pangan. Ketersediaan pangan yang memadai, tidak hanya kebutuhan pokok tetapi juga juga termasuk pangan yang berasal dari tanaman, ternak, dan ikan untuk memenuhi kebutuhan primer ini (Suryana, 2003). Ketahanan pangan juga

berbeda dari swasembada pangan. Swasembada pangan biasanya berupa pencapaian ketersediaan pangan dengan wilayah nasional, sedangkan ketahanan pangan cenderung mengarah kepada akses setiap individu agar mendapatkan makanan yang bergizi. Ketahanan pangan merupakan situasi dimana tersedianya makanan bagi masyarakat yang terlihat dari tercapainya makanan yang cukup kuantitas nya, aman, merata dan terjangkau dan tidak bertentangan dengan keyakinan dan struktur budaya masyarakat, agar hidup sehat, aktif, dan produktif secara terus menerus. Sub sistem utama ketahanan pangan yaitu ketersediaan, akses, dan penyerapan pangan (Hanani, 2011). Salah satu sub sistem, yaitu akses pangan ialah kemampuan kelompok dan perseorangan dalam memperoleh pangan yang cukup untuk kebutuhan gizinya. Pemerintah berusaha bangkit dari krisis ekonomi Indonesia sejak pertengahan 1997 mulai dari kebijakan makro dan mikro. Ketersediaan pangan menjadi dampak dari kebijakan tersebut. Meskipun pemerintah sudah mengupayakan segala cara, akan tetapi permasalahan pangan masih menjadi masalah yang akan mengancam kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Permasalahan gizi buruk yang dialami sebagian manusia selalu menjadi pusat perhatian yang sangat memperhatikan. Deputi Sumber Daya Manusia dan Kebudayaan mencatat anak-anak Indonesia yang mengalami gizi buruk mencapai kurang lebih 8 juta, termasuk di daerah-daerah tertentu di Indonesia yang harus lebih di perhatikan lagi (Lia, 2014). Ketahanan pangan mempunyai beberapa peran yaitu sebagai salah satu

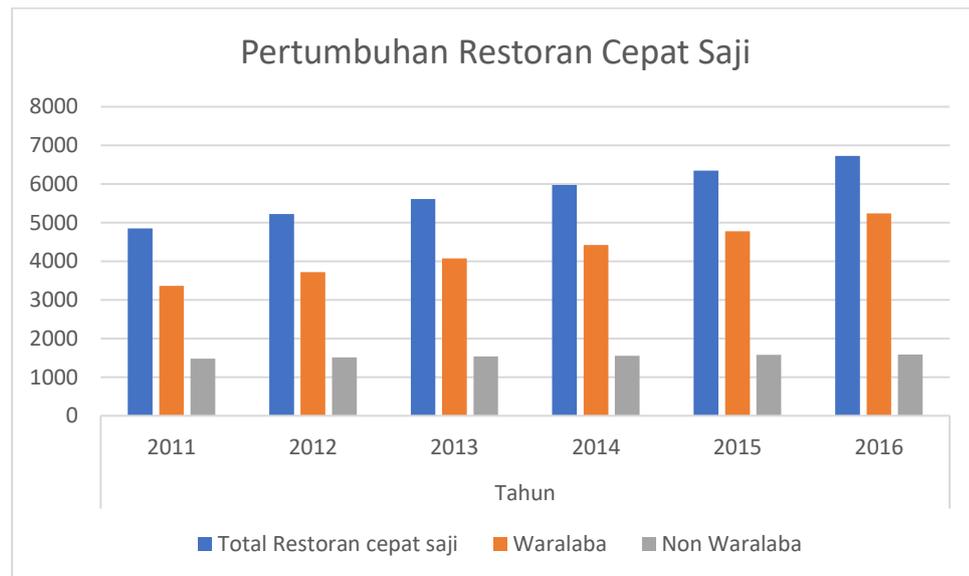
sasaran utama pembangunan dan salah satu instrumen utama pembangunan ekonomi (Simatupang, 1999). 1) Yaitu fungsi ketahanan pangan sebagai prasyarat agar penduduk negara terjamin akses pangannya dengan kuantitas dan kualitas yang baik untuk bertahan hidup, sehat, dan produktif. 2) Yaitu penerapan dari fungsi ketahanan pangan yang menjadi persyaratan dalam pembangunan sumberdaya manusia dalam pembangunan Sumber Daya Manusia yang inovatif, kreatif dan produktif (Pandjar, 2007). Pembangunan ketahanan pangan setiap negara tentunya berbeda-beda. Oleh sebab itu pencapaian ketahanan pangan yang mantap menjadi prioritas suatu negara agar negaranya dapat berkembang.

Mengingat makanan dan minuman menjadi kebutuhan primer maupun gaya hidup masyarakat dan juga perkembangan jaman membawa kehidupan masyarakat menjadi lebih fleksibel. Gaya hidup yang semakin maju dan berkembang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Dari perubahan pola konsumsi yang beralih kepada makanan dan minuman cepat saji membuat perkembangan terhadap industri makanan dan minuman cepat saji. Saat ini banyak usaha cepat saji yang menyediakan makanan dan minuman dengan praktis dengan harga yang terjangkau. Disamping penyajian dan harga, menu yang ditawarkan usaha cepat saji sangat bervariasi (Ulil, 2016).

Usaha cepat saji yaitu usaha yang menyiapkan makanan dan minuman dengan cepat begitu makanan dan minuman dipesan. Makanan dan minuman yang disajikan sering juga disebut fast food. Usaha cepat saji tidak

hanya memberikan produk yang berkualitas untuk konsumennya, tetapi juga harus memperhatikan kondisi jangka panjang yaitu kualitas dan harga yang bersaing agar dapat bersaing menciptakan kepuasan konsumen. Industri makanan dan minuman merupakan bisnis yang menjanjikan karena makanan dan minuman adalah kebutuhan mendasar setiap manusia, sehingga setiap manusia pasti membutuhkan makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan. Usaha cepat saji umumnya hanya ditemui di wilayah perkotaan besar saja, akan tetapi seiring berkembangnya jaman, usaha cepat saji juga dapat ditemui di daerah-daerah kota kecil. Banyaknya perusahaan-perusahaan besar yang muncul menjadikan daerah semakin berkembang dan menjadikan taraf hidup masyarakat yang semakin modern. (IE Insights. 2013) melakukan penelitian tentang industri makanan dan minuman yang ada di Indonesia. Lapornya menyimpulkan bahwa usaha cepat saji memiliki segmen dengan tingkat pertumbuhan paling cepat. Perkembangan usaha cepat saji di Indonesia disampaikan oleh direktur hubungan investor sekretaris korporat PT. Mitra Adi Perkasa Tbk (MAP) Fetty Kwartati dalam wawancaraya kepada kompas.com tahun 2013. Menurut Kwartati, tingginya peningkatan pertumbuhan industri usaha cepat saji di Indonesia disebabkan oleh keinginan kalangan muda untuk mendapatkan pelayanan serba cepat dan instan. Berikut perkembangan jumlah restoran cepat saji termasuk waralaba dan non-waralaba dapat dilihat pada Gambar 1.1

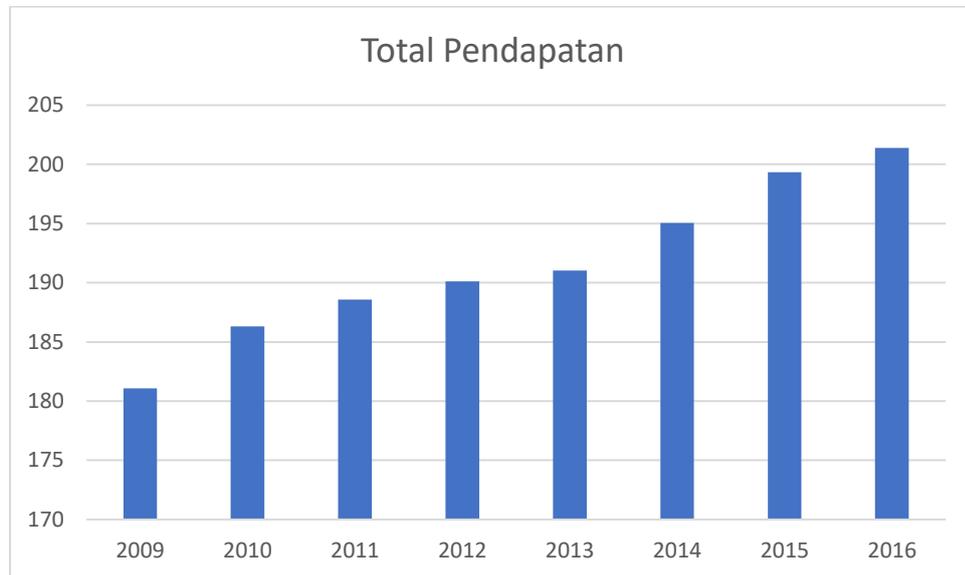
Grafik1. 1  
Perkembangan Restoran Cepat Saji tahun 2011-2016



Sumber : Euromonitor International: Fast Food in Indonesia 2012

Dari Gambar1.1 diatas tercatat jumlah gerai restoran cepat saji di Indonesia pada tahun 2011 sebesar 4847 gerai, pada tahun 2012 sebesar 5227 gerai, pada tahun 2013 sebesar 5608 gerai, pada tahun 2014 sebesar 5978 gerai, pada tahun 2015 sebesar 6349 gerai, dan pada tahun 2016 sebesar 6727 gerai. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa jumlah gerai restoran cepat saji selama 6 tahun terakhir selalu mengalami kenaikan jumlah gerai yang signifikan. Dari data perkembangan jumlah gerai diatas diperjelas lagi dengan pendapatan Industri Restoran Cepat Saji Dunia dan Forecasting tahun 2009-2016 dapat dilihat pada Gambar1.2 dibawah.

Grafik1. 2  
Total Pendapatan Industri Restoran Cepat Saji Dan Forecasting



Sumber : Statista.com, 2015 (Dalam Milliar Dollar Amerika Serikat)

Data pendapatan industri restoran cepat saji dunia dan forecasting yang menunjukkan kenaikan pada setiap tahun dari tahun 2009-2016 seperti terlihat pada Gambar1.2. Kenaikan pendapatan tersebut menunjukkan bahwa industri restoran cepat saji sangat diminati oleh masyarakat diseluruh dunia dan prospek bisnis restoran cepat saji akan cerah dan menjanjikan dalam jangka panjang. Contoh restoran cepat saji yang dinilai cepat berkembang dan banyak menghasilkan profit adalah seperti munculnya bentuk usaha makanan dan minuman dengan konsep waralaba. Perkembangan bisnis waralaba yang sangat pesat di Indonesia telah menjadi bagian yang tidak dapat dihindari dalam praktik bisnis (Terisia, 2015).

Belakangan ini kaum urban lebih menikmati bahan-bahan minuman yang diracik dengan berbagai varian rasa dan bahan pelengkap lainnya sehingga menjadikannya nikmat. Dengan banyaknya merek minuman baru

yang bermunculan serta peningkatan jumlah outlet setiap merek, hal ini menunjukkan bahwa adanya permintaan (demand) didukung dengan penawaran (supply) dari merek minuman di Indonesia (Luh Ayu, 2015)

Istilah waralaba pertama kali muncul dari Amerika Serikat. Berasal dari kata franchise yang berarti “kebebasan”. Sehingga definisi franchise sering diartikan waralaba atau arti luasnya lebih untung. Wara yang artinya lebih, dan laba yang artinya untung (Sewu, 2004). Waralaba artinya kebebasan yang didapat seseorang untuk menjalankan secara mandiri suatu usaha. Terlihat pada Gambar 1.1, tercatat pertumbuhan jumlah gerai restoran waralaba selalu mengalami peningkatan.

Waralaba ialah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan.

Waralaba ada 2 jenis, yaitu usaha waralaba luar negeri dan usaha waralaba dalam negeri. Usaha waralaba luar negeri cenderung banyak peminatnya karena memiliki brand yang sudah terkenal dan diterima di berbagai dunia, hal ini sesuai dengan gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi (Ikka, 2017).

Saat ini usaha minuman waralaba adalah salah satu usaha waralaba yang bisa dipilih para calon terwaralaba untuk dijadikan bisnis karena

termasuk dalam kebutuhan pokok masyarakat. Ada berbagai macam variasi usaha minuman yang bisa dipilih untuk dijadikan sebagai usaha. Agar sebuah usaha minuman waralaba dapat dipercaya untuk memberikan pelayanan dan mutu minuman yang berkualitas baik dan sehat untuk dikonsumsi, sebuah pengusaha juga harus menerapkan strategi untuk menghadapi berbagai macam persaingan yang sangat ketat.

Dari uraian latar belakang diatas penulis mencetuskan judul penelitian sebagai berikut "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN USAHA MINUMAN WARALABA DI KOTA SOLO TAHUN 2017"

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan sesuatu yang menjadi objek kajian dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh jumlah diversifikasi produk terhadap pendapatan usaha minuman waralaba?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap pendapatan usaha minuman waralaba?
3. Bagaimana pengaruh biaya pemasaran terhadap pendapatan usaha minuman waralaba?
4. Bagaimana pengaruh product development terhadap pendapatan usaha minuman waralaba?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian dari rumusan masalah adalah :

1. Mengetahui pengaruh jumlah diversifikasi produk terhadap pendapatan usaha minuman waralaba.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap pendapatan usaha minuman waralaba.
3. Mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap pendapatan usaha minuman waralaba.
4. Mengetahui pengaruh product development terhadap pendapatan usaha minuman waralaba.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Pengusaha Minuman Waralaba

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan wacana pertimbangan kepada pengusaha minuman waralaba sebagai acuan dalam mengevaluasi bisnis waralaba agar usaha dapat berkembang lebih baik lagi.

2. Untuk Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai gambaran untuk penelitian selanjutnya.

## **E. Metode Penelitian**

### **E.1. Data dan Sumber Data**

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (Priyadika, 2015). Dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan meliputi jumlah diversifikasi produk, harga, biaya pemasaran, product development dan pendapatan.

#### 2. Sumber data

Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:225). Sumber data primer diperoleh dari hasil responden penelitian dalam hal ini adalah pemilik usaha waralaba minuman di kota Solo.

### **E.2. Metode dan Alat Analisis**

Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis Diversifikasi Produk, Harga, Biaya Pemasaran, dan Product Development terhadap pendapatan usaha waralaba di kota Solo menggunakan analisis regresi linier berganda metode *Ordinary Least Square* (OLS).

$$\log\text{PDT} = \alpha + \beta_1 \log\text{DP} + \beta_2 \log\text{H} + \beta_3 \log\text{BP} + \beta_4 \log\text{PD}$$

### Keterangan

$\log\text{PDT}$	= Pendapatan
$\log\text{DP}$	= Diversifikasi produk
$\log\text{H}$	= Harga
$\log\text{BP}$	= Biaya Pemasaran
$\log\text{PD}$	= Product Development
$\alpha$	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi

Guna menguji kevaliditasan model, maka dilakukan pengujian yang meliputi:

#### 1. Uji normalitas

Uji normalitas yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi dalam penelitian nilai residualnya berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas  $U_t$  yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jarque Bera (Gujarati, 2012).

#### 2. Uji Linieritas Model

Uji spesifikasi model pada dasarnya digunakan untuk menguji asumsi linieritas model, sehingga sering disebut sebagai uji linieritas model. Dalam hal ini menggunakan uji Ramsey Reset, yang terkenal dengan sebutan uji kesalahan spesifikasi umum atau *general test of specification error*.

#### 3. Uji Asumsi Klasik, meliputi (Gujarati, 2012) :

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini melihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation faktor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya (Gujarati, 2012).

b. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas terjadi apabila variasi  $U_t$  tidak konstan atau berubah-ubah secara sistematis seiring dengan berubahnya variabel independen (Gujarati, 2012). Uji heterokedastisitas yang akan digunakan adalah uji white.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi dalam regresi linier berarti komponen error berkorelasi berdasarkan urutan waktu (pada data *time series*) atau urutan ruang (*cross section*). Dengan demikian autokorelasi merupakan masalah khusus dari data time series. Autokorelasi akan menyebabkan estimasi nilai variabel  $U_t$  yang terlalu rendah, dan karena itu menghasilkan estimasi yang terlalu tinggi  $R^2$ . Bahkan

ketika estimasi nilai variasi  $U_t$  tidak terlalu rendah, maka estimasi nilai variasi dari koefisien regresi mungkin akan terlalu rendah dan karena itu uji t dan uji F menjadi tidak valid lagi. Menggunakan uji Breusch Godfrey (Gujarati, 2012).

4. Uji statistik meliputi (Gujarati, 2012):

a. Uji validitas Pengaruh (uji t) 2 sisi

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen digunakan uji t dua sisi (Gujarati, 2012).

b. Uji kebaikan model (uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau menguji apakah model yang dipakai eksis atau tidak terhadap variabel dependen.

c. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah besaran yang dipakai untuk mengetahui ukuran kebaikan sesuai atau *goodness of fit* dari persamaan regresi. Dengan kata lain menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen dalam model (Gujarati, 2012). Nilai  $R^2$  mempunyai range antara nol

sampai 1. Jika  $R^2$  mempunyai nilai 1 maka garis regresi yang dicocokkan menjelaskan 100% variasi dari variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  mempunyai nilai nol maka variabel bebas dalam model tidak sedikitpun menjelaskan variasi dari variabel dependen.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Penyusunan penelitian ini menggunakan sistematika sederhana dengan maksud agar lebih mudah menerangkan segala permasalahan yang menjadi pokok pembahasan sehingga lebih terarah pada sasaran. Kerangka sistematika penulisan ini terdiri dari 5 bab, yaitu :

##### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang pemaparan latar belakang masalah yang merupakan landasan pemikiran, perumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori-teori tentang waralaba, dan pasar persaingan monopoli sebagai dasar penelitian, hasil-hasil penelitian terdahulu yang dijadikan dasar dan referensi bagi peneliti. Dijelaskan pula kerangka pemikiran dan hipotesis yang diambil oleh peneliti

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang ruang lingkup penelitian, penentuan populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, definisi variasi, dan teknik analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang diuraikan secara singkat dan jelas mengenai deskripsi objek penelitian, serta analisis data, dan interpretasi hasil.

### **BAB V PENUTUP**

Penutup berisi kesimpulan dari serangkaian pembahasan yang diuraikan dalam penelitian dan saran-saran yang perlu disampaikan, baik untuk subyek penelitian maupun bagi penelitian selanjutnya.