

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung saat ini merupakan salah satu kota metropolitan sekaligus menjadi Ibu Kota Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung memiliki jumlah penduduk 2.481.469 jiwa yang terdiri atas 1.253.274 jiwa penduduk laki-laki dan 1.228.195 jiwa penduduk perempuan (BPS Kota Bandung, 2016:37). Kota Bandung juga dikenal karena memiliki berbagai tempat tujuan wisata dan juga bisa disebut kota pelajar karena pada saat ini pun di kota Bandung sudah banyak sekali dibangun gedung – gedung perkuliahan. Sehingga dari aspek inilah Kota Bandung memiliki peluang untuk menumbuh kembangkan beberapa sektor, diantaranya sektor perdagangan.

Kota Bandung memiliki pasar modern dan pasar tradisional sebagai sarana perdagangan. Pasar modern memiliki enam jenis pasar modern. Mini market adalah jenis pasar modern dengan jumlah unit terbanyak di kota Bandung, sementara itu terdapat 40 lokasi pasar tradisional. Jumlah pedagang aktif di pasar tradisional pada tahun 2015 adalah sebanyak 20.343 pedagang (BPS Kota Bandung, 2016:151). Sebagian besar penduduk Kota Bandung, yang berusia diatas 15 tahun, lokal maupun pendatang, terlibat dalam sektor perdagangan (371.719 jiwa), melampaui jumlah penduduk yang terserap ke dalam sektor industri pengolahan (217.720 jiwa) dan jasa (277.610 jiwa) (BPS Kota Bandung, 2016:47). Salah satu Kabupaten yang ikut menjadi penyumbang PDRB adalah Kabupaten Bandung. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu daerah dalam suatu periode tertentu, baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. Laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bandung pada tahun 2015 sedikit menurun jika dibandingkan dengan tahun 2014. Berdasarkan perhitungan PDRB atas dasar harga konstan 2010, laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bandung tahun 2015 mencapai 5,89 persen, sedikit melambat jika dibandingkan dengan pencapaian tahun sebelumnya sebesar 5,91 persen (BPS Kabupaten Bandung,

2016:263). Jumlah sumbangan PDRB dan tenaga kerja yang terserap ke dalam sektor perdagangan tidak terlepas dari adanya Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Bandung. Menurut Ramli (1997:31), pedagang kaki lima (PKL) pada umumnya adalah pekerjaan yang paling nyata dan paling penting di kebanyakan kota pada negara berkembang. Pedagang kaki lima di perkotaan mempunyai karakteristik dan ciri-ciri yang khas dengan sektor informal, sehingga sektor informal perkotaan sering diidentikan sebagai pedagang kaki lima. Sedangkan Menurut McGee dan Yeung (1977:25) dalam Widjajanti (2009:163), PKL mempunyai pengertian yang sama dengan ‘hawkers’, yang didefinisikan sebagai orang-orang yang menawarkan barang dan jasa untuk dijual ditempat umum, terutama di pinggir jalan dan trotoar.

Pedagang kaki lima juga sering kita dapati di depan kampus – kampus, pedagang kuliner kaki lima adalah jenis pedagang kaki lima yang paling sering di dapati di depan kampus Universitas Telkom tepatnya di Jalan Raya Sukapura. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Ade (13/06/16) selaku Ketua Organisasi Kemasyarakatan Gerakan Masyarakat Bawah Indonesia (GMBI), bahwa di sekitar kampus Universitas Telkom terdapat tiga titik pedagang kuliner kaki lima dengan jumlah keseluruhan 63 pedagang kuliner kaki lima. Mereka terbagi diantaranya yang pertama di Jalan Raya Sukapura dari bundaran Universitas Telkom sampai dengan Gerbang Universitas Telkom, yang kedua dari Gerbang Universitas Telkom sampai dengan depan Jalan Sukabirus, dan yang terakhir dari depan Jalan Sukabirus sampai dengan Alfamart Sukabirus. Namun, para pedagang Kuliner Kaki Lima tersebut melanggar peraturan yang berlaku di kawasan Universitas Telkom sehingga para pedagang tersebut bisa dikategorikan sebagai pedagang yang melanggar peraturan (ilegal). Ada tiga jenis dagangan yang di jajakan oleh pedagang kuliner kaki lima di daerah Univeristas Telkom ini, diantaranya: makanan berat, jajanan, dan minuman rasa.

Dengan informasi tersebut peneliti melakukan survey pendahuluan terhadap Pedagang Kaki Lima di Jalan Raya Sukapura. Berikut merupakan hasil survey pendahuluan:

Tabel 1.1
Hasil Survey Pendahuluan Perilaku Kewirausahaan dengan Kaitan Volume
Penjualan Terhadap 30 Pelaku Usaha

Pertanyaan	Jawaban dan Alasan Responden	Jumlah Orang	%
Apakah bapak/ibu yakin dengan berjualan disini bisa terus laku?	Yakin, selama tidak ada penggusuran lagi	18	60%
	Tidak yakin, karena semakin banyak penjual – penjual yang lain	12	40%
Apakah bapak/ibu berjualan disini, karena kemauan dari diri sendiri?	Sebenarnya tidak mau, tetapi karena harus memenuhi kebutuhan sehari - hari, jadi terpaksa berjualan disini	17	57%
	Iya karena kemauan dari diri sendiri, siapa tau dengan berjualan disini bisa membantu keluarga menambah penghasilan	13	43%
Apakah bapak/ibu berjualan disini mempunyai tujuan lain selain memenuhi kebutuhan keluarga?	Tidak ada, karena mau membantu memenuhi kebutuhan keluarga saja	20	67%
	Ada, pengen buka cabang di lokasi lain	10	33%
Apakah bapak/ibu merupakan pemilik atau karyawan usaha ini?	Saya pemilik langsung	24	80%
	Saya karyawan dari usaha ini	6	20%
Apakah bapak/ibu berani mengambil resiko yang ada dengan tetap berjualan disini? Sedangkan dilokasi ini rawan penggusuran	Berani, karena di lokasi ini banyak pembelinya	23	76,6%
	Sebernya tidak berani, tetapi tidak ada lagi lahan yang cocok untuk berjualan	7	23,4%

Apakah bapak/ibu saat berjualan selalu memiliki target?	Tidak ada target	19	63%
	Ada, sampai habis dagangannya	11	37%
Apakah bapak/ibu selalu mendapatkan keuntungan setiap harinya?	Tidak setiap hari mendapatkan keuntungan	30	100%
Apakah bapak/ibu memiliki keinginan untuk menambah variasi produk?	Ingin, tetapi nanti disaat modalnya sudah mencukupi	13	43%
	Tidak, karena menjual satu produk saja peminatnya belum banyak	17	57%

Sumber : Hasil observasi peneliti (Januari, 2017)

Berdasarkan hasil wawancara dengan 30 pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura, penulis memberikan delapan pertanyaan. Pertanyaan pertama “Apakah bapak/ibu yakin dengan berjualan disini bisa terus laku?” dan jawabannya dari 30 pedagang, 18 pedagang yakin bahwa dengan berjualan dilokasi tersebut bisa membuat mereka terus laku dengan usaha yang dijalankan, sedangkan 12 pedagang merasa tidak yakin, karena merasa sampai saat ini sudah banyak pedagang – pedagang lain yang menjadi pesaing mereka. Dari sini bisa dilihat bahwa 18 pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura sudah memiliki salah satu ciri – ciri perilaku kewirausahaan, yaitu penuh percaya diri. Pertanyaan kedua, “Apakah bapak/ibu berjualan disini, karena kemauan dari diri sendiri?” dan dari 30 pedagang, 17 pedagang atau menjawab bukan karena kemauan sendiri, tetapi karena harus memenuhi kebutuhan sehari – hari jadi terpaksa berjualan. Dan 13 pedagang lainnya menjawab, iya karena kemauan dari diri sendiri. Dari sini terlihat bahwa 17 pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura belum memiliki salah satu ciri – ciri perilaku kewirausahaan, yaitu memiliki jiwa kepemimpinan. Pertanyaan ketiga, “Apakah bapak/ibu berjualan disini mempunyai tujuan lain selain memenuhi kebutuhan keluarga?”. Dari 30 pedagang yang penulis wawancarai, 20 pedagang menjawab tidak mempunyai tujuan lain, jadi mereka berjualan hanya untuk memenuhi kebutuhan lain,

sedangkan 10 pedagang lainnya mempunyai keinginan untuk memperbanyak tempat berjualannya atau membuka cabang di lokasi lain. Dari sini bisa dilihat bahwa 20 pedagang belum mempunyai salah satu ciri – ciri perilaku kewirausahaan yaitu memiliki motif breprestasi. Pertanyaan keempat, “Apakah bapak/ibu merupakan pemilik atau karyawan usaha ini?” 24 pedagang menjawab bahwa mereka pemilik langsung dari usaha yang sedang mereka jalankan, sedangkan enam pedagang lainnya menjawab bahwa mereka hanya karyawan saja, disini bisa dilihat bahwa kebanyakan para pedagang sudah memiliki jiwa kepemimpinan yaitu salah satu ciri – ciri perilaku kewirausahaan.

Pertanyaan kelima, “Apakah bapak/ibu berani mengambil resiko yang ada dengan tetap berjualan disini? Sedangkan dilokasi ini rawan penggusuran” 23 pedagang menjawab berani karena walaupun dilokasi tersebut pernah ada penggusuran, tetapi dilokasi itu ramai pembeli, sedangkan tujuh pedagang lainnya menjawab sebenarnya tidak berani tetapi karena dilokasi tersebut ramai pembelinya sehingga mereka tetap berjualan dilokasi tersebut. Disini dapat dilihat bahwa kebanyakan para pedagang berani mengambil resiko dengan cara yang salah. Pertanyaan keenam, “Apakah bapak/ibu saat berjualan selalu memiliki target?” 19 pedagang menjawab mereka tidak pernah memiliki target, sedangkan 11 pedagang lainnya menjawab memiliki target yaitu sampai dagangan mereka hari itu laku terjual, disini bisa dilihat bahwa kebanyakan para pedagang belum memiliki salah satu tujuan volume penjualan yaitu mencapai volume penjualan.

Pertanyaan ketujuh, “Apakah bapak/ibu selalu mendapatkan keuntungan setiap harinya?” 30 pedagang menjawab mereka tidak setiap hari mendapatkan keuntungan, itu artinya, bahwa semua pedagang belum memiliki salah satu tujuan volume penjualan yaitu mendapatkan laba tertentu. Pertanyaan terakhir, “Apakah bapak/ibu memiliki keinginan untuk menambah variasi produk?” 13 pedagang menjawab mereka memiliki keinginan tersebut tetapi disaat modal mereka sudah mencukupi untuk menambah variasi produk, sedangkan 17 pedagang lainnya menjawab belum mempunyai keinginan tersebut karena menjual satu produk saja belum tentu laku semua, dari sini bisa dilihat bahwa kebanyakan para pedagang

belum memiliki salah satu tujuan volume penjualan yaitu menunjang pertumbuhan perusahaan.

Dengan adanya wawancara ini, bisa dilihat kebanyakan pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura belum semuanya memiliki perilaku kewirausahaan yang sesuai dengan ciri – ciri yang disebutkan oleh Suryana (2014:22) yaitu, Proses kreatif dan inovatif hanya dilakukan oleh orang yang memiliki keperibadian kreatif dan inovatif, yaitu orang yang memiliki jiwa, sikap dan perilaku kewirausahaan, dengan ciri – ciri: Penuh percaya diri, Memiliki inisiatif, Memiliki motif berprestasi, Memiliki jiwa kepemimpinan, dan Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan. Dan belum semua pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura memiliki tujuan dari volume penjualan yang disebutkan oleh Swastha dan Irawan (2008:404) yaitu mencapai volume penjualan, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan perusahaan.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis melihat adanya peluang riset untuk meneliti perilaku kewirausahaan yang dimiliki para pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura. Sehingga, penulis tertarik untuk menjadikan variabel ini sebagai variabel independen dalam penelitian ini. Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan masukan bagi para pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura khususnya dalam meningkatkan volume penjualan yang sesuai dengan perilaku kewirausahaan yang sebagaimana mestinya. Oleh karena itu penulis membuat penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana variable diatas berpengaruh terhadap volume penjualan para pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura melalui penyebaran kuisisioner terhadap para pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura. Rata – rata para pedagang kuliner kaki lima berjualan dari jam sembilan pagi sampai jam sembilan malam, ada juga yang baru berjualan dari jam lima sore sampai jam sepuluh malam, sesuai dengan dagangan apa yang mereka jajakan. Oleh karena itu, perlu adanya kajian tentang perilaku wirausaha pedagang kaki lima di Jalan Raya Sukapura.

1.2 Rumusan Masalah

Usaha – usaha yang dijalankan para pedagang kuliner kaki lima ini pastinya memiliki beberapa masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku kewirausahaan pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura?
2. Bagaimana volume penjualan pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura?
3. Bagaimana pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap volume penjualan pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui perilaku kewirausahaan pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura.
2. Mengetahui volume penjualan pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura.
3. Mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap volume penjualan pedagang kuliner kaki lima di Jalan Raya Sukapura.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi pedagang kaki lima dalam rangka mengembangkan usahanya, khususnya dalam bidang kuliner untuk mengetahui bagaimana perilaku kewirausahaan yang berpengaruh pada volume penjualan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dibidang kewirausahaan khususnya yang berkaitan dengan perilaku kewirausahaan. Selain itu penelitian ini diharapkan sebagai bahan informasi bagi

yang ingin mempelajari kondisi pedagang kuliner kaki lima, sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menguraikan mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.