

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN PADA USAHA PENTOL BAKAR DI KECAMATAN KWANYAR BANGKALAN

Chendra Wijaya
Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Bangkalan
chendrawijaya998@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu, sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi dalam menarik minat konsumen pada usaha pentol bakar di kecamatan kwanyar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang diperoleh penulis berdasarkan data dari lapangan. peneliti harus mengolah kata sedemikian rupa, sehingga rangkaian kata-kata tersebut dapat memberikan kualitas pada penelitian kualitatif, akan tetapi kata-kata yang berkualitas bukan dilihat dilihat dari ketebalan fisik, namun dilihat dari seberapa besar kata-kata tersebut memberikan gambaran atau makna yang mendalam dengan observasi dan wawancara. Dari penjelasan responden yang menjawab dan diteliti maka peneliti menyimpulkan bahwa Peminat Usaha Pentol Bakar di Kecamatan Kwanyar sudah banyak konsumen tetap dalam pembelian setiap minggunya, dari beberapa daerahpun sudah banyak rata-rata peminat usaha pentol bakar, dan mempunyai waktu luang pada sore dan malam hari dimana konsumen ini berkeinginan untuk membeli baik secara individu ataupun kelompok (keluarga).

Kata Kunci: strategi pemasaran, minat konsumen, perilaku konsumen, usaha.

ABSTRACT

Marketing strategy is an effort to market a product, be it goods or services. By using a certain pattern of plans and tactics, so that the number of sales becomes higher in attracting consumer interest in the fuel pentol business in Kwanyar sub-district. This research is a qualitative research obtained by the author based on data from the field. Researchers must process words in such a way, so that the series of words can give quality to qualitative research, but quality words are not seen from physical thickness, but seen from how much the words provide a deep picture or meaning with observations and interviews. From the explanations of respondents who answered and researched, the researchers concluded that there are many consumers who are interested in the Burning Pentol Business in Kwanyar District who continue to buy every week, from several regions there are already many enthusiasts of the Burning Pentol business, and have free time in the afternoon and evening where These consumers are willing to buy either individually or in groups (families).

Keywords: marketing strategy, consumer interest, consumer behavior, business.

PENDAHULUAN

Dalam menjalankan kativitas perekonomian sekarang ini terdapat banyak persaingan diantara dunia usaha yang semakin berkembang dengan sangat pesatnya. Bisnis dengan segala bentuknya tanpa kita sadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas serta kegiatan kita setiap harinya. Bisnis juga harus dianggap sebagai belajar agar apabila gagal tetap akan terus berbisnis hingga berhasil, menurut kutipan (Suhardi, 2011). Peluang berhubungan dengan prospek usaha dalam menghadapi persaingan antar kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan permintaan. Istilah prospek ialah harapan atau peluang. Perlu kesiapan untuk menangkap peluang usaha, yaitu secara mental dan sikap, misal mental negatif thingking dan ragu. (Suhardi, 2011).

Dengan demikian prospek merupakan kondisi yang akan dihadapi oleh suatu usaha di masa yang akan datang untuk melihat perkembangan usaha yang dijalankan dapat meningkatkan profit atau bahkan mengalami kebangkrutan. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai peluang dan ancaman yang dihadapi, karena perkembangan usaha yang sangat pesat dalam masyarakat terutama yang paling banyak pada saat ini adalah usaha makanan. Usaha makanan didefinisikan sebagai salah satu jenis usaha yang dilakukan oleh seseorang yang bergerak di bidang makanan. Usaha makanan tergolong bisnis yang mudah dilakukan karena hanya menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman.

Pentol bakar adalah salah satu usaha yang sangat diminati oleh orang-saat ini, dan juga merupakan makanan jajanan yang sangat enak dan bergizi. Pentol merupakan salah usaha yang cukup populer dan banyak digemari terutama anak anak. Pentol dijual per biji atau ditusuk dan dimakan dengan menggunakan saos dan sambal kacang. Beberapa daerah sering menyebut jenis janjanaan yang digemari anak anak dengan sebutan cilok (aci dicolok) banyak dijual pedagang kaki lima. Menjadi sangat ramai ketika saat istirahat atau makan siang ketika anak-anak jajan. Tak hanya anak-anak pentol bakar pun digemari orang dewasa.

Berdasarkan uraian di atas penulis merasa perlu dan berkeinginan untuk mengadakan penelitian tentang usaha pentol bakar yang telah berkembang di Kota Bangkalan Kecamatan Kwanyar karna dalam dunia perdagangan sekarang semakin pesat khususnya dalam hal makanan siap saji bahkan dalam nama dan pengolahan makanan dengan suatu hal yang unik sehingga banyak orang-orang penasaran dengan makanan tersebut sehingga banyak menarik minat konsumen dalam membeli makanan yang baru didengar, maka penulis tertarik

KAJIAN PUSTAKA

Usaha/Bisnis

Usaha atau bisnis adalah kegiatan individu seseorang yang mana terorganisir, atau bisa dikatakan terorganisasi oleh serangkaian individu untuk menghasilkan suatu produk atau barang untuk dijual pada konsumen, serta menjual barang maupun jasa yang ditujukan guna untuk mendapatkan keuntungan atau hasil dan disamping itu ditujukan guna untuk memenuhi kebutuhan bermasyarakat. (Hughes dan Kapoor, 2021) Mendirikan suatu usaha akan memberikan berbagai manfaat atau keuntungan terutama bagi pemilik usaha. Disamping itu, keuntungan dan manfaat lain dapat pula dipetik oleh berbagai pihak dengan kehadiran suatu usaha tersebut. Misalnya bagi masyarakat luas, baik yang terlibat langsung dalam usaha maupun yang tinggal disekitar usaha, termasuk bagi pemerintah.

Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu, sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran mempunyai peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena

berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Adapun fungsi strategi pemasaran (Suryati, 2015), yaitu antara lain: meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan, koordinasi pemasaran yang lebih efektif, serta pengawasan kegiatan pemasaran. Sedangkan proses strategi pemasarannya adalah banyak hal, di *marketing* menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan / nasabah adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan *marketing strategy*.

Oleh karena itu, kegiatan pemasaran memiliki cakupan yang cukup luas. Shimp (2003), Malhotra (2010), dan Jamaludin, dkk (2015) mengemukakan beberapa fakta yang menunjukkan hal tersebut, yaitu antara lain:

1. Melibatkan berbagai pihak;
2. Melibatkan fungsi manajerial;
3. Yang dipasarkan tidak hanya barang, tetapi produk dalam arti luas termasuk gagasan, jasa, informasi, dan pengalaman; serta
4. Sasaran yang ingin dicapai adalah kepuasan pihak-pihak yang terlibat dalam pertukaran.

Dalam memahami fungsi pemasaran, perlu kita memahami serangkaian konsep inti dalam pemasaran (Saleh dan Miah, 2019) dan (Sudaryono, 2016). Beberapa konsep inti dalam pemasaran, yaitu antara lain:

1. **Kebutuhan, keinginan, dan permintaan**
Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia, kebutuhan akan menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu. Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayar.
2. **Penawaran dan merk**
Penawaran dapat berupa suatu kombinasi produk, jasa, informasi, dan pengalaman. Sedangkan, merk adalah suatu penawaran dari sumber yang diketahui.
3. **Nilai dan kepuasan**
Nilai mencerminkan sejumlah manfaat baik yang berwujud maupun tidak berwujud, dan biaya yang dipersiapkan oleh pelanggan. Kepuasan akan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi.
4. **Saluran pemasaran**
Untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan 3 jenis saluran pemasaran, yaitu antara lain: saluran komunikasi, distribusi, dan layanan.
5. **Rantai pasokan (*supply chain*)**
Saluran yang membentang dari bahan mentah sampai dengan produk akhir didistribusikan ke pembeli akhir.
6. **Lingkungan pemasaran**
Terdiri dari lingkungan tugas (perusahaan, pemasok, distributor, *dealer*, dan pelanggan sasaran), serta lingkungan demografis (lingkungan ekonomi, fisik, teknologi, politik, hukum, dan sosial budaya).
Merumuskan strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis Suryani (2008), dan Suryani (2015), serta Wibowo, dkk (2015). Ketiga strategi tersebut merupakan kunci sukses di dalam manajemen pemasaran, yaitu antara lain:

1. **Strategi segmentasi pasar**
Suatu proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik maupun perilaku yang membutuhkan bauran produk dan pemasaran tersendiri.
2. **Strategi penentuan pasar**
Pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani suatu segmen tunggal. Jika terbukti berhasil, maka produsen akan menambah segmen dan kemudian memperluas secara vertikal ataupun horizontal. Dalam menelaah pasar sasaran

harus mengevaluasi dengan menelaah tiga faktor, yaitu antara lain: ukuran dan pertumbuhan segmen, kemenarikan struktural segmen, serta sasaran dan sumber daya.

3. Strategi penentuan pasar sasaran

Penentuan posisi pasar (*positioning*) merupakan strategi untuk merebut posisi di benak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan? Menurut Kotler, *positioning* adalah aktivitas mendesain citra dan memposisikan diri di benak konsumen. perusahaan di benak pelanggan.

Dalam manajemen pemasaran dapat dikelompokkan menjadi 4 aspek yang sering dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dan Kaharu dan Budiarti (2016) menjelaskan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan dengan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut "4P", yaitu antara lain:

1. *Product* (Produk)

Kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk, yaitu antara lain: ragam produk, kualitas, desain, fitur, nama merk, kemasan, serta layanan.

2. *Price* (Harga)

Jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu.

3. *Place* (Tempat)

Meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi adalah angkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

4. *Promotion* (Promosi)

Aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Definisi promosi menurut Kotler (2008) adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut.

Minat Beli Konsumen

Adanya minat terhadap objek sesuatu yang dipelajari itu akan mendorong orang untuk mempelajari sesuatu dan mencapai hasil belajar yang maksimal. (Menurut Nyanyu, 2014: 59), Minat pembelian itu sebagai rasa tertarik seseorang yang menimbulkan suatu dorongan untuk membeli produk tertentu. Minat beli konsumen juga merupakan inisiatif atau keinginan responden dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu barang atau produk. Menurut Sukardi (Susanto, 2013: 56),

Seseorang mempunyai keinginan untuk membeli dan akan menunjukkan perhatian serta rasa tertarik terhadap produk tersebut. Minat membeli ini akan diikuti dengan suatu tindakan yang berupa perilaku membeli. Minat adalah suatu kondisi yang terjadi pada diri seseorang apabila orang tersebut melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang berhubungan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Sardiman (Susanto, 2013)

Perilaku Konsumen

Suatu kegiatan yang sangat erat kaitannya dengan proses pembelian suatu barang dan jasa, karena perilaku konsumen sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh individu secara langsung terlibat dalam usaha dalam memperoleh dan menggunakan barang dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakannya tersebut.

Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain

secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Maleong, 2014). Penelitian skripsi ini penulis menggunakan penelitian lapangan yaitu penelitian secara rinci satu subyek tunggal, satu kumpulan dokumen, atau satu kejadian tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang diperoleh penulis berdasarkan data dari lapangan. peneliti harus mengolah kata sedemikian rupa, sehingga rangkaian kata-kata tersebut dapat memberikan kualitas pada penelitian kualitatif, akan tetapi kata-kata yang berkualitas bukan dilihat dilihat dari ketebalan fisik, namun dilihat dari seberapa besar kata-kata tersebut memberikan gambaran atau makna yang mendalam (Sugiyono, 2014)

Pada hakikatnya penelitian kualitatif merupakan satu kegiatan sistematis untuk menemukan teori dari lapangan, bukan untuk menguji teori atau hipotesis. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapat kandata yang mendalam dan mengandung makna. Makna pada penelitian kualitatif adalah data yang sebenarnya, dimana makna ini mengandung nilai dibalik data yang tampak. Dalam memandang realitas, gejala atau obyek yang diteliti adaperbedaan antara penelitian kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Realitas dalam penelitian kualitatif tidak hanya yang tampak (teramati), tetapi sampai dibalik yang tampak tersebut.

Karakteristik penelitian kualitatif yakni dilakukan pada kondisi yangalamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen), langsung ke sumber data danpeneliti adalah instrumen kunci, penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentukk ata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka, penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses dari pada produk atau *outcome*, penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif, penelitian kualitatif lebih menekankan makna.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini bersifat deskriptif analitik dengan menjelaskan data yang ada di lapangan dan sekaligus peneliti memberikan penilaian terhadap Usaha Pentol Bakar Kwanyar. Dari pengolahan data penelitian akan dapat diketahui Objeknya dilakukan pada usaha Pentol Bakar Kwanyar.

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian pada Usaha Pentol Bakar ini beralamatkan di Jl.Sunan Cendana (Depan Pasar Kwanyar), Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan Madura. Dan waktu penelitian pada Tanggal 20 Maret 2022.

Data Dan Sumber Data

1. Data Penelitian

Data yang dipergunakan dalam pelitian ini berkaitan tentang:

- a) Proses produksi usaha Pentol Bakar
- b) Proses pemasaran usaha Pentol Bakar.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primera dalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya data primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Informasi dari pemilik usaha Pentol Bakar
- b. Informasi dari karyawan usaha Pentol Bakar
- c. Informasi dari konsumen usaha Pentol Bakar

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi,buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek yangditeliti pada penelitian ini. Pada penelitian ini sumber data sekunder yang dipakai adalah sumber tertulis seperti buku yang berhubungan dengan penelitian usaha, dan penelitian

terdahulu tentang etika bisnis Islam yang didapat dari studi kepustakaan.

Teknik Pengumpulan Data

Inti dari teknis pengumpulan data penelitian kualitatif adalah observasi mendalam, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

1) Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Sudaryono, 2017). Peneliti menggunakan teknik ini karena memungkinkan bagi peneliti untuk melihat dan mengamati sendiri fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan dan memudahkannya dalam bentuk tulisan. Untuk itu peneliti terjun langsung kelapangan untuk meneliti bagaimana pemasaran atau penjualan Usaha Pentol Bakar Kwanyar, peneliti hadir dalam tempat produksi dan juga tempat penjualan / usaha tersebut untuk memperoleh data yang akurat dan konkret juga untuk mempelajari lebih dalam.

2) Wawancara

Interview atau wawancara merupakan salah satu bentuk Teknik pengumpulan data yang dilaksanakan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual maupun kelompok (Sudaryono, 2017). Wawancara mendalam atau in depth interview memiliki posisi yang penting dan strategis dalam penelitian kualitatif. Hampir semua penelitian kualitatif di semua bidang dilakukan dengan wawancara.

Teknik Analisis Data

Peneliti melakukan teknik pengumpulan data yang didapatkan dalam pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis yang dilakukan selama di lapangan dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Reduksi Data

Saat meneliti, peneliti melakukan reduksi data dengan memilih hal yang penting sesuai dengan fokus penelitian. Menggolongkan data yang penting sesuai dengan fokus penelitian. Menggolongkan data penting sehingga memberikan gambaran yang akurat dari hasil penelitian. Peneliti mereduksi data sesuai dengan hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi yang akan di analisis

2. Penyajian Data

Penyajian akan dilakukan setelah reduksi data yang telah diperoleh. Data yang telah diperoleh kemudian disusun dalam bentuk bagan, maupun uraian sehingga menghasilkan gambaran yang jelas sehingga peneliti mampu mendapatkan data.

3. Penarikan Kesimpulan / verifikasi

Peneliti melakukan kesimpulan dengan cara mencari makna setiap ganjalan atau presentasi yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan. Kesimpulan dalam bentuk kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Dapat diperoleh dalam bentuk deskripsi, atau dijelaskan dalam objek tertentu. Mengambil data yang telah diperoleh dan membuat suatu teori baru yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Deskripsi Data Hasil Penelitian

Wawancara dilaksanakan dengan menggunakan teknik purposive terhadap 6 (enam) orang narasumber yang dilakukan di tempat pembelian pentol bakar di Kecamatan Kwanyar Bangkalan, narasumber yang berhasil diwawancarai secara intensif dengan menggunakan nama, yaitu :

No	Nama	Keterangan
1	Umar Syahid	Kuliah (UNESA)
2	Husnan	Kuliah (STIBADA Surabaya)
3	Ismail Yunus	Bekerja (Pabrik Sepatu)
4	Siti Islamiyah	Ibu Rumah Tangga
5	Nur Jannah	Ibu Rumah Tangga

6	M. Yusuf	Buruh Tani
---	----------	------------

Tabel 1.4 nama narasumber peneliti

Wawancara dengan narasumber tersebut dilaksanakan pada Hari Minggu, 20 Maret 2022. Data yang tidak terungkap melalui wawancara, dilengkapi dengan hasil data observasi langsung secara partisipatif yang dilakukan dengan rentang waktu pada hari berikutnya dengan jarak paling lama satu minggu.

Untuk memperkuat substansi data hasil wawancara dan observasi, maka dilakukan penelusuran dan arsip yang ada. Semua data hasil penelitian ini diuraikan berdasarkan fokus pada pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut :

Pertanyaan :

Apakah dengan adanya usaha pentol bakar ini dapat menarik lebih banyak konsumen dari pada usaha pentol biasa ?

Responden :

- 1 : menurut saya usaha pentol bakar ini suatu hal unik yang saya temui mas biasanya pentol itu dimasak dikompor, ini di bakar ya jadi banyak peminat dalam membeli pentol bakar ini.
- 2 : Iya karena selain murah juga enak mas buat camilan apalagi pas lagi hujan dimakan bersama keluarga.
- 3 : Saya lihat ya mas setiap hari banyak peminat usaha pentol bakar ini dan insyaallah mampu bersaing dengan usaha pentol biasanya itu.
- 4 : Iya banyak peminatnya mas karna selain pentolnya yang enak juga bumbunya bikin nagih dari pada pentol biasa yang di masak dikompor.
- 5 : Tentu banyak yang suka mas dan peminatnya banyak seperti pentol biasanya itu dan tentunya dapat bersaing.
- 6 : Inshaallah banyak peminat karna ini suatu hal yang baru, dan rasanya pun lumayan enak dan baunya juga seperti sate.

Pertanyaan :

Bagaimana pendapat anda dengan adanya usaha pentol bakar ini apa harganya terjangkau dan murah seperti usaha pentol biasa?

Responden :

- 1 : menurut saya sangat murah mas dengan keadaan ekonomi yang sekarang, biasanya lima ribu tidak dapat beli camilan yang se enak ini, bikin nagih harga murah dapat tiga tusuk dalam satu tusuk ada empat pentol, pokoknya menurut saya murah
- 2 : pentol bakar ini murah selain enak dan nikmat juga bikin nagih ingin beli lagi dan lagi mas.
- 3 : sangat murah seperti pentol biasanya yang ada itu, mungkin karena terbuat dari daging ayam se mas dan cara memasaknya yang sangat baik.
- 4 : sangat terjangkau dan murah seperti pentol biasanya orang lain jual di bergai tempat.
- 5 : usaha pentol bakar ini menurut saya selain harga yang murah juga tidak terlalu banyak modal dan insyaallah cukup menguntungkan dalam sekali jualan dilihat dari banyak konsumen atau pembeli setiap hari
- 6 : murah mas, bahkan keluarga saya (adek) setiap malam ngajak beli pentol bakar ini kesini.

Pertanyaan :

Mengapa anda lebih suka pentol bakar dari pada camilan lainnya yang ada di Kecamatan Kwanyar ini ?

Responden :

- 1 : karna bumbunya yang sedap seperti bumbu sate juga pentolnya yang enak juga banyak se.
- 2 : ya kalau yang lainnya sama suka tapi semenjak ada pentol bakar ini kayak ketagihan gitu dengan rasanya.
- 3 : karna sebelum adanya pentol bakar ini saya sering beli pentol biasa jadi setelah coba pentol bakar ada rasa beda walau tanpa bumbu juga enak mas menurut saya.
- 4 : sama-sama suka cuman perbedaannya di resep dalam bumbunya saja menurut saya.
- 5 : kalau camilan yang biasanya seperti gorengan yang dijual disekitar ini juga banyak yang suka yaa tergantung selera masing-masing, kalo saya juga suka pentol bakar dan camilan lainnya.

6 : iya suka saja, karna kalau camilan lainnya karna sudah biasa makan.

Pertanyaan :

Kapan biasanya anda sering membeli pentol bakar di Kecamatan Kwanyar ini ?

Responden :

1 : kalau saya tergantung teman yang ngajak biasanya paling yaa sore hari, itupun terkadang harus ngantri juga mas.

2 : biasanya yaa setelah magrib mas ya karna yang bikin lapar itu malam hari kadang, hanya itu mas

3 : kalau saya biasanya sore mas ya kadang malemnya

4 : tergantung kalo lagi males makan kadang jam sembilan kesini mas beli buat dimakan sama nasi.

5 : saya dua hari sekali biasanya walau hanya beli lima ribu mas ya karena ada keluarga yang ngajak juga

6 : saya hanya tergantung adek yaa kebanyakan sore hari setelah asyar.

Pembahasan.

Dari hasil wawancara yang sudah terlaksana dalam pengambilan data tersebut maka akan kami bahas kesimpulan-kesimpulan dari setiap responden yang menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah diajukan karena setiap satu pertanyaan ada enam responden yang mewakili beberapa orang pembeli atau konsumen terhadap minat usaha pentol bakar di Kecamatan Kwanyar.

Adapun pembahasannya sebagai berikut :

1. Apakah dengan adanya usaha pentol bakar ini dapat menarik lebih banyak konsumen dari pada usaha pentol biasa ?

Dari pertanyaan tersebut responden menyatakan bahwa pentol bakar ini suatu temuan baru atau ide baru dan termasuk hal unik, yang biasanya pentol itu dimasak sambil keliling oleh pedagang kaki lima, ini pentol dibakar jadi peminatnya atau rasa penasaran ingin merasakan oleh orang-orang sangat banyak.

Selain itu pentol bakar ini murah dan bisa dibuat camilan bersama keluarga dan teman-temannya juga bisa dibuat sebagai penganjil ketika lapar. Peminat dalam usaha pentol bakar ini banyak selain itu juga bisa bersaing dengan pedagang-pedagang pentol lainnya karena ini merupakan hal yang baru ada yang ditemui oleh masyarakat khususnya di Kecamatan Kwanyar. Karena masyarakat membutuhkan hal-hal ide baru untuk kemajuan dalam bisnis dan perdangan pada khususnya pedagang yang ada di Kwanyar ini.

Dan salah satu responden ada yang menyatakan bahwa peminat usaha pentol bakar ini sudah banyak bahkan banyak dari daerah lain penasaran dan membeli pentol bakar, selain murah dan enak juga bumbunya yang sangat menggoda seperti bumbu sate baunya harum ketika di bakar.

Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwa usaha pentol bakar di Kecamatan Kwanyar rata-rata banyak peminatnya bahkan dari daerah lain sebagai konsumen tetap setiap minggunya baik membeli secara individu atau kelompok.

2. Bagaimana pendapat anda dengan adanya usaha pentol bakar ini apa harganya terjangkau dan murah seperti usaha pentol biasa?

Dari pertanyaan tersebut dijelaskan bahwa responden menyatakan usaha pentol bakar ini murah karena keadaan ekonomi yang sekarang uang lima ribu itu sedikit dan tidak bisa membeli camilan-camilan yang lain karena terlalu mahal, dengan adanya pentol bakar ini orang-orang banyak yang ketagihan karena murah dan juga dapat banyak yaitu dalam lima ribu dapat tiga tusuk dalam satu tusuk itu tepat empat pentol.

Responden lainnya juga menyatakan bahwa pentol bakar ini murah sama seperti pentol biasanya yang dimasak dengan cara keliling atau pedagang kaki lima, karena pentol bakar ini terbuat dari daging ayam sehingga modal tidak terlalu banyak dan untung banyak dalam sekali jual dilihat dari banyaknya konsumen dan pelanggan setiap hari.

3. Mengapa anda lebih suka pentol bakar dari pada camilan lainnya yang ada di Kecamatan Kwanyar ini ?

Dari hasil wawancara pada pertanyaan yang ketiga ini responden menjelaskan bahwa selain bumbu tersebut sama seperti bumbu sate madura biasanya juga karena murah dan dapat banyak, bahkan dengan memakai bumbu sate itu lebih menarik banyak konsumen atau pembeli, rasa yang memuaskan bikin orang ketagihan dalam setiap harinya.

Sebelum adanya pentol bakar ini orang-orang banyak peminat dengan pentol biasa yang terbuat dari tepung yang dimasak, maka sejak adanya ide baru bahkan sekarang di you tube juga banyak yang menampilkan usaha pentol bakar, sehingga sekarang disetiap kecamatan banyak yang menjual bahkan ada cabang didaerah lainnya.

4. Kapan biasanya anda saring membeli pentol bakar di Kecamatan Kwanyar ini ?

Dari pertanyaan tersebut dijelaskan bahwa ada berbagai macam jawaban yang berbeda tergantung mereka yang ingin membeli dikarenakan penjual pentol bakar tersebut menjual mulai dari pagi hari sampai malam hari, sehingga konsumen tidak khawatir apabila mereka ingin membeli kapanpun.

Dan juga pengusaha pentol bakar tersebut menyediakan stok pentol banyak sehingga orang yang ingin membeli tidak pernah pulang dalam keadaan kosong atau kecewa, diantara responden menjelaskan bahwa dalam membeli pentol bakar tersebut banyak di sore hari, karena pada waktu pagi dan siang mereka bekerja sehingga waktu luang bagi anak dan keluarga yang ingin membeli pentol bakar tersebut pada sore hari dan malam hari.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Minat konsumen di masyarakat yaitu keinginan dalam pembelian dan penggunaan barang dan jasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam menjalankan kehidupan memang memerlukan suatu konsumsi seperti sandang, pangan, dan papan, terutama seperti zaman modern saat ini yang mana tingkat konsumsi di masyarakat semakin meningkat. Terutama dari tingkat penghasilan yang mereka dapatkan, makin tinggi penghasilan maka makin tinggi pula tingkat konsumsi yang dilakukan. Dari tingginya penghasilan masyarakat, cenderung lebih banyak melakukan konsumsi dengan membelanjakan kebutuhan pokok di pasar untuk menambah kebutuhan penjualan dari banyaknya minat konsumen untuk mengembangkan usahanya.

Inti dari penjelasan diatas mengenai usaha pentol bakar peneliti menjelaskan teknis pengumpulan data penelitian kualitatif adalah observasi mendalam, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara dilaksanakan dengan menggunakan teknik purposive terhadap 6 (enam) orang narasumber yang dilakukan di tempat pembelian pentol bakar di Kecamatan Kwanyar Bangkalan, narasumber yang berhasil diwawancarai secara intensif dengan menggunakan nama, yaitu :

Wawancara dengan narasumber tersebut dilaksanakan pada Hari Minggu, 20 Maret 2022. Data yang tidak terungkap melalau wawancara, dilengkapi dengan hasil data observasi langsung secara partisipatif. Responden menyatakan bahwa pentol bakar ini suatu temuan baru atau ide baru dan termasuk hal unik, yang biasanya pentol itu dimasak sambil keliling oleh pedagang kaki lima, ini pentol dibakar jadi peminatnya atau rasa penasaran ingin merasakan oleh orang-orang sangat banyak. Karena masyarakat membutuhkan hal-hal ide baru untuk kemajuan dalam bisnis dan perdangan pada khususnya pedagang yang ada di Kwanyar ini. Dan salah satu responden ada yang menyatakan bahwa peminat usaha pentol bakar ini sudah banyak bahkan banyak dari daerah lain penasaran dan membeli pentol bakar, selain murah dan enak juga bumbunya yang sangat menggoda seperti bumbu sate baunya harum ketika di bakar.

Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwa usaha pentol bakar di Kecamatan Kwanyar rata-rata banyak peminatnya bahkan dari daerah lain sebagai konsumen tetap setiap minggunya. Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwa Peminat Usaha Pentol Bakar di Kecamatan Kwanyar sudah banyak konsumen tetap dalam pembelian setiap minggunya, dari beberapa daerahpun sudah banyak

rata-rata peminat usaha pentol bakar mempunyai waktu luang pada sore dan malam hari dimana konsumen ini berkeinginan untuk membeli baik secara individu ataupun kelompok (keluarga).

Saran

1. Dalam dunia usaha tentunya banyak hal dan tantangan terutama dalam hal persaingan maka peneliti menyarankan agar bersaing dengan secara sehat tanpa melibatkan sesuatu yang tidak diinginkan.
2. Peneliti menyarankan lebih dikembangkan lagi dalam usaha tersebut yaitu dengan membuka cabang didaerah yang belum ada usaha pentol bakar.
3. Peneliti menyarankan untuk mencari tempat yang strategis serta aman dalam bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Pedoman Skripsi Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan.

A14070057 Usaha pembuatan dan Komersialisasi Bakso Sayur Rendah Kolesterol

Agus Setiawan, Baca Kilat. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2011

Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si Amirullah, SE., M.M, METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif

Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, kewirausahaan, Galia Indonesia, 2011

<File:///H:/Baru/Skripsi%20dian%20puji%20astuti.Pdf>

<https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli-beserta-unsur-unsurnya>

<https://m.merdeka.com/jabar/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli-dari-tujuan-hingga-jenisnya-kl.html>

Akhmad, Faisol (2016). Pengaruh Budaya, Harga, Dan Lokasi Terhadap MinatBelanja Konsumen Di Pasar Sopyono. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. 5(2), 1-15.

Abdul, Latief (2018). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. 7(1), 1-10.