BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Dagang Bakso dan Kedai Bakso

Dagang bakso keliling dan kedai bakso merupakan usaha kecil dalam bidang pengolahan daging yang disajikan sebagai jajanan/makanan sebagai pengganti makanan pokok (nasi) yang dilakukan oleh perorangan maupun sekelompok orang. Usaha bakso dikenal sebagai usaha yang sudah menjamur di belahan Negara Indonesia sebagai usaha untuk menunjang perekonomian keluarga khususnya.

Awal mula usaha dagang bakso keliling dan kedai bakso ini didirikan adalah atas dasar untuk mencukupi kebutuhan keluarga, didirikan sejak tahun 1994 sampai sekarang oleh bapak Katimin, dengan menggunakan sistem penjualan keliling dan dibantu 5 orang rekan kerja yakni : Bapak Sumidi, Bapak Sajuri, Bapak Parni, Bapak Tukani dan Bapak Suparji. Setelah usaha dagang bakso keliling yang dilakukan selama bertahun-tahun maka pengembangan usaha dagang memerlukan ekspan dalam bentuk adanya sebuahh bangunan kedai bakso.

Kedai bakso ini menggunakan sistem penjualan prasmanan dimana semua jenis produk yang disajikan diberi nilai harga masing-masing dan beberapa instrumen tambahan dibebas nilai hargakan (gratis). Konsumen memiliki hak kebebasan dalam menentukan porsinya masing-masing mulai banyak sedikitnya produk yang dimakan. Selain itu tingkat

kebebasan dalam menentukan selera kepuasan konsumen diukur berdasarkan kepuasan konsumen itu sendiri.

2. Profil Bakso Keliling dan Kedai Bakso

Kecamatan Ngunut merupakan salah satu dari 19 kecamatan yang ada di Kabupatean Tulungagung. Terletak dikawasan ujung paling timur yaitu dua kecamatan paling timur perbatasan kabupaten Tulungagung dan kabupaten Blitar. Kecamatan Ngunut terletak pada garis lintang 8º 6' 21" S dan garis bujur 112º 0' 57" E. Adapun batas-batas administratif kecamatan Ngunut adalah:

Sebelah Utara : Sungai Perbatasan Kabupaten Blitar

Sebelah Timur : Kecamatan Rejotangan

Sebelah Selatan : Kecamatan Rejotangan

Sebelah Barat : Kecamatan Sumbergempol

Profil bakso keliling dan kedai bakso belokasi di Jl. Adil Lk. 10 Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur. Sebelah utara dan barat dari pasar Ngunut sebelah timur Sawunggaling Cell Ngunut. Luas bangunan 20x10 m^2 satu lantai dengan bangunan arsitektur tradisional dan mempunyai 9 orang karyawan.

Dagang bakso keliling dan kedai bakso tersebut memiliki cabang usaha di Desa Selorejo Kecamatan Ngunut dengan desain usaha yang sama dan luas bangunan tidak jauh berbeda.

3. **Profil Kabupaten Tulungagung**

Kabupaten Tulungagung merupakan satu dari 38 Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur, yang terletak di kawasan selatan Jawa Timur yaitu ±161,3 Km sebelah barat daya dari Kota Surabaya sebagai Ibukota Provinsi Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan Samudra Hindia. Kabupaten Tulungagung terletak pada garis lintang 8º 10’ 45” S

4. **Karakteristik Dagang Bakso Keliling dan Kedai Bakso**

Usaha dagang bakso keliling dan kedai bakso adalah satu kesatuan usaha mikro perorangan yang menggunakan sistem pengelolaan sederhana tanpa menggunakan teknik administratif formal seperti kegiatan lembaga formal umumnya, akan tetapi lebih cenderung mengutakan usaha kecil pada umunya seperti faktor kebersihan, pelayanan yang cepat, kenyamanan tempat makan, tempat beirbadah umat islam, toilet kebebasan dalam memilih selera produk serta harga ekonomis.

Usaha dagang bakso keliling dan kedai bakso yang menerapkan usaha kedai dan keliling tentunya sangat cukup dalam meningkatkan bertambahnya konsumen, sistem keliling digunakan sebagai objek pemasaran kepada konsumen baru dengan mengenalkan produknya ke masyarakat dan kedai sebagai tempat eksposisi produk dagang dalam tempat dagang paten. Adapun fasilitas dan pengelolaan ketenagakerjaan usaha dagang bakso keliling dan kedai bakso dalam upaya meningkatkan pendapatanya adalah sebagai berikut:

a. Lokasi usaha

Lokasi usaha merupakan tempat yang digunakan untuk kegiatan usaha. Tempat ini sangat efektif dan strategis karena tidak berada ditepi jalan raya atau jalur antar kabupaten. Disisi lain jauh dari kebisingan kendaraan bermotor dan tingkat polusi udara yang rendah. Selain itu jalur ini merupakan jalur kedua bertemunya kendaraan bermotor baik mobil dan motor yang melintas dengan tujuan ketimur dan kebarat, serta dekat dengan toko ternama di kecamatan Ngunut yakni toko Pakaian dan aksesoris Mahkota.[1]

b. Mekanis Pelayanan

Usaha dagang bakso keliling dan kedai bakso merupakan usaha yang pengolaan penjualannya menggunakan sistem prasmanan, dimana pembeli mengambil bakso sendiri sesuai seleranya. Setelah mengambil bakso sesuai keinginannya pembeli memesan minuman dan sekaligus membayar dikasir terlebih dahulu untuk memudahkan pembayaran. Setelah membayar, pembeli duduk ditempat duduk dan segera cepat minuman diantarkan. Pelayanan yang cepat dan tepat membuat konsumen merasa puas karena merasa diperlakukan diperhatikan secara baik. Maka pembeli tidak bosan menunggu lama pesanan minum.[2]

---

[1] Wawancara dengan Bapak Katimin *Selaku Pemilik Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

[2] Wawancara dengan Bapak Katimin *Selaku Pemilik Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

c. Produk

Produk merupakan olahan pokok yang wajib diperhatikan pada bagian produksi atas kepuasan pembeli. Untuk memudahkan pembaca, penulis akan merepresentasikan beberapa jenis produk beserta harga dalam bentuk tabel. Produk yang disediakan pada usaha dagang bakso keliling dan kedai bakso adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Daftar Harga Bakso

No	Nama	Harga
1	Pentol Jumbo	Rp. 5.000.00
2	Pentol Tanggung	Rp. 3.000.00
3	Goreng Panjang	Rp. 1.000.00
4	Goreng Mekar	Rp. 1.000.00
5	Goreng Bulat	Rp. 1.000.00
6	Somay	Rp. 1.000.00
7	Tahu Kuning	Rp. 1.000.00
8	Tahu Putih	Rp. 1.000.00

Tabel 4.2

Daftar Harga Minuman

No	Nama	Harga
1	Es The	Rp. 3.000.00
2	Teh Panas	Rp. 2.000.00
3	Es Jeruk (Nutrisari)	Rp. 3.000.00
4	Es Beras Kencur	Rp. 3.000.00
5	Es Campur	Rp. 4.000.00
6	Nescafe Es/Panas	Rp. 3.000.00
7	The Sosro	Rp. 4.000.00
8	Tebs	Rp. 4.000.00
9	Air Mineral (Le Mineral)	Rp. 3.000.00

d. Toilet dan Mushola

Toilet digunakan untuk kebutuhan ganti pakaian, buang air kecil maupun besar bagi pembeli dan karyawan. Kebutuhan akan toilet dan mushola dianggap perlu karena satu kesatuan yang seringkali dibutuhkan masyarakat dalam keadaan bepergian.

e. Tempat Parkir

Tempat parkir dengan ukuran ¾ dari ukuran tempat makan dapat menampung kendaraan bermotor dengan jumlah 25 motor. Sedangkan untuk kendaraan mobil diparkirkan di bahu jalan.

f. Meja dan Kursi

Meja dan kursi digunakan untuk duduk dan makan bakso. Dengan ukuran 4x2 m maka cukup menampung 6 orang.

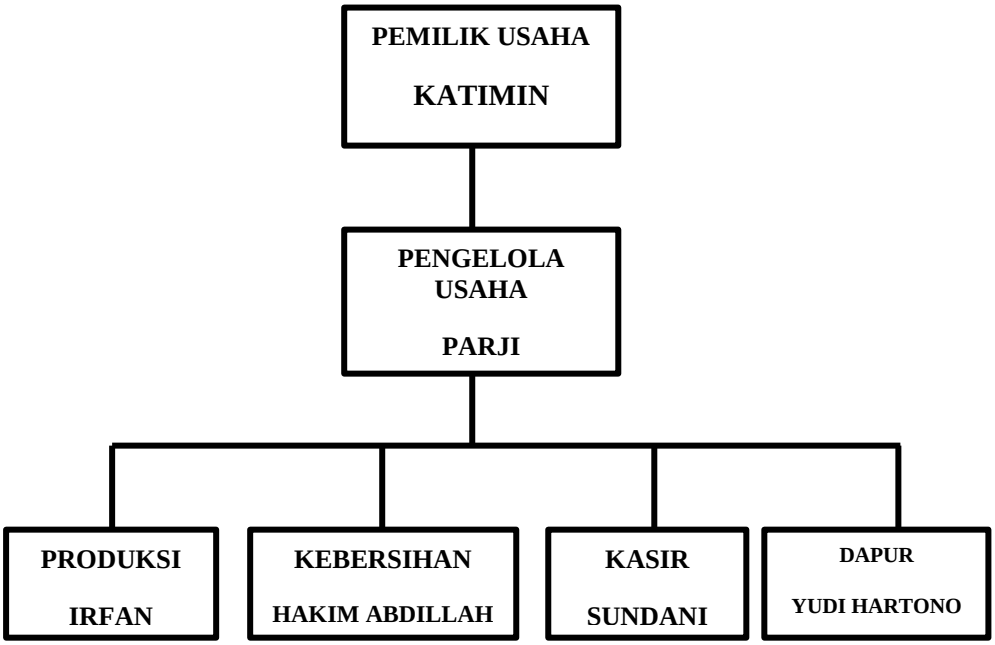
5. Struktur Kepegawaian Usaha

Usaha dagang bakso keliling dan kedai bakso memiliki struktur kepegawaian usaha dengan tujuan memudahkan proses produksi sampai tugas setiap karyawan. Adapun struktur usaha terdiri dari:

a. Pemilik Usaha
b. Pengelola Usaha
c. Bagian Produksi
d. Bagian Kebersihan
e. Bagian Kasir
f. Bagian Dapur

Tabel 4.3

Struktur Kepegawaian Usaha Kedai Bakso



B. TEMUAN PENELITIAN

Dalam pembahasan ini peneliti akan mereprentasikan uraian hasil penelitian strategi pemasaran dagang bakso keliling dan kedai bakso dalam meningkatkan profitabilitas di pasar Ngunut Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam. Beberapa metode pendekatan strategi pemasaran yakni pendekatan *Marketing Mix* 4P. Pendekatan strategi pemasaran ini digunakan agar hasil penelitian mengacu pada teori ilmiah, fokus penelitian dan pedoman wawancara yang penelti buat dan pendiskripsian lebih spesifik.

1. Strategi Pemasaran

Dalam strategi pemasaran dagang bakso keliling dan kedai bakso dalam meningkatkan profitabilitas dengan studi kasus yang dilakukan di pasar Ngunut Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam menguraikan beberapa upaya-upaya strategi yaitu: a). Produk b). Harga c). Promosi d). Distribusi.

Strategi pemasaran adalah pedoman yang dijadikan dasar dalam melakukan kegiatan dalam bidang pemasaran mulai tahap perencanaan, tahap pengorganisasian, tahap eksekusi dan tahap pengontrolan/evaluasi sebuah produk hingga pendistribusian produk kepada komsumen yang berdampak pada penentuan sikap konsumen kepada organisasi bisnis kedepannya. Dalam strategi pemasaran pendekatan bauran pemasaran *(Marketing Mix)* digunakan dalam kegiatan pemasaran, kegiatan-kegiatan pemasaran ini dapat dikendalikan organisasi dengan penuh dan mempengaruhi reaksi pada konsumen.

Didalam strategi pemasaran *Marketing Mix* 4P terdapat 4 prinsip yang digunakan dakam pendekatannya yakni *Product, Price, Promotion, Place.* Dalam penjelasan-penjelasan teori dan kerangka berfikir sebelumnya dalam kegiatan penelitian peneliti akan menguraikan strategi pemasaran ini kedalam kegiatan dagang bakso keliling dan kedai bakso di Ngunut.

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan suatu jenis barang yang memiliki nilai sehingga dapat ditawarkan kepada konsumen dan pelanggan. Produk menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam keberlangsungan berjalannya setiap usaha dagang. Dengan adanya produk pelaku usaha dapat dikenal secara pasti oleh konsumen/pelanggan, sehingga produk memiliki peran dalam penilaian konsumen terhadap kualitas usaha perorangan maupun kelompok. Seperti halnya dengan dengan kedai bakso yang terletak di Lingkungan 10 desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung yang mendistribusikan produk dengan penyajian bakso daging sapi tanpa menggunakan campuran daging ayam maupun kambing, serta penyajian yang berbeda dengan kedai bakso lainnya yakni menggunakan model prasmanan.

Seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Suparji selaku pengelola dagang bakso keliling dan kedai bakso:

> “Saya dulu memulai usaha diajari oleh kakak saya Katimin, saya sebelum magrok (mendirikan kedai) jualan berkeliling. Bakso sekarang kurang greget kalau tidak menggunakan bahan daging sapi, dengan begini pelajarannya bahwa konsumen lebih suka mahal tapi enak daripada murah kurang memuaskan. Bakso

keliling itu fungsinya untuk menunjukkan ke orang-orang biar tau saja kalau kedai ini dulunya juga keliling, kalaupun dulu saya tidak keliling juga tidak punya pelanggan sekarang. Dulu waktu keliling juga pernah jualan dengan rute ke komplek lokalisasi, dibeli oleh wong mabok, kadang enek seng nakal ga gelem bayar."[3]

Ungkapan tersebut diperkuat oleh Bapak Hakim selaku karyawan dagang bakso keliling dan kedai bakso:

"Selama saya menjadi karyawan disini, saya melayani pelanggan dengan harapan pelanggan merasa terpuaskan dengan masakan bakso disini. Setiap pagi saya kepasar untuk berbelanja daging dan ke penyelipan daging, jadi saya tau kualitas daging yang dimasak. 25 kg daging mas untuk masak harian, meskipun kadang habis kadang tidak"[4]

Ungkapan serupa oleh Ibu Yulia Eka Sari selaku pengunjung:

"Setiap kali saya pulang dari kampus IAIN Tulungagung kerumah kademangan Blitar, saya sering mampir untuk menikmati bakso meskipun sering juga tutupnya. Terasa sekali pentolnya terbuat dari daging sapi, teksturnya kenyal, besar, cukup untuk mengganti nasi dan sesuai dengan harganya kalau menurut saya (ujar Ibu Yulia Eka Sari sambil menikmati bakso dikedai)."[5]

Pembahasan diatas sesuai yang disampaikan narasumber diatas bahwa sebelum penjualan sistem kedai bakso perlu adanya penjualan keliling untuk mendapatkan pelanggan. Hal ini tidak dipungkiri disetiap penjual bakso dimanapun, mengingat persaingan pasar dalam memikat pelanggan sangatlah susah. Serta pasar kuliner bakso diera modern membutuhkan ketanggapan inovatif yang tanggap dalam

---

[3] Wawancara dengan Bapak Suparji *Selaku Pengelola Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

[4] Wawancara dengan Bapak Hakim *Selaku Karyawan Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

[5] Wawancara dengan Ibu Yulia Eka Sari *Selaku Pengunjung Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 6 November 2019 Pukul 15.00 WIB

menentukan nilai harga, selain itu strategi untuk menarik kepuasan pelanggan

b. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memiliki produk yang diinginkan atau dibutuhkan. Harga juga merupakan petunjuk tentang nilai suatu produk bagi seseorang, dan pelanggan yang berbeda akan memberikan nilai yang berbeda pula untuk produk yang sama. Dari harga suatu produk yang ditetapkan makan konsumen secara tidak langsung bisa menilai kualitas dari produk tersebut. Dalam strategi penentuan harga perusahaan menetapkan harga secara regulatif dimana setiap produk dibedakan berdasarkan tingkat bahan produk serta nilai produk yang terkandung, seperti halnya pentol, somay, goreng bulat, goreng panjang, goreng mekar dan produk lainnya. Seperti halnya ungkapan Bapak Suparji selaku pengelola Bakso keliling dan Kedai bakso:

> "Harga setiap porsi disini dihitung dari setiap produk yang diambil oleh pembeli, karena disini menggunakan konsep prasmanan yang dimana pembeli dibebaskan mengambil produk sesuai selera, rata-rata pembeli menghabiskan Rp.15.000/orang. Sebagian pembeli yang meminta penjual untuk menghidangkan porsian dan disajikan Rp.10.000/porsi."[6]

Ungkapan Bapak Hakim selaku karyawan:

> *"Uakeh-uakeh e mas jukukane cah cilik-cilik seng mangan neng kene, malah cah cilik-cilik cah SD, SMP ngono iku senengane pentol jumbo. Meskipun kadang nganu mas jukuane pentol mikan".*

[6] Wawancara dengan Bapak Suparji *Selaku Pengelola Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

"(Anak-anak kecil porsinya banyak setiap makan bakso disini seperti anak SD, SMP, dan kebanyakan menyukai pentol jumbo. Meskipun yang diambil pentol saja".[7]

Ungkapan oleh Ibu Yulia Eka Sari selaku Pengunjung:

"Kalau saya sendiri dengan uang saku saya, menurut saya murah ya. Apalagi rasanya bakso sesuai dengan harganya, Rp. 15. 000 sudah kenyang. Ya meskipun kadang sering tidak kebagian tempat duduk ya baiklah mas pelayanannya".[8]

Pernyataan diatas menunjukan bahwa harga mempengaruhi setiap produk yang dijual. Setiap harga yang terbilang mahal dan murah pastinya konsumen akan puas ketika keduanya seimbang. Bagi pengunjung ibu Yulia Eka Sari bahwa kedai bakso memiliki pelayanan harga yang murah berdasarkan kelas menengah kebawah. Selain itu kedai bakso yang terletak di Ngunut mengelola harga disesuaikan dengan pasar konsumen, hal itu telah diungkapkan oleh bapak Suparji dan mendapat tanggapan dari ibu Yulia Eka Sari selaku pengunjung dengan sedemikian rupa.

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah kegiatan yang digunakan organisasi bisnis untuk menyampaikan atau memperkenalkan produk kepada konsumen dalam bentuk langsung maupun tidak langsung. Promosi dilakukan baik melalui periklanan maupun dengan terjun langsung, tujuannya untuk menginformasikan dan membujuk pelanggan.

---

[7] Wawancara dengan Bapak Hakim *Selaku Karyawan Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

[8] Wawancara dengan Ibu Yulia Eka Sari *Selaku Pengunjung Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 6 November 2019 Pukul 15.00 WIB

Dalam kegiatan promosi dagang bakso keliling dan kedai bakso memiliki beberapa metode yakni dengan melakukan penjualan bakso secara keliling untuk menginformasikan kepada konsumen. Hal ini dilakukan jauh sebelum menjalankan usaha kedai bakso. Seperti halnya penjelasan Bapak Suparji selaku pengelola usaha dagang bakso keliling dan kedai bakso:

> "Dulu sebelum mendirikan kedai bakso saya menjalankan usaha bakso keliling sekitar 10 tahun, tujuanku yo golek pelanggan. Istilah ini menjemput konsumen, setelah konsumen cukup tahu dan tertarik dengan baksoku ya sekarang gentian konsumen yang menghampiriku. Selain itu kadang dipertengahan bulan puasa sering mengadakan bagi takjil, jadi minuman sering gratis untuk menghormati dan bersyukur dengan adanya bulan ramadhan".[9]

Hasil wawancara dengan Bapak Hakim selaku karyawan:

> "Saya bekerja disini hampir 3 tahun, setahu saya memang setiap bulan puasa sering bagi-bagi takjil, selain itu juga banyak juga dulu yang jualan keliling. Jadi masyarakat banyak sedikitnya bias menikmati produk bakso tidak harus ditempat kedai saja".[10]

Ungkapan Ibu Kurnia Kumala selaku masyarakat sekitar dan konsumen:

> "Awalnya saya beli bakso ke bapak katimin itu waktu saya masih punya anak kecil, kuahnya enak buat makan si kecil, kan sering lewat depan rumah saya. Setelah itu mendirikan kedaai akhirnya saya lama tidak membeli bakso. Beli bakso pas lewat kepasar saja".[11]

---

[9] Wawancara dengan Bapak Suparji *Selaku Pengelola Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

[10] Wawancara dengan Bapak Hakim *Selaku Karyawan Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

[11] Wawancara dengan Ibu Kurnia Kumala *Selaku Konsumen Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 6 November 2019 Pukul 15.00 WIB

Dari penjelasan diatas menjelaskan bahwa strategi pemasaran khususnya promosi yang dilakukan pada dagang bakso keliling dan kedai bakso menggunakan teknik penjualan keliling. Seperti halnya yang di ungkapkan oleh bapak katimin bahwa beliau dulu dikenal konsumen karena berjualan yang lewat didepan rumahnya. Meskipun penjualan bakso ini lambat laun mengharuskan inovasi pemasaran namun strategi dagang keliling dan model prasmanan ini sudah mampu untuk menarik minat pengunjung agar berkesan dan merasa terpikat.

Beberapa tahun yang dilakukan dengan menjalankan model keliling dan juga prasmanan, konsumen cukup yakin bahwa bakso ini memang memiliki kualitas yang enak untuk dinikmati. Selain itu konsumen akan merasa puas karena ketika konsumen membutuhkan suasana lebih untuk porsinya maka kebanyakan konsumen datang ke kedai bakso, hal itu diungkapkan oleh bapak katimin.

d. *Place* (Distribusi)

Distribusi adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang sedang melakukan transaksi barang maupun jasa. Dalam konteks ini distribusi yang dimaksud lebih menjerumus ke strategi tempat usaha. Tempat usaha menjadi salah satu komponen untuk mencapai keberhasilan suatu usaha, tempat menjadi acuan penting bagi konsumen mulai dari faktor kebersihan, kenyamanan, serta tingkat keramaian jalan raya.

Seperti ungkapan Bapak Katimin selaku pemilik usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso:

> "Usaha kedai bakso ini sudah berpindah tempat tiga kali, pertama di utara kantor polisi utara rel kereta api, waktu itu pertama kali saya mulai usaha dalam model kedai bakso, waktu itu masih biasa saja, terus yang kedua sebelah baratnya lagi dekat SD itu, dan yang terakhir disini di timur sawunggaling ini dan ini yang paling ramai. Tempat yang membuat ramai pengunjung lebih tidak terlalu bising banget, tempat ini bukan jalur provinsi yang dilintasi kendaraan besar seperti bus itu engga, jadi konsumen menikmati bakso bias nyaman, terus lokasi ini bias di jangkau dari beberapa arah jadi saya rasa strategis mas".[12]

Ungkapan tersebut diperkuat oleh Bapak Suparji selaku pengelola usaha dagang Bakso Keliling dan Kedai Bakso:

> "begini mas, saya juga melihat konsumen yang sedemikian rupa konsumen lebih merasa terpuaskan sekarang, soalnya lebih luas juga tempatnya dari sebelumnya. Kalo suasana panas itu sudah biasa.[13]

Hasil wawancara dengan Ibu Ernawati selaku pengunjung bakso keliling dan kedai bakso:

> "nyaman mas tempatnya, cuman panas aja kalo pas siang hari kaya aku mampir pas istirahat kerja gini, kalo aku saran ditambahin kipas anginnya biar mendingan panasnya. Kalo malam hari hari gitu engga panas".[14]

---

[12] Wawancara dengan Bapak Katimin *Selaku Pemilik Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 7 November 2019 Pukul 15.00 WIB

[13] Wawancara dengan Bapak Suparji *Selaku Pengelola Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

[14] Wawancara dengan Ibu Ernawati *Selaku Konsumen Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 6 November 2019 Pukul 15.00 WIB

2. Dampak

Bagaimana dampak strategi pemasaran dagang bakso keliling dan kedai bakso dalam meningkatkan profitabilitas di pasar ngunut kabupaten Tulungagung?

Dalam penerapan strategi pemasaran dagang bakso keliling dan kedai bakso di pasar Ngunut kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan profitabilitas ada beberapa dampak yang terjadi, ada dua macam dampak yakni dampak positif dan negatif.

a. Dampak Pendapatan Ekonomi Keluarga

Dengan penelitian dagang bakso keliling dan kedai bakso, Bapak Katimin merasa tercukupi dengan pendapatannya sehari-hari. Profit ini menunjang adanya kebutuhan-kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan biaya anaknya kuliah. Dagang artinya berusaha mencari pendapatan dengan cara mencukupi kebutuhan konsumen. Seperti yang diungkapkan Bapak Katimin selaku pemilik usaha dalam wawancaranya:

> "Selama puluhan tahun saya mencukupi kebutuhan keluarga saya ya dari pendapatan jual bakso, anak saya tiga, yang dua sekolah sampai sarjana dan yang satu sampai SMK, kalau bukan dari jualan bakso ya darimana lagi, belum lagi untuk kebutuhan rumah, yang jelas *Alhamdulillah* saya mendapat rejeki dari penjualan bakso".[15]

Dampak positif dagang bakso keliling dan kedai bakso memiliki peran pendapatan ekonomi keluarga yang sangat penting, hal ini sangat membantu dalam penyetabilan proses urbanisasi penduduk di daerah ngunut. Dari banyaknya jumlah pedagang bakso yang setiap tahun

[15] Wawancara dengan Bapak Katimin *Selaku Pemilik Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 7 November 2019 Pukul 15.00 WIB

bertambah, hal ini menunjukan bahwa pendapatan keluarga dipengaruhi dari dagang bakso. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan banyak juga pedagang bakso yang gulung tikar akibat persaingan pasar yang semakin ketat diakibatkan banyaknya pesaing.

Seperti yang diungkapkan oleh bapak hakim selaku karyawan:

> "saya hakim, saya lulusan SD, dengan kerja disini *Alhamdulillah* kebutuhan keluarga saya tercukupi, biaya buat anak saya sekolah dan madrasah juga terpenuhi".[16]

b. Dampak Pendapatan Ekonomi Masyarakat

Dalam siklus ekonomi, usaha dagang bakso memiliki dampak positif di bidang ekonomi dalam masyarakat. Dalam praktiknya usaha bakso selain memiliki dampak positif terhadap ekonomi keluarga pemilik usaha dan karyawan juga memiliki dampak pendapatan ekonomi untuk pedagang bahan-bahan dan perlengkapan dalam pembuatan bakso. Seperti halnya pedagang daging, pedagang sayur-sayuran, pedagang arang, pedagang kecap dan saos, sales teh sosro dan lain sebagainya.

Seperti yang diungkapkan Bapak Iwan selaku penjual daging sapi:

> "Jualan daging saya banyak yang beli berkat banyaknya pedagang bakso, apalagi usaha bakso yang rame itu bias 25 kg, 30 kg, jadi terhitung banyak. Selain pedagang bakso juga penjual sate, Cuma tidak sebanyak pedagang bakso beli dagingnya".[17]

Ungkapan serupa dari Bapak Tofan Abdillah selaku agen saos dan kecap:

---

[16] Wawancara dengan Bapak Hakim *Selaku Karyawan Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

[17] Wawancara dengan Bapak Iwan *Selaku Penjual Daging Sapi* Pada 7November 2019 Pukul 10.00 WIB

”saya menjadi penyetok saos untuk warung ini sudah bertahun-tahun, hal seperti kaya sudah latah mas, warung baksonya untuk sayanya juga untung”.[18]

c. Dampak Sosial dan Lingkungan

Dampak social dan lingkungan adalah uraian dari dampak positif dan negatif dengan adanya upaya strategi keberlangsungan dagang bakso keliling dan kedai bakso dalam meningkatkan profitabilitas. Ada dua macam dampak yaitu dampak positif dan negatif, adapun dampak positif seperti halnya pendapatan ekonomi keluarga berupa profit, pendapatan ekonomi karyawan sekaligus terciptanya lowongan pekerjaan, dan pendapatan masyarakat selaku penjual komponen-komponen bahan dan perlengkapan usaha dagang bakso seperti penjual arang, penjual saos dan penjual daging sapi. Sedangkan dampak negatifnya adalah dengan adanya bahan pengawet pada saos yang berpengaruh pada kesehatan, daging impor yang mengandung pengawetan daging. Seperti yang diungkapkan Bapak Katimin:

“*Alhamdulillah* mas, dengan berjualan begini bisa mencukupi kebutuhan keluarga sehari-hari, niat awalnya bukan membuka lowongan pekerjaan, soalnya kebanyakan yang kerja disini saudara saya jadi niatnya membantu sesame saudara. Selain itu kalau dianggap membantu penghasilan bagi saudara saya ya bisa mas, umumnya orang bekerja saja. Kalau dibilang halal ya jelas halal mas, Cuma namanya bahan produk kan dari mana-mana, untuk yang berbahan pengawet itu seperti saos, kalau cabe itu setiap hari beli, terus lagi daging impor itu juga kurang menyenangkan kualitas dagingnya (kurang kenyal)”.[19]

Diperkuat oleh Ibu Sundari selaku pengunjung:

---

[18] Wawancara dengan Bapak Tofan Abdillah *Selaku Agen saos dan Kecap* Pada 7 November 2019 Pukul 10.00 WIB

[19] Wawancara dengan Bapak Katimin *Selaku Pemilik Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 7 November 2019 Pukul 15.00 WIB

> “Menurut saya baksonya ini dibuat juga hari, fresh gitu mbak jadi seneng orang makan itu, terus semua bersih higenis lah. Biasanya kalau habis makan disini pernah perutku sakit kebanyakan Lombok itukan wajar, mungkin di saosnya itu, jarang-jarang juga saya makan pakai saos”.[20]

3. Kendala dan Solusi

Kendala dan solusi apa saja yang dihadapi dalam strategi pemasaran dagang bakso keliling dan kedai bakso di pasar Ngunut Kabupaten Tulungagung untuk meningkatkan profitabilitas.

Dalam melaksanakan semua bidang usaha tentunya memiliki keuntungan dan masa rugi, namun perspektif islam mengajarkan untuk sabar dalam mencari rezeki yang halal dan tidak diperbolehkan menghalalkan cara untuk mendapatkan keuntungan. Maka dari strategi pemasaran dagang bakso keliling dan kedai bakso dalam meningkatkan profitabilitas. Kendala-kendala tersebut akan menjadi koreksi pelaku usaha dimasa mendatang diantaranya:

Seperti yang diungkapkan oleh bapak katimin selaku pemilik usaha bakso:

> “kendala sekarang susah mau jualan keliling, soalnya yang beli bakso sekarang juga sudah kebanyakan kewarung, jadi ya harus dipaksa untuk jualan diwarung kalau jaman sekarang. Apalagi yang jualan bakso juga banyaknya minta ampun. Banyak juga yang mendirikan usaha bakso semacam warung tapi juga tidak bertahan lama karena belum punya pelanggan soalnya”.[21]

Ungkapan serupa oleh bapak suparji selaku pengelola usaha bakso:

---

[20] Wawancara dengan Ibu Sundari *Selaku Pengunjung* Pada 7 November 2019 Pukul 13.00 WIB

[21] Wawancara dengan Bapak Katimin *Selaku Pemilik Usaha Bakso Keliling dan Kedai Bakso* Pada 7 November 2019 Pukul 15.00 WIB

> "Sekarang ini sulit kalau usaha bakso langsung berdiri tanpa didahului usaha bakso kelilingnya, kecuali juga sudah punya cabang, sekarngpun punya pelanggan tetap saja kalau dulunya tidak diawali jualan keliling juga sekarang tidak punya pelanggan. Selain itu sekarang mending jual bakso dengan pentol jumbo meskipun mahal, soalnya mahal dan enak itu bisa memuaskan pelanggan. Belum lagi kalau dagingnya mahal dan sering dapet daging impor, sulit buat dapet dagangan banyak".[22]

C. Analisis Penelitian

Umumnya semua aktifitas di suatu lembaga maupun perusahaan pasti membutuhkan perencanaan kerja yang sistematis. Segala kegiatan tersebut akan terjadwal secara sistematis jika mempunyai rancangan kerja dalam mencapai tujuan lembaga maupun perusahaan, mulai dari struktur organisasi lembaga, jadwal kegiatan, rencana tindak lanjut (RTL) maupun rencana kerja yang sedang dilakukan dan yang akan dilakukan untuk kedepannya.

1. Strategi pemasaran digunakan sebagai salah satu metode untuk meningkatkan profitabilitas dagang bakso keliling dan kedai bakso di Pasar Ngunut Kabupaten Tulungagung.

Dalam menekankan strategi pemasaran dagang bakso keliling dan kedai bakso dalam meningkatkan profitabilitas adalah dengan menggunakan metode penekanan pada produk, harga, promosi dan distribusi.

Dalam melakukan penekanan strategi pemasaran beberapa unsur yang terlibat yakni pemilik usaha bakso keliling dan kedai bakso sendiri, dengan adanya penjualan keliling maka terbantulah strategi

[22] Wawancara dengan Bapak Suparji *Selaku Pengelola Usaha* Bakso *Keliling dan Kedai Bakso* Pada 5 November 2019 Pukul 11.00 WIB

promosi penjualan. Selain itu sistem penjualan kedai bakso yang terus mengarah fokus kepada kebutuhan konsumen dengan produk yang sesuai target pasar.

2. **Dampak Strategi Dagang Bakso Keliling dan Kedai Bakso di Pasar Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Profitabilitas.**

Terdapat beberapa dampak yang timbul akibat adanya strategi pemasaran dagang bakso keliling dan kedai bakso dalam meningkatkan profitabilitas di pasar Ngunut Kabupaten Tulungagung. Dampak tersebut akan secara langsung berpengaruh kepada pelaku usaha sendiri, pengunjungdan masyarakat di sekitarnya. Adapun dampaknya dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu: yang pertama adalah dampak pendapatan ekonomi keluaraga adalah dengan adanya dagang bakso keliling dan kedai bakso pemilik usaha mampu mencukupi kebutuhan keluarganya seperti kebutuhan anaknya dalam enyelesaikan studi sarjana di UIN Sunan Ampel Surabanya, mampu membiayai kebutuhan anaknya sehari-hari dan kebutuhan pokok rumah lainnya. Kedua adalah dampak pendapatan ekonomi masyarakat adalah dengan adanya dagang bakso keliling yang membutuhkan komponen-komponen dalam proses penjualannya maka penjual daging, ageng saos dan kecap, pengual sayur, arang merasa diuntungkan dalam pendapatan laba. Yang kedtiga adalah dampak lingkungan dan social adalah dengan adanya dagang bakso keliling karyawan merasa bisa mencukupi kebutuhan keluarganya, seperti

halnya yang diungkapkan bapak hakim selaku karyawan. Selain dampak neagtif untuk konsumen adalah dengan adanya kandungan pengawet dari saos yang merusak kesehatan konsumen, seperti yang diungkapkan ibu yulia eka sari selaku pengunjung.

3. **Kendala dan Solusi Apa Saja Yang Dihadapi Dalam Strategi Pemasaran Dagang Bakso Keliling dan Kedai Bakso di Pasar Ngunut Kabupaten Tulungagung.**

Kendala adalah suatu penghambat atas berjalannya suatu usaha atau pekerjaan. Tidak dipungkiri bahwa setiap kegiatan kecil maupun besar pasti ada kendala didalamnya. Maka dari itu berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kendala yang terjadi di dagang bakso keliling dan kedai bakso adalah dengan adanya pesaing dagang bakso baru pasti mempengarui daya tarik konsumen. Disisi lain mahalnya bahan dasar pembuatan bakso cukup mempengaruhi atas profit yang dihasilkan seperti naiknya harga daging pada musim kurban, masuknya daging impor.

Dampak ini menimbulkan berkurangnya konsumen terhadap minatnya karena penasaran dengan bakso yang baru. Adapun solusi yang dilakukan adalah menggunakan daya tarik pada produk baru supaya pengunjung tetap mempertimbangkan kualitas baksonya, sistem keliling justru mempuunyai peranan penting yakni melihatkan kualitas produk dan sarana promosi.