

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Langkah awal dalam menganalisis Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Rumah Makan Pecel Madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan, yaitu memahami latar belakang untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Makan Pecel Madiun menggunakan observasi non partisipan dan wawancara dengan pemilik, karyawan maupun pembeli yang melakukan proses pemasaran dalam strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) di Rumah Makan Pecel Madiun Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan. Observasi ini dilakukan pada tanggal 01 Agustus 2022.

Pecel Madiun merupakan makanan yang berisi nasi dengan sayuran bermandikan bumbu kacang ini mempunyai ciri khas yang di tambah rempeyek kacang. Rempeyek kacang, daun kenikir dan petai cina adalah ciri khas dari nasi pecel khasjawa timur ini. Tahu goreng, tempe goreng empal daging, ayam ataupun telur dan lainnya seperti gimbal jagung biasanya menjadi pilihan lauk pendamping dari menu komplet ini. Rumah Makan Pecel Madiun merupakan rumah makan khas madiun pertama yang ada di Pamekasan, usaha rumah makan pecel madiun telah berdiri sejak tahun 1997 sampai dengan sekarang. Nama pemilik Rumah Makan Pecel Madiun yang terletak di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan adalah H. Hariyanto. Rumah Makan Pecel Madiun memiliki lahan yang strategis di rumah pemilik rumah makan Pecel Madiun yang cukup luas dan menarik. Awal usaha ini berdiri karena pemilik rumah makan pecel madiun tidak cocok dengan masakan madura yang terlalu asin, jadi pemilik ingin mempunyai

usaha bisnis kuliner dari khas madiun dari kota kelahirannya. Oleh karena itu, H. Hariyanto beserta Ibunya berjualan pecel madiun di jalan niaga menggunakan gerobak dorong. Hari pertama berjualan menghabiskan pecel 1kg-4kg dan seiring berjalannya waktu H. Hariyanto selaku pemilik rumah makan Pecel Madiun ini mencoba untuk mengembangkan usaha Pecel Madiun supaya bisa maju lebih baik lagi dan pada tahun 2003 pemilik sudah tidak menggunakan gerobak dorong melainkan mengontrak kios yang ada di niaga dan pada tahun 2013 pemilik bisa membeli tanah dan membangun rumah makan pecel madiun hingga saat ini. Sejalan dengan perkembangan usaha bisnis pecel madiun yang dimilikinya dengan membuka cabang di madura seperti pamekasan, sampang, sumenep dan di jawa timur salah satunya di surabaya dan madiun.¹

Visi, Misi dan Tujuan Rumah Makan Pecel Madiun, sebagai berikut:

1. Visi

Selalu ingat kepada Allah SWT karena bersama Allah itu mudah, bersama Allah itu indah dan bersama Allah itu barokah.

2. Misi

Bersama Allah SWT kita akan dipermudah segala urusan yang ada.

3. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai berdasarkan visi dan misi tersebut, yaitu menciptakan bisnis usaha yang lebih mengedepankan Allah SWT sebagai pegangan kita sehingga tidak hanya mendapatkan hasil yang diinginkan namun juga mendapatkan barokah dari Allah SWT.

B. Paparan Data

¹ Observasi Lapangan Rumah Makan Pecel Madiun

Pertumbuhan ekonomi dan perubahan lingkungan yang cepat, mengharuskan perusahaan untuk memantau dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar yang terjadi. Perusahaan harus lebih kreatif dalam merancang dan memutuskan misi bisnis dan strategi pemasaran yang akan diterapkan di lapangan untuk bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi. Dalam usaha bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan sistem pemasaran. Hal ini terutama disebabkan oleh proses pemasaran yang menambah kegunaan dari produk itu sendiri, jadi fungsi pemasaran, seperti pembelian, penjualan, pengemasan merupakan proses untuk menambah kegunaan produk yang ada. Strategi pemasaran untuk mencapai pasar sasaran yang diinginkan, perusahaan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing Mix* merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya. Masalah-masalah yang akan dikaji dan dibahas merupakan permasalahan yang sesuai dengan fokus penelitian dilapangan baik melalui wawancara, observasi ataupun hasil dokumentasi, peneliti akan menganalisis lima narasumber di rumah makan pecel madiun. Maka peneliti dapat menguraikan penelitian sebaagi berikut:

1. Strategi pemasaran usaha rumah makan Pecel Madiun.

Strategi pemasaran bisnis harus memenangkan persaingan untuk merebut market share dengan usaha yang sejenis ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya terletak pada kekuatan manajemen pemasaran yang diterapkan didalam bisnis tersebut. Manajemen pemasaran sendiri merupakan bentuk usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menerapkan, serta mengawasi kegiatan pemasaran agar nantinya tercipta tujuan penjualan yang

efektif dan efisien. Manajemen pemasaran yang baik akan melahirkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien sehingga diharapkan sebuah bisnis dapat memahami ancaman yang dihadapi serta peluang untuk merebut pasar.²

Strategi merupakan peranan penting yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Salah satu bentuk dari strategi bisnis adalah strategi pemasaran yang berkaitan dengan bagaimana cara meyakinkan pembeli terhadap produk yang akan dijual. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan beberapa aspek dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan. Dalam hal strategi pemasaran, peneliti bertemu dengan Bapak H. Hariyanto selaku pemilik nasi pecel madiun menjelaskan tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh rumah makan pecel madiun, sebagai berikut:

“Dalam hal strategi pemasaran yang dilakukan oleh rumah makan nasi pecel madiun ini mas sebenarnya tidak terlalu banyak mas, hanya saja nasi pecel madiun ini kan sudah dari lama mulai tahun 1997 dan pada tahun 2013 pecel madiun buka di jalan kemuning mas. Saat itu hanya promosi melalui radio dan radar madura supaya masyarakat madura khususnya di pamekasan mengetahui jika nasi pecel madiun di jalan kemuning ada dan buka dari pagi sampai jam 10 malam. Yang terpenting mas, soal rasa, kualitas makanan kita terjaga jangan sampai berubah-ubah mas, mau jualan kita ramai ataupun sepi yang terpenting kualitas rasa harus dijaga mas karena itu faktor yang penting di dalam usaha makanan mas.”³

Selanjutnya penulis menanyakan perihal rasa dan kualitas apalagi yang dilakukan oleh rumah makan pecel madiun untuk menarik pelanggan?, berikut penuturan Bapak H. Hariyanto selaku pemilik rumah makan pecel madiun, sebagai berikut:

“Selain itu soal pelayanan mas, saya mewanti-wanti kepada karyawan supaya melayanin pembeli dengan baik, ramah dan murah senyum karena pembeli adalah raja mas. Karyawan harus dengan sabar

² Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), 1

³ H. Hariyanto, Pemilik Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

melayani pembeli, karyawan juga harus selalu menampilkan wajah yang ceria atau senyum, kalau karyawan merengut dan tidak senyum lebih baik di dapur saja jangan melayani pembeli di depan mas, itu yang setiap hari saya katakan kepada karyawan saya.”⁴

Dari pertanyaan yang disampaikan oleh pemilik usaha rumah makan Pecel Madiun, kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada karyawan mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh rumah makan pecel madiun, Mbak Iin Selvia menyatakan:

“Saya sudah 10 tahun lebih bekerja di rumah makan pecel madiun mas, sudah lama juga bekerja disini. Untuk strategi pemasaran disini, rumah makan pecel madiun mengedepankan soal kualitas rasa mas, rasanya harus stabil dan istiqomah, rasa disini yang paling penting dilakukan, dijaga dan jangan sampai berubah-ubah. Bumbu pecel disini yang sangat khas, warnanya cerah dan tidak kusam dan juga kentel mas serta rasanya juga ada yang tidak pedas dan ada juga yang pedas dan pastinya enak mas.”⁵

Hal serupa juga di sampaikan oleh Bapak Sugiono selaku karyawan rumah makan Pecel Madiun, sebagai berikut:

“Saya bekerja disini sudah 10 tahun lebih mas, banyak pengalaman yang berharga yang saya dapatkan disini mas. Kalau soal rasa di rumah makan pecel madiun sudah pasti enak mas, tidak bisa diragukan lagi kalau soal rasa. Dari dulu sampai sekarang kualitas rasa tetap terjaga mas karena Aba Hariyanto selalu istiqomah mengenai rasa. Aba Hariyanto juga yang membeli semua keperluan di rumah makan pecel madiun, selagi Aba Hariyanto bisa melakukannya sendiri pasti berangkat ke pasar sendiri, namun jika sedang sibuk atau ada kendala barulah karyawan yang pergi berangkat ke pasar sesuai arahan Aba Hariyanto dan sesuai tempat penjual kebutuhan rumah makan pecel madiun yang diarahkan oleh Aba Hariyanto.”⁶

Aba Hariyanto juga menambahkan, sebagai berikut:

“Untuk karyawan jika ada masalah diluar rumah makan pecel madiun sebaiknya jangan sampai terbawa ke sini, harus profesional kerja, harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli. Karyawan harus bisa mengendalikan emosi atau masalah yang dialaminya ketika sedang bekerja demi kenyamanan pembeli. Karena

⁴ H. Hariyanto, Pemilik Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

⁵ Iin Selvia, Karyawan Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

⁶ Sugianto, Karyawan Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

jika pembeli merasa nyaman dengan pelayanan di rumah makan pecel madiun maka pembeli tidak akan pernah bosan untuk kembali lagi membeli makanan di rumah makan Pecel Madiun.”⁷

Bapak Sugiono juga menambahkan mengenai pelayanan yang dilakukan kepada pembeli rumah makan pecel madiun, sebagai berikut:

“Untuk pelayanan yang dilakukan oleh karyawan kepada pembeli di rumah makan pecel madiun harus dengan baik, ramah dan murah senyum. Aba Hariyanto sangat mewanti-wanti agar karyawan murah senyum kepada pembeli mas, Aba paling tidak suka jika ada karyawan yang cemberut jadi saya dan karyawan yang lain mengikuti semua arahan yang diberikan oleh Aba Hariyanto demi berlangsungnya usaha rumah makan pecel madiun.”⁸

⁷ H. Hariyanto, Pemilik Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

⁸ Sugianto, Karyawan Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

Pendapat tersebut juga diperkuat oleh Mbak Iin selaku karyawan nasi pecel madiun sebagai berikut:

“Benar itu mas, Aba Hariyanto senang jika karyawannya murah senyum, kita sebagai karyawan jangan sampai memperlihatkan wajah yang murung atau cemberut pasti nanti di tegur sama Aba Hariyanto mas.”⁹

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasanya rumah makan Pecel Madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan melakukan strategi pemasaran dengan cukup baik, rumah makan pecel madiun melakukan promosi dengan menggunakan koran radar madura dan siaran di radio. Strategi yang dilakukan juga mengenai kualitas rasa yang stabil dan pelayanan yang baik seperti murah senyum kepada pembeli di rumah makan pecel madiun. Dengan seperti itu, usaha rumah makan pecel madiun tetap berjalan sesuai rencana dan lebih maju lagi serta biasa bersaing dengan usaha makanan apapun yang ada di Pamekasan. Hal tersebut juga diperkuat dengan hasil observasi peneliti bahwa banyak konsumen yang menyukai pelayanan yang dilakukan oleh rumah makan Pecel Madiun dan juga banyak yang menyukai makanan yang disediakan dan juga masyarakat mengetahui adanya rumah makan Pecel Madiun kebanyakan dari mulut ke mulut.

2. Penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) usaha rumah makan Pecel Madiun.

a. Produk (*Product*)

Produk (*Product*) adalah merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Produk ini dapat berupa barang dan dapat pula berupa jasa.

⁹ Iin Selvia, Karyawan Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

jika tidak ada produk, tidak ada pemindahan hak milik maka tidak marketing. Semua kegiatan marketing lainnya merupakan peranan penting yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Salah satu bentuk dari strategi bisnis adalah strategi pemasaran yang berkaitan dengan bagaimana cara meyakinkan pembeli terhadap produk yang akan dijual. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan beberapa aspek dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan dan dipakai untuk menunjang gerakan produk. Satu hal perlu diingat adalah, bagaimana hebatnya usaha promosi, distribusi, dan harga, jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu, disukai oleh konsumen, maka usaha marketing mix ini tidak akan berhasil. Seperti halnya pada rumah makan Pecel Madiun yang lebih memilih usaha rumah makan khas Jawa (Madiun), apalagi selain itu peluang usaha bisnis makanan khas Jawa yang sangat potensial karena di Pamekasan tidak ada yang menjual makanan Jawa. Produk rumah makan Pecel Madiun yang khas diusahakan selalu memiliki kualitas yang unggul dan terjamin mutunya.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 01 Agustus 2022 dengan Bapak H. Hariyanto selaku pemilik rumah makan Pecel Madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan, sebagai berikut:

“Saya memilih usaha rumah makan pecel madiun karena makanan di Madura tidak cocok untuk saya karena makanannya terlalu asin, jadi saya berinisiatif untuk menjual makanan khas Jawa khususnya Madiun. Pecel Madiun merupakan makanan yang berisi nasi dengan sayuran bermandikan bumbu kacang ini mempunyai ciri khas yang ditambahkan rempeyek kacang. Adapula pendamping makanan seperti ayam, daging, ikan laut, telur, bergedel dan lainnya. Produk di Pecel Madiun memiliki

kualitas yang unggul dan terjamin halal dan rasanya, kualitas rasa yang sangat diutamakan dalam produk makannya karena rasa adalah nomor satu yang harus dikedepankan.”¹⁰

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Iin Selvia selaku karyawan rumah makan Pecel Madiun sebagai berikut:

“Produk makanan yang ada di rumah makan pecel madiun sangat bervariasi, ada ayam, daging, telur, ikan laut ataupun bergedel dan terutama rempeyek kacang yang khas madiun. Pecel madiun disini mengedepankan kualitas rasa, rasa yang tidak pernah berubah dari awal sampai sekarangpun karena pelanggan sudah mengetahui rasa produk di rumah makan pecel madiun.”¹¹

Dari pertanyaan yang disampaikan oleh pemilik usaha rumah makan Pecel Madiun, kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada konsumen mengenai produk yang disediakan oleh rumah makan Pecel Madiun, Bapak Sunarwi menyatakan:

“Menurut saya nasi pecel madiun disini rasanya tetap dan enak sekali, banyak sekali lauk pauk yang bebas dipilih oleh saya, jadi saya enak tinggal bilang tambah ikan ayam ataupun yang lainnya.”¹²

Pendapat juga disampaikan oleh Mas Dayat salah satu pelanggan nasi pecel madiun, beliau berkata:

“Menurut saya makanan di nasi pecel madiun sangat bervariasi mas, banyak pilihan menu yang bebas kita pilih sesuai selera kita dan juga makanannya enak-enak, saya pun jadi langganan makan di pecel madiun ini mas.”¹³

Mas Chan juga berpendapat tentang produk makanan yang ada di Pecel Madiun, sebagai berikut:

“Produk makanan di nasi pecel madiun banyak mas, bermacam-macam lauk pauk yang disediakan. Saya puas memilih lauk

¹⁰ H. Hariyanto, Pemilik Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

¹¹ Iin Selvia, Karyawan Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

¹² Sunarwi, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

¹³ Dayat, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

pauk yang saya mau dan juga nasinya lumayan banyak mas, pokoknya nasi pecel madiun cocok sekali untuk saya.¹⁴

Jadi, dari pertanyaan-pertanyaan diatas dapat disimpulkan bahwa produk di rumah makan pecel madiun memiliki kualitas yang unggul dan bervariasi. Terbukti banyak pilihan lauk pauk yang disediakan. Konsumen bebas memilih lauk pauk sesuai selera masing-masing dan yang terpenting kualitas rasa yang tetap atau tidak pernah berubah sampai saat ini. Hasil observasi penelitian terhadap rumah makan Pecel Madiun mengenai produk yang dihidangkan membuktikan bahwa makanan yang dijual merupakan produk yang aman dikonsumsi dan layak untuk dimakan oleh masyarakat. Berbagai produk yang ada dan bisa untuk semua kalangan yang makan.

b. Harga (*Price*)

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Penetapan harga sepenuhnya ditentukan oleh penjual. Hal itu menjadikan komponen bauran pemasaran ini menjadi sumber penghasilan dan keuntungan bagi penjual. Dalam menetapkan strategi harga, harga ditentukan oleh pemilik nasi pecel madiun, beragam harga sesuai lauk pauk yang diminta oleh pembeli, jika ingin mendapatkan pun jangan banyak-banyak berikut pernyataan dari pemilik nasi pecel madiun.

¹⁴ Chandra Eka, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

Berikut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 01 Agustus 2022 dengan Bapak H. Hariyanto selaku pemilik rumah makan Pecel Madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan, sebagai berikut:

“Harga yang saya tentukan relatif mas, tidak terlalu mahal makanan yang ada di pecel madiun, berbagai menu tambahan lauk pauk yang berbeda harga seperti Rp. 6000 rupiah sudah bisa menikmati nasi pecel madiun dengan lauk pauk tahu dan juga 10.000 rupiah ke atas sudah bisa dengan lauk pauk yang lainnya seperti ayam, daging telur ataupun tambahan begedel. Saya tidak pernah menaikkan harga, demi kenyamanan pelanggan. Untuk saat ini harga cabe mahal tetapi kualitas pedas pecel madiun tetap dan harganya pun tetap biasa. Tidak apa-apa untung sedikit yang penting lancar.”¹⁵

Mbak Iin selaku karyawan juga menambahkan mengenai harga makanan pecel madiun, sebagai berikut:

“Untuk harga di nasi pecel madiun ini mas banyak macam harganya tergantung lauk pauk yang diminta oleh konsumen, konsumen bebas memilih apa yang dia mau dan harga pun menyesuaikan mas.”¹⁵ Pendapat juga disampaikan oleh Sugiono selaku karyawan nasi pecel madiun, sebagai berikut: “Harga yang ada di rumah makan nasi pecel madiun bermacam-macam mas, mulai dari 6.000 rupiah sampai lebih tergantung lauk pauk yang diinginkan. Pembeli bebas memilih lauk pauk apapun yang ada dan bayar sesuai harganya. Kami selaku karyawan juga tidak pernah menaikkan harga yang sudah jadi ketentuannya di nasi pecel madiun ini.”¹⁶

Dari pernyataan yang disampaikan oleh pemilik dan karyawan rumah makan pecel madiun, kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pembeli mengenai harga yang ditetapkan oleh rumah makan pecel madiun, Pak Sunarwi menyatakan:

“Menurut saya harga yang ditentukan oleh rumah makan pecel madiun relative murah dan terjangkau mas, harganya bermacam-macam sesuai apa yang kita mau lauk pauknya. Harga untuk nasi pecel madiun dengan kualitas rasa yang enak sudah sangat cocok

¹⁵ H. Hariyanto, Pemilik Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

¹⁶ Iin Selvia, Karyawan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

untuk saya mas, intinya nikmat sekali makan di nasi pecel madiun ini.”¹⁷

Mas Chandra juga menyatakan tentang harga di rumah makan pecel madiun, sebagai berikut:

“Harga di rumah makan pecel madiun terjangkau dan menunya lumayan banyak, saya biasanya membeli nasi pecel menggunakan lauk pauk telur sama tempe dan es teh manis dan hanya 10.000 rupiah saja dan itu menurut saya sudah harga sewajarnya mas apalagi rasanya enak.”¹⁸

Mas Dayat juga sependapat dengan apa yang dikatakan mengenai harga, sebagai berikut:

“Menurut saya harganya murah mas, saya sebagai konsumen merasa puas apa yang saya makan dan masalah harganya juga. Saya biasanya pakai ayam dan bergedel lalu bumbu pecel pedas dan tambahan rempeyek kacangnya yang sangat nikmat sekali mas, 13.000 rupiah sudah sama minumannya itu mas sudah relatif menurut saya harga di rumah makan nasi pecel madiun.”¹⁹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasanya rumah makan pecel madiun menjual makanan yang relatif terjangkau dan murah sesuai menunya yang bervariasi. Rumah makan pecel madiun juga tidak pernah memainkan harga yang sudah ditentukan, harganya sesuai dengan apa menu yang diinginkan. Dengan seperti itu, rumah makan nasi pecel madiun sudah menetapkan harga yang sesuai kepada pembeli. Hasil observasi peneliti terhadap pernyataan tersebut membuktikan bahwa harga yang diberikan oleh rumah makan Pecel Madiun sudah wajar atau sudah sesuai apa yang diminta dan dimakan oleh pelanggan. Harganya sudah relative untuk kalangan masyarakat pada saat ini.

¹⁷ Sunarwi, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

¹⁸ Chandra Eka, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

¹⁹ Dayat, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

c. Tempat (*Place*)

Tempat atau distribusi diakui sebagai salah satu kunci sukses dalam strategi pemasaran yang efektif. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan dalam jual beli merupakan representasi dari prinsip dasar Islam bahwa manusia sebagai wakil Allah SWT. di muka bumi harus mengelola sumber daya yang ada dengan cara yang adil. Pemilihan tempat yang sangat penting bagi pemilik usaha karena jika mendapatkan lokasi yang tepat akan memungkinkan paling banyak efek positifnya bagi seorang pembisnis. Dalam pelaksanaannya pemilik rumah makan pecel madiun memilih membangun usaha bisnis dirumahnya sendiri dikarenakan rumah tersebut besar dan ingin bermanfaat juga, oleh karena itu dibangun untuk rumah makan Pecel Madiun.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 01 Agustus 2022 dengan Bapak H. Hariyanto selaku pemilik rumah makan nasi pecel madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan, sebagai berikut:

“Pada saat itu saya berpikir mempunyai rumah di kawasan kota dan juga cukup besar lalu saya ingin buka usaha dan akhirnya nasi pecel madiun la yang saya buka usaha sampai saat ini. Saya ingin meningkatkan usaha saya supaya lebih terkenal lagi dan lebih maju lagi. Lokasi rumah makan pecel madiun di kawasan kemuning sangat strategis apalagi ada di pinggir jalan raya dan bisa dikatakan ada di dalam kota jadi sangat bagus untuk buka usaha apapun apalagi rumah makan dan juga tempatnya gampang di temui mas.”²⁰

Mbak Iin selaku karyawan juga memaparkan mengenai tempat nasi Pecel Madiun, sebagai berikut:

²⁰ H. Hariyanto, Pemilik Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

“Menurut saya lokasi rumah makan pecel madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan sangat strategis mas, dipinggir jalan pula dan bisa dikatakan di dalam kota juga mas, jadi gampang ketemunya kalau mencari lokasi rumah makan pecel madiun mas.”²¹

Mas Sugiono juga menambahkan sebagai berikut:

“Selain tempatnya yang strategis mas, saya rasa akses lokasi rumah makan pecel madiun mudah yang berada di dalam kota mas, saya juga ketika berangkat dari rumah juga gampang mas ke sini.”²²

Dari pertanyaan yang disampaikan oleh pemilik dan karyawan nasi pecel madiun, kemudian timbul pertanyaan yang peneliti tanyakan kepada pembeli mengenai lokasi nasi pecel madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Paamekasan, Mas Chan menyatakan sebagai berikut:

“Menurut saya lokasi nasi pecel madiun sangat strategis dan tempat parkirnya juga ada mas, akses dari tempat saya kerja ke lokasi tersebut juga dekat dan gampang dilaluinya mas.”²³

Bapak Sunarwi juga menambahkan mengenai lokasi nasi pecel madiun sebagai berikut:

“Rumah saya di jalan jembatan baru dan saya biasa membeli makanan di nasi pecel madiun di kawasan kemuning karena tempatnya strategis dan mudah mas, jadi gampanglah untuk sampai kesana apalagi masakannya enak-enak.”²⁴

²¹ Iin Selvia, Karyawan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

²² Sugiono, Karyawan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

²³ Chandra Eka Setiawan, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

²⁴ Sunarwi, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

Mas Dayat juga berpendapat sebagai berikut:

“Menurut saya lokasi nasi pecel madiun sangat strategis mas, cocok untuk usaha apapun tidak hanya nasi, apapun itu pasti laku karena ada di dalam kota dan dipinggir jalan raya mas.”²⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasanya usaha rumah makan nasi Pecel Madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan sangat strategis dan mudah dijangkau. Terbukti para pelanggan yang akan menuju ke tempat pecel madiun tidak bingung untuk menemukan tempat tersebut. Hasil observasi peneliti terhadap tempat usaha rumah makan Pecel Madiun tersebut membuktikan bahwa tempat yang disediakan oleh rumah makan Pecel Madiun sudah sangat bagus dan menarik sehingga pelanggan merasa nyaman dan puas mengenai tempat yang disediakan karena tempatnya yang luas dan bersih.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi pada zaman pemasaran modern sekarang ini tidak dapat diabaikan. promosi ini sangat berkembang pada masa “*selling concept*” Dimana produsen Sangat mengandalkan, sangat memberi harapan tinggi akan meningkatkan penjualan dengan menggunakan promosi. pada akhir-akhir ini Para produsen mulai memperlihatkan selera mereka dengan cara membuat barang yang memenuhi need dan wants konsumen. produsen sudah melihat jendela, tidak lagi melihat kaca. Promosi merupakan salah satu dari penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Dalam hal ini

²⁵ Dayat, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

promosi ialah penyampaian informasi agar produk diterima oleh seluruh kalangan masyarakat yang mendengarkannya. Dalam pelaksanaan rumah makan pecel madiun memilih menggunakan media promosi berupa radio dan koran dan saat ini hanya melalui mulut ke mulut saja.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 01 Agustus 2022 dengan Bapak H. Hariyanto selaku pemilik nasi pecel madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan, sebagai berikut:

“Untuk media promosi rumah makan pecel madiun pada saat itu saya promosikan di radio dan koran di radar madura juga dipromosikan tentang pecel madiun, menunya juga disebutkan ada lalapan, ada macam-macam lauk pauk akhirnya didengar oleh banyak orang seperti bapak bupati, kapolres, para pejabat dan lainnya mapir untu mencoba makan di pecel madiun. Untuk saat ini pecel madiun hanya promosi melalui sosial media gojek dan dari mulut ke mulut karena lebih efektif dan bisa menjangkau pasaran yang lebih luas.”²⁶

Hal tersebut juga seseuai dengan pernyataan dari Mas Sugiono selaku karyawan di rumah makan pecel madiun sebagai berikut:

“Untuk promosi saat ini hanya mulut ke mulut saja mas dan juga bisa melalui pemesanan online melalui aplikasi gojek, namun pada saat itu promosi pecel madiun melalui radio dan koran saja, sehingga masyarakat bisa mendengarkan apa itu pecel madiun.”²⁷

Dari pertanyaan yang sudah di sampaikan oleh pemilik dan karyawan rumah makan pecel madiun, kemudian timbul pertanyaan yang teliti tanyakan kepada konsumen mengenai promosi yang dilakukan oleh rumah makan pecel madiun, Bapak Sunarwi menyatakan:

“Saya tahu pecel madiun di jalan kemuning ini sudah dari lama mas, saya tahu dari teman saya kalau makanan di pecel madiun enak, jadi saya tertarik untuk mencobanya dan memang benar,

²⁶ H. Hariyanto, Pemilik Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

²⁷ Sugiono, Karyawan Rumah Makan Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

makanan di pecel madiun enak sekali. Oleh karena itu setiap hari jika istri saya tidak masak saya pasti beli di pecel madiun.”²⁸

Mas Dayat juga menyatakan hal yang sama dengan Bapak Sunarwi, sebagai berikut:

“Pada saat saya nongkrong di tempat kopi, tiba-tiba ada yang bilang bahwa pecel madiun di jalan kemuning makannya enak-enak, apalagi banyak variasi lauk pauk yang bisa kita pilih, jadi saya tertarik untuk datang ke tempat pecel madiun mas, dan saya cocok dengan masakannya.”²⁹

Hal tersebut dipekuat oleh Mas Chan salah satu pembeli nasi pecel madiun, sebagai berikut:

“Pertama kali saya tahu nasi pecel madiun dari teman kerja, saya bertanya ke teman saya mengenai makanan yang murah, enak dan banyak di pamekasan dan teman saya memberitaukan bahwa nasi pecel madiun la tempatnya lalu saya mencoba untuk membeli dan benar sesuai dengan apa yang dikatakan oleh teman saya.”³⁰

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasanya rumah makan pecel madiun menggunakan media radio dan koran. Untuk saat ini promosi melalui mulut ke mulut saja dan pemesana online melalui aplikasi gojek. Terbukti banyak yang mengenal rumah makan pecel madiun yang makannya enak-enak dan sangat bervariasi lauk pauknya. Hasil observasi peneliti terhadap pernyataan tersebut mengenai promosi membuktikan bahwa kebanyakan masyarakat mengetahui adanya rumah makan Pecel Madiun dari mulut ke mulut. Masyarakat yang penasaran akhirnya dating langsung ke rumah makan Pecel Madiun yang berada di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan.

²⁸ Sunarwi, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

²⁹ Dayat, Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

³⁰ Chandra Eka , Pembeli Pecel Madiun, *Wawancara Langsung*, 01 Agustus 2022

C. Temuan Penelitian

Pada pembahasan sebelumnya sudah di deskripsikan paparan data dari hasil penelitian tentang dua fokus penelitian yang dirumuskan. Penjelasan dua fokus penelitian berdasarkan hasil pengumpulan data dari wawancara serta catatan langsung lapangan yang dilakukan oleh peneliti di rumah makan nasi pecel madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan dalam dua faktor pembahasan yang telah dijelaskan tentang strategi pemasaran rumah makan Pecel Madiun dalam bauran pemasaran (*marketing mix*).

Berikut dua fokus penelitiannya, yaitu:

1. Strategi pemasaran usaha rumah makan pecel madiun.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh nasi pecel madiun menggunakan radio dan radar madura. Strategi pemasarannya juga melalui rasa dari beberapa produk makanan yang konsisten dan istiqomah. Hal tersebut membuat konsumen merasa puas dan menarik banyak pelanggan untuk membeli makanan di rumah makan Pecel Madiun

2. Penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) usaha rumah makan pecel madiun.

- a) Rumah makan Pecel Madiun sudah mempunyai bermacam-macam produk (*product*) makanan yang banyak untuk konsumen. Lauk pauk yang disediakan sangat banyak sekali seperti ayam, ikan, telur, bergedel, udang, cumi dan masih banyak lagi. Bumbu pecel dan rempeyek kacangnya yang enak sekali dan sangat khas dari nasi pecel madiun. Hal ini membuat konsumen lebih puas memilih lauk pauk yang diinginkan sesuai dengan selera masing-masing.

- b) Rumah makan Pecel Madiun sudah memberikan harga (*price*) sesuai dengan makanan dengan tambahan lauk pauk yang diinginkan.
- c) Rumah makan Pecel Madiun memberikan tempat (*place*) yang cukup baik, nyaman dan strategis supaya pembeli bisa datang dan memilih lauk pauk yang diinginkan dan juga area parkir yang sangat memadai. Hal itu demi kenyamanan dan kepuasan konsumen.
- d) Rumah makan Pecel Madiun sudah melakukan promosi (*promotion*) melalui mulut ke mulut dan aplikasi gojek.

D. Pembahasan

Dari paparan data dan temuan penelitian di atas, selanjutnya dilakukan pembahasan hasil penelitian dari dua fokus tersebut. Peneliti akan memberikan pembahasan hasil penelitiannya pada saat melakukan penelitian di rumah makan Pecel Madiun Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan, sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran usaha rumah makan Pecel Madiun.

Strategi pemasaran bisnis harus memenangkan persaingan untuk merebut market share dengan usaha yang sejenis ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya terletak pada kekuatan manajemen pemasaran yang diterapkan didalam bisnis tersebut. Manajemen pemasaran yang baik akan melahirkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien sehingga diharapkan sebuah bisnis dapat memahami ancaman yang dihadapi serta peluang untuk merebut pasar.³¹

Strategi merupakan peranan penting yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Salah satu bentuk dari strategi bisnis adalah strategi pemasaran

³¹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), 1

yang berkaitan dengan bagaimana cara meyakinkan pembeli terhadap produk yang akan dijual. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan beberapa aspek dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di mana strategi pemasaran merupakan suatu cara demi mewujudkan target dari perusahaan. Pendapat ini juga didukung oleh pendapat Swasta yang mengatakan bahwa “strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.” Strategi didalam pemasaran ini tidak hanya diperlukan oleh perusahaan besar setara Perseroan Terbatas atau badan usaha lain, akan tetapi usaha kecil juga seperti pedagang. Usaha juga memerlukan strategi yang efektif dan efisien dalam mengembangkan usahanya yang dapat memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Rumah makan Pecel Madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan sudah menjalankan strategi pemasaran yang baik, salah satunya dengan memberikan promosi melalui aplikasi gojek supaya masyarakat khususnya Pamekasan mengetahui jika ada rumah makan pecel madiun. Rumah makan pecel madiun juga konsisten tentang kualitas makanan lauk pauk dan rasa yang khas sekali dari nasi Pecel Madiun. Rumah makan Pecel Madiun juga memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli dengan cara melayani dengan baik dan memberikan senyuman kepada para konsuennya dan bersikap sopan santun serta ramah. Hal tersebut dilakukan oleh H. Hariyanto selaku pemilik rumah makan Pecel Madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan supaya pembeli merasa puas dan menikmati makanan yang dihidangkan oleh rumah

makan pecel madiun. Oleh karena itu, usaha rumah makan nasi pecel madiun sampai saat ini tetap berjalan dan lebih maju lagi serta dapat bersaing dengan usaha makanan apapun yang ada di Pamekasan.

2. Penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) usaha rumah makan Pecel Madiun.

Bauran Pemasaran (*Marketing mix*) merupakan strategi pemasaran yang mencampurkan kegiatan-kegiatan marketing agar divari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan. Ada empat komponen yang tercakup dalam kegiatan *marketing mix* ini yang terkenal dengan sebutan 4P dan akan dibahas satu-persatu, sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Produk (*Product*) adalah merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Produk ini dapat berupa barang dan dapat pula berupa jasa. Jika tidak ada produk, tidak ada pemindahan hak milik maka tidak marketing. Semua kegiatan marketing lainnya, dipakai untuk menunjang Gerakan produk. Satu hal perlu di ingat adalah, bagaimana hebatnya usaha promosi, *distribusi*, dan *price*, jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu, disukai oleh konsumen, maka usaha marketing mix ini tidak akan berhasil. Oleh sebab itu perlu di kaji, produk apa yang akan di pasarkan, bagaimana selera konsumen masa kini, apa *needs* dan *wants* mereka. *Need* berarti kebutuhan konsumen. Konsumen membeli suatu barang, karena ia membutuhkannya. Namun konsumen tidak membeli barang, hanya sekedar memperoleh barang saja, akan tetapi ada terkandung unsur lain di balik barang itu, misalnya keindahan di

pakainya,sesuai dengan rasa, warna , halus, manis, segar dan sebagainya.³² Seperti halnya pada rumah makan pecel madiun yang lebih memilih usaha rumah makan khas jawa (madiun), apalagi selain itu peluang usaha bisnis makanan khas jawa yang sangat potensial karena di pamekasan tidak ada yang menjual makanan jawa. Produk rumah makan pecel madiun yang khas diusahakan selalu memiliki kualitas yang unggul dan terjamin mutunya. Pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) mengenai rumah makan pecel madiun di Jalan Kemuning Kbaupaten Pamekasan, penelitian ini menunjukkan bahwa produk makanan yang ada di rumah makan pecel madiun mempunyai bermacam-macam produk (*produck*) makanan yang banyak untuk konsumen. Lauk pauk yang disediakan sangat banyak sekali seperti ayam, ikan, telur, bergedel, udang, cumi dan masih banyak lagi. Bumbu pecel dan rempeyek kacangnya yang sangat khas dari nasi Pecel Madiun. Hal ini membuat konsumen lebih puas memilih lauk pauk yang diinginkan sesuai dengan selera masing-masing. Oleh karena itu usaha rumah makan Pecel Madiun terus berkembang dan maju sampai saat ini.

³² H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 206

b. Harga (*Price*)

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Sederhananya, harga merupakan cerminan nilai jual atas produk atau jasa yang telah melalui proses produksi. Penetapan harga sepenuhnya ditentukan oleh penjual. Pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) mengenai harga, penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang makanan yang ada di rumah makan Pecel Madiun sangat beragam sesuai dengan lauk pauk yang di makan oleh pembeli, harganya sudah sewajarnya, tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu murah, intinya harga yang diberikan sudah rrelative. Pada hal ini penenti menganalisis untuk memperlihatkan bahwa harga yang diberikan oleh rumah makan Pecel Madiun telah sesuai dengan lauk pauk yang ada.

c. Tempat (*Place*)

Tempat atau distribusi diakui sebagai salah satu kunci sukses dalam strategi pemasaran yang efektif. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan dalam jual beli merupakan repretasi dari prinsip dasar Islam bahwa manusia sebagai wakil Allah SWT. dimuka bumi harus megelola sumber daya yang ada dengan cara yang adil. Pada awal pembahasan telah dijelaskan bahwa Tindakan penimbunan dan monopoli untuk mendominasi saluran distribusi dengan niat untuk mendapatkan keuntungan sangat dilarang dalam Islam. Tidak dapat dipungkiri bahwa peningkatan kualitas pelayanan distribusi akan

menambah beban biaya produksi, tetapi hal tersebut akan diikuti oleh kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan.³³ Jadi, pemilihan tempat yang tepat sangat penting karena jika mendapatkan lokasi yang tepat akan memungkinkan paling banyak efek positifnya bagi seorang pembisnis.

Pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) mengenai tempat (*place*), penelitian ini menunjukkan bahwa tempat usaha rumah makan pecel madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan mempunyai lokasi yang cukup strategis dan mempunyai efek positif bagi seorang pembisnis. Usaha rumah makan Pecel Madiun memilih membangun usaha rumah makan di rumahnya sendiri untuk memudahkan bisnis yang dijalankan dan mempergunakan lokasi lahan yang cukup luas untuk usaha rumah makan Pecel Madiun.

d. Promotion (*Promotion*)

Pada dasarnya, promosi dalam pemasaran Syariah harus beretika dan terbuka. Kebenaran dalam setiap informasi tentang produk yang dipasarkan adalah inti dari promosi pemasaran Syariah. Pelaku tersebut didasarkan dalam ajaran al-Quran dan hadis dimana segala sesuatu yang dikerjakan oleh seorang muslim pasti bersifat vertical yaitu ada pertanggung jawaban perilaku manusia kepada Allah SWT. Oleh karena, penjual dan atau pemasar berkewajiban untuk mengungkapkan semua informasi, termasuk kerusakan barang kepada pembeli yang tidak dapat

³³ Nurul Huda DKK, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi* (Depok: PT Kharisma Putra Utama, 2017), 132

dilihat secara kasat mata. Pernyataan palsu, melebih-lebihkan, dan menutup-nutupi ialah perilaku yang dilarang keras dalam penjualan.³⁴

Promosi dan produk tidak dapat dipisahkan ini dua sejoli yang saling bersangkutan untuk menuju suksesnya pemasaran titik di sini harus ada keseimbangan, produk baik sesuai dengan selera konsumen dibarengi dengan teknik promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha marketing. Pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) mengenai promosi (*promotion*), penelitian ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan usaha rumah makan Pecel Madiun di Jalan Kemuning Kabupaten Pamekasan menggunakan media promosi dari mulut ke mulut dan juga aplikasi gojek yang bertujuan untuk masyarakat yang ingin pesan online bisa melalui aplikasi gojek. Terbukti banyak yang mengenal rumah makan Pecel Madiun dari konsumen lain atau dari orang lain.

³⁴ Nurul Huda DKK, *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi* (Depok: PT Kharisma Putra Utama, 2017), 133