

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti di lapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dengan beberapa informan, maka yang dapat peneliti uraikan dalam hasil penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah Singkat Usaha Pentol Bos Kabul

Penelitian ini dilakukan di Tempat produksi Usaha Pentol Bos Kabul di Jl. Raya Kemantren No. 15 Keputran, kemantren Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo. Usaha ini didirikan sejak tahun 2020 oleh bapak Eko Febriyanto yang sekaligus sebagai pemilik usaha pentol bos kabul.

Pada awal produksi, usaha pentol bos kabul ini mendirikan usaha pentol dengan berjualan keliling pada masa pandemi covid-19, dari dampak pandemi covid-19 ini banyak para pekerja dirumahkan atau pemutusan hubungan kerja, sehingga pemilik usaha menciptakan sebuah bisnis yaitu berjualan pentol. Seiring berjalannya waktu, pemilik usaha pentol bos kabul menawarkan kerja sama untuk orang-orang yang ingin berjualan pentol sehingga pemilik usaha pentol membuka kemitraan dan memiliki ratusan cabang mulai dari luar kota sampai luar pulau.

Usaha pentol bos kabul merupakan usaha bidang produksi makanan olahan dari daging sapi dan daging ayam, ada berbagai macam olahan seperti pentol ori spesial, pentol kasar, bakso solo, pentol keju, pentol mercon, pentol jamur, pentol puyuh, pentol kotak, pentol jumbo, tahu aci, siomay ayam,

dimsum,dan tahu bakso. Pada awalnya menjual dengan harga satuan mulai 500-2000 rupiah.

2. Struktur UMKM Pentol Bos Kabul

Adapun struktur organisasi di usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo yakni sebagai berikut:

Tabel 4.1

Struktur Organisasi

| No. | Nama | Jabatan |
|------------|---|-------------------|
| 1 | Moh. Arif Masudin | Manager |
| 2 | Rika Efendi & Dyas Ramadhani N. | Keuangan & HRD |
| 3 | Nabilah Qomarina | SPV |
| 4 | Sholeh | GA |
| 5 | Annisa Permatasari | Digital Marketing |
| 6 | Eka Yulinda Damarivani | Kasir |
| 7 | Lailatul Fitria & Novia Dwi Setyarini | Admin |
| 8 | Wawan | Satpam |
| 9 | Rujiyannta, Nugroho Budi Prasetya, Ta'ani, Alisah | Distribusi |
| 10 | Sulton, Rina, Dedy Ferdiantoro, M. Haikal Rizal Andika, Batu, Fradella Ofvy Handani, Putri Adilla | Produksi |

3. Kebijakan Manajemen Pentol Bos Kabul

Pentol bos kabul memberikan kemitraan terhadap siapa saja yang ingin bergabung menjadi mitra pentol bos kabul. Adapun perbedaan konsumen biasa dan sudah bergabung menjadi mitra :

a. Mitra

- 1) Membeli Paket Kemitraan
- 2) Lokasi jual sudah di Acc tim operasional & jarak antar mitra tiap merek yang sama akan dijaga supaya tidak terlalu dekat agar persaingan sehat.
- 3) Memiliki hak menggunakan logo pentol bos kabul selama aktif kulak.
- 4) Berkesempatan mendapatkan Reward/Bonus pada masa tertentu yang diselenggarakan oleh manajemen pentol bos kabul.
- 5) Diprioritaskan ketika melakukan pemesanan saat kulak.

b. Bukan Mitra

- 1) Hanya membeli produk/kulak.
- 2) Tidak berhak menggunakan logo pentol bos kabul dan banner ataupun stiker berlogo perusahaan pentol bos kabul.
- 3) Lokasi tidak terdaftar di kemitraan
- 4) Tidak berhak mengikuti program Reward/Bonus/Undian/Lomba berhadiah khusus mitra.

B. Paparan Data

1. Strategi produk harga tempat dan promosi pada penjualan Pentol Bos Kabul Sidoarjo

Setiap pemilik usaha tentunya memiliki caranya masing-masing dalam menjalankan usahanya, hal ini juga berlaku pada usaha boss kabul yang merupakan usaha dengan produk pentol. Dalam usaha ini juga terdapat strategi sehingga penjualan atau pemasarannya dapat dikenal kosumen secara mudah. Berdasarkan hal tersebut peneliti telah melakukan wawancara dengan pemilik usaha pentol bos Kabul dan mendapat informasi sebagai berikut:

“Untuk caranya memperkuat media sosial kita, jadi kita mengutamakan branding dulu karna awalnya kita gapunya produk sebenarnya tapi baground kita dari duniaa marketing dan bisnis, Jadi untuk produk kita nomor duakan, namun kita perkuat merketingnya dulu, brandingnya dahulu, media sosial kita kuatin sehingga banyak orang penasaran ketika banyak orang penasaran kita munculkan produknya, nah produk ini kita hati hati juga jadi gak asal asalan sehingga nanti keluar nanti rasanya gaenak malah bisnis makin mati, tapi kita teliti juga kita awasi juga ketika nama sudah terbentuk, dan produk keluar, nah itulah rahasianya kita cepat dikenal.”⁷⁷

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat dipahami bahwa untuk memperkenalkan produk yang dijual usaha pentol bos Kabul agar menarik minat pembeli yaitu dengan branding untuk mempengaruhi asosiasi dan perasaan masyarakat atau pembeli terhadap merek, menciptakan inovasi-inovasi untuk menarik minat pembeli. Meskipun branding yang diutamakan dalam memperkenalkan ke konsumen, tetapi untuk produk pentol bos Kabul selalu memberikan produk yang terbaik, baik dari bahan yang dibuat ataupun cita

77 Eko Febriyanto, Owner Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

rasanya. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari pemilik usaha mengenai strategi harga pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Nah untuk memprediksi harga jual tadi kita sebenarnya berangkat dari modal kita, nah modal kita dulu sangat minim kurang lebih 200 ribu, 200 ribu tidak mungkin jualan barang yang mahal sehingga kita jualan barang yang murah murah, dulu juga ga pentol aja untuk targetnya tapi kita ada juga beberapa minuman-minuman, tapi yang kita pilih ini pentol karna pentol ini digemari semua khalangan, terus dari target pemasaran kita kalo di pemasaran pentol rata rata di sidoarjo pentol 500 yaudah kita beri harga 500 rupiah.”⁷⁸

Maksud dari wawancara menjelaskan pentol bos Kabul untuk memprediksi harga jual terjangkau yaitu dengan memanfaatkan biaya modal awal yang sangat minim yaitu kurang lebih Rp. 200.000. Pemilik usaha selain menjual pentol juga menjual minuman-minuman yang dianggap sesuai target pasar. Kemudian berkembangnya usaha itu pemilik usaha memutuskan menjual dengan satu produk yaitu pentol, karena pemilik usaha itu merasa dengan menjual pentol peminatnya banyak dari khalangan anak-anak, bahkan orang dewasa. Dengan modal awal itu untuk menjual produk yaitu dengan harga yang murah, meskipun dengan harga yang terjangkau murah pemilik usaha memberikan produk yang dimana secara kualitas itu terbaik, dan memberikan harga terjangkau sesuai harga pasaran, target pemasaran pentol di daerah Sidoarjo yaitu dengan 500 rupiah, maka pentol bos Kabul memberikan harga dimulai dari 500 rupiah. Kemudian peneliti juga mendapat informasi tambahan dari pemilik usaha mengenai strategi harga pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Modal awalnya yang sudah saya jelaskan, modal awal 200 ribu, saya berpatokan sama modal awal dulu terus modal awal segini ya makanya

78 Eko Febriyanto, Owner Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

kita harus menjual barang murah katakanlah biar dapat banyak dan perputarannya biar lancar.⁷⁹

Maksud dari penjelasan pemilik usaha pentol Kabul ini bahwa usaha pentol bos Kabul sangat berpatokan terhadap modal awal yaitu 200 ribu, dengan begitu pemilik usaha memutar ide agar usaha yang dikembangkan ini akan memberikan penghasilan yang baik dengan cara memilih produk yang dimana dikatakan murah dan memberikan omset yang tinggi dengan begitu perputaran dari modal awal ke pendapatan itu lancar. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari pemilik usaha mengenai strategi tempat pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Memperkenalkan tempat kita aktif di media sosial jadi kita promosikan membuka cabang kemana-kemana dan kita mendatangkan influencer juga. Untuk lokasi cabang kita Misalnya daerah Barat di bekasi kalo di timur di Maluku dan Ambon.”⁸⁰

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat dipahami bahwa untuk memperkenalkan tempat kepada calon pembeli atau konsumen yaitu dengan cara aktif media sosial dengan cara memberikan informasi-informasi mengenai tempat launching usaha pentol bos Kabul, kemudian pentol bos Kabul juga mendatangkan influencer atau seseorang atau figure dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan untuk membantu promosi usaha pentol bos Kabul, dengan begitu masyarakat dengan mudah mengenal

⁷⁹Eko Febriyanto, Owner Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

⁸⁰Eko Febriyanto, Owner Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

pentol bos Kabul. Kemudian peneliti juga mendapat informasi tambahan dari pemilik usaha mengenai strategi tempat pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Kalau untuk tempat itu sebenarnya dari mitra sendiri karena kita tidak ikut menentukan tapi kita tetap sarankan tempat tempat yang baik itu dimana misalnya di indomaret alfamart atau tempat pusat orang berbelanja terus di pinggir jalan yang mau masuk di perumahan.”⁸¹

Berdasarkan keterangan tersebut maka dapat dipahami bahwa untuk memiliki tempat strategis agar konsumen tidak lari ke merk/produk yang lain yaitu dengan cara menyarankan para mitra atau cabang pentol bos Kabul di tempat –tempat yang baik misalya tempat orang berbelanja, contohnya di depan indomaret, alfamart atau di pinggir jalan menuju perumahan. Dalam usaha ini juga terdapat strategi sehingga penjualan atau pemasarannya dapat dikenal kosumen secara mudah. Maka dalam hal ini peneliti telah melakukan wawancara dengan karyawan pentol bos Kabul dan mendapat informasi sebagai berikut:

“Untuk menarik minat pembeli, kita lebih ke promosian di media sosial, seperti instagram, dan tik-tok”⁸²

Maksud dari penjelasan karyawan yang bertuga sebagai HRD atau personalia usaha pentol Kabul ini bahwa usaha pentol bos Kabul dengan memperkenalkan konsumen yaitu dengan cara aktif di sosial media contohnya memberikan informasi-informasi terkait produk yang di jual oleh pentol bos Kabul,memberikan informasi terbaru mengenai produk baru, dan memberikan inovasi-inovasi di sosial media misalnya memberikan ucapan setiap berkaitan

⁸¹ Eko Febriyanto, Owner Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

⁸²Rika, HRD / Personalia Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

dengan hari-hari spesial contohnya, hari raya idul fitri, hari raya idul adha dan lain sebagainya. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari karyawan usaha mengenai strategi harga pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Harga jual yang dianggap terjangkau lebih ke harga pasar pada umumnya ya, bahwasannya kita pentol cuman 500 rupiah.”⁸³

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat dipahami bahwa untuk memprediksi harga jual terjangkau yaitu pentol bos Kabul memberikan harga jual sesuai harga pasar yaitu 500 rupiah untup per biji pentol, maka dari itu harga jual sangat mempengaruhi bisnis, meskipun harga jual di anggap murah dan terjangkau produk yang dikeluarkan pentol bos Kabul juga produk yang terbaik dan berkualitas. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari karyawan usaha mengenai strategi harga modal awal usaha pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Kita tentukan modal awal dulu atau modal produksi terus habis itu dibagi hasil produksi jadi kita tau kan hpp dan hpp itu kita bisa sesuaikan cocok gak kalau misalnya kita jual segini seperti itu.”⁸⁴

Maksud dari penjelasan karyawan yang bertugas sebagai HRD atau personalia usaha pentol Kabul ini bahwa usaha pentol bos Kabul dalam menyesuaikan harga dengan modal awal yaitu dengan menentukan modal awal misalnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja produksi, maka akan ketahuan harga pokok penjualannya maka pentol bos Kabul memberikan harga sesuai perhitungan tersebut dan sesuai harga pasarnya. Kemudian peneliti juga mendapat

⁸³Rika, HRD / Personalia Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

⁸⁴Rika, HRD / Personalia Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

informasi dari karyawan usaha mengenai strategi tempat pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Kita lebih interaktif, mungkin calon mitra yang baru bergabung kita selalu bertanya misalnya mau buka dimana ibu, dirumah atau join di minimarket dan kita selalu memberikan pandangan atau saran yang strategis kepada beliaunya.⁸⁵

Maksud dari penjelasan karyawan yang bertugas sebagai HRD atau personalia usaha pentol Kabul ini bahwa usaha pentol bos Kabul memperkenalkan tempat kepada calon pembeli atau masyarakat yaitu dengan cara memberikan arahan atau saran kepada calon mitra untuk bergabung membuka cabang baru, memberikan pandangan atau saran tempat yang strategis untuk bisa berjualan pentol bos Kabul. Dan juga selalu memberikan informasi terbaru terkait penempatan cabang baru yaitu melalui media sosial instagram dan tik tok. Kemudian peneliti juga mendapat informasi tambahan dari karyawan usaha mengenai strategi tempat pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Kalau untuk tempat konsumen tidak lari ke merek produk lain itu kita udah sistem putus kalau tempat sama mitra, kalau sama produknya kita masih berkesinambungan, cuman kalau tempat kita percaya 100 persen sama mitranya, tapi untuk persaingan yang sehat kita dari manajemen memberikan jarak dari satu mitra ke mitra yang lain minimal radius 1 km.”⁸⁶

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat dipahami bahwa pentol bos Kabul untuk memilih tempat cabang baru yaitu dengan para calon mitra yaitu tidak lagi memiliki hak untuk menentukan tempat atau lokasi usaha karena sudah sistem putus terhadap mitra, kalau berkaitan dengan produk pentol bos Kabul

⁸⁵ Rika, HRD / Personalia Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

⁸⁶ Rika, HRD / Personalia Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

masih memiliki tanggung jawab atau masih berkesinambungan terhadap produk, meskipun tempat produksi sudah sistem putus terhadap mitra atau cabang baru, pentol bos Kabul masih memberikan arahan terhadap mitra yang ingin membuka cabang baru pentol bos Kabul. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari konsumen pertama mengenai strategi promosi pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Saya mengenal produk ini dari sosial media contohnya di instagram dan tik tok.”⁸⁷

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat dipahami bahwa konsumen mengenal produk pentol bos Kabul dari media sosial seperti instagram dan tik tok, yang awalnya konsumen tentang bos kabul tidak kenal apa itu pentol bos kabul, tetapi konsumen membuka sosial media lewat tik tok dan lewat iklan mengenai pentol bos kabul maka konsumen tertarik akan produknya. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari konsumen mengenai strategi harga pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Menurut saya harganya terjangkau makanya saya tertarik membeli produk dan gabung dalam mmitra pentol bos Kabul.”⁸⁸

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat dipahami bahwa konsumen tertarik dengan produk pentol bos kabul karna harganya murah dan terjangkau, maka dari itu konsumen memilih untuk bergabung sebagai mitra pentol bos kabul, Kemudian peneliti juga mendapat informasi tambahan dari konsumen pertama mengenai strategi harga pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

⁸⁷Muflikhatul Farikha, Pemilik Mitra Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung 1 Desember 2023)

⁸⁸Muflikhatul Farikha, Pemilik Mitra Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung 1 Desember 2023)

“Iyah sangat terjangkau dan murah untuk semua produk pentol bos Kabul.”⁸⁹

Maksud dari penjelasan konsumen saudari Muflkhatul Farikhah yaitu harga pentol bos kabul yang di anggap terjangkau sesuai harga pasar dan memberikan keuntungan terhadap mitra dan konsumen atau pembeli. Kemudian peneliti juga mendapat informasi tambahan dari konsumen pertama mengenai keterjangkauan harga pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Menurut saya untuk pentol yang banyak varian ini yang dimulai dari harga 500 rupiah ini sangat terjangkau, meskipun saya pernah mengalami kurang memuaskan terhadap produk, misalnya bumbu yang cepat basi, tetapi hanya sekali yang pernah saya rasakan.”⁹⁰

Berdasarkan keterangan tersebut maka dapat dipahami bahwa harapan mitra sebelum mereka melakukan pembelian yaitu sudah bisa manjangkau harga yang di tetapkan oleh pentol bos kabul, dari harga yang paling murah misalnya dimulai dari 500 rupiah sampai harga dibilangg tinggi sesuai produk varian rasa yang ada di pentol bos kabul. Mitra juga pernah mengalami kurang memuaskan terhadap produk. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari konsumen pertama mengenai strategi tempat pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Melalui sosial media yang sangat aktif memberikan iklan iklan produk dan inovasi baru mengenai pentol bos Kabul.”⁹¹

Maksud dari penjelasan konsumen saudari Muflkhatul Farikhah pemilik mitra mengetahui tempat usaha pentol bos kabul dari sosial media, melalui internet, instagram dan tiktok. Kemudian peneliti juga mendapat informasi

89 Muflkhatul Farikha, Pemilik Mitra Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung 1 Desember 2023)

90 Muflkhatul Farikha, Pemilik Mitra Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung 1 Desember 2023)

91 Muflkhatul Farikha, Pemilik Mitra Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung 1 Desember 2023)

tambahan dari konsumen pertama mengenai strategi tempat pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Iyah sangat strategis karena sering dijumpai di sekitar jalan dan di minimarket seperti di indomaret dan di alfamart.”⁹²

Berdasarkan keterangan di atas maka dapat dipahami bahwa pentol bos kabul mudah untuk di temui di tempat-tempat yang strategis, misalnya di tempat perbelanjaan atau tempat yang ramai pengunjung. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari konsumen kedua mengenai strategi promosi pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Saya mengenal dari orang lain dan di jalan raya disaat saya lagi ingin membeli pentol.”⁹³

Maksud dari penjelasan konsumen saudari Denia Trisanti yaitu konsumen mengenal produk pentol bos kabul yaitu dari orang lain dan langsung mendatangi salah satu cabang pentol bos kabul untuk konsumen beli. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari konsumen mengenai strategi harga pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Karena harganya murah di kantong, apalagi saya sebagai anak remaja penggemar pentol dan rasanya enak.”⁹⁴

Maksud dari penjelasan konsumen tersebut yaitu konsumen tertarik karena harga yang cukup murah dan terjangkau dan produk yang dimiliki pentol bos kabul banyak macam varian yang membuat konsumen tertarik dan membelinya

⁹²Muflikhatul Farikha, Pemilik Mitra Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (1 Desember 2023)

⁹³Denia Trisanti, Konsumen Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (4 Desember 2023)

⁹⁴Denia Trisanti, Konsumen Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (4 Desember 2023)

dan konsumen sangat puas terhadap pentol bos kabul. Kemudian peneliti juga mendapat informasi tambahan dari konsumen kedua mengenai strategi harga pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Iya sangat terjangkau untuk kalangan pelajar seperti saya.”⁹⁵

Maksud dari penjelasan konsumen tersebut yaitu konsumen menganggap produk pentol bos kabul dengan harga yang sudah di tetapkan menurutnya harganya sangat terjangkau dan murah. Kemudian peneliti juga mendapat informasi tambahan dari konsumen pertama mengenai keterjangkauan harga pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Saya dengan harga 500 sudah memenuhi harapan saya sebagai pembeli karena harganya sangat terjangkau murah dan rasanya enak.”⁹⁶

Berdasarkan keterangan tersebut maka dapat dipahami bahwa konsumen sudah memenuhi harapan terhadap harga yang sudah ditetapkan pentol bos kabul dan merasa puas atas harga yang terjangkau dan kualitas yang baik. Kemudian peneliti juga mendapat informasi dari konsumen kedua mengenai strategi tempat pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Saya mengetahui lewat media sosial contohnya instagram dan tiktok.”⁹⁷

Maksud dari penjelasan konsumen tersebut yaitu konsumen mengetahui tempat usaha melalui sosial media yang ada di instagram dan tik tok yang selalu memberikan informasi ter update. Kemudian peneliti juga mendapat informasi

⁹⁵Denia Trisanti, Konsumen Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (4 Desember 2023)

⁹⁶Denia Trisanti, Konsumen Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (4 Desember 2023)

⁹⁷Denia Trisanti, Konsumen Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (4 Desember 2023)

tambahan dari konsumen kedua mengenai strategi tempat pentol bos Kabul yaitu sebagai berikut:

“Menurut saya sudah strategis karena saya mudah menjumpai di depan alfamart dan indomaret.”⁹⁸

Berdasarkan keterangan tersebut maka dapat dipahami bahwa tempat menurut konsumen sudah termasuk strategis yang di mana aja sudah mudah ditemui apalagi di wilayah sidoarjo sendiri.

Dari uraian diatas maka peneliti memberikan kesimpulan tentang strategi produk yakni pentol bos kabul selalu memberikan yang terbaik dari bahan baku pengelolaan produk dan memiliki kualitas yang baik, dan juga selalu memberikan inovasi-inovasi terbaru untuk menambah cita rasa produk misalnya membuat varian rasa yang unik yang akan membuat konsumen penasaran. Strategi harga yang terjangkau yang membuat konsumen memilih untuk membeli produk dari pentol bos kabul dan juga para umkm yang ingin bergabung sebagai mitra pentol bos kabul karna harga yang murah terjangkau. Strategi tempat yang dilakukan oleh pentol bos kabul juga sangat strategis dimana sangat mudah untuk ditemui di wilayah sidoarjo bahkan di luar wilayah sidoarjo. Strategi promosi yang dilakukan pentol bos kabul yaitu aktif dengan menggunakan sosial media dan pentol bos kabul juga mendatangkan influencer sebagai dukungan promosi untuk usaha pentol bos kabul.

98 Denia Trisanti, Konsumen Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (4 Desember 2023)

2. Faktor pendukung dan penghambat yang anda alami dalam strategi produk, harga dan tempat dalam penjualan pentol bos Kabul

Dalam usaha ini juga terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat. Maka dalam hal ini peneliti telah melakukan wawancara dengan pemilik usaha pentol bos Kabul dan mendapat informasi sebagai berikut:

“Faktor yang menjadi pendukung dalam mengatasi masalah produk, kita menciptakan varian rasa yang bermacam-macam, kita membuat promo yang menarik agar konsumen berminat untuk membelinya. Faktor penghambat jika ada produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, misalnya produk tidak tahan lama, mungkin karena perjalanan pengiriman terlalu lama atau kesalahan dari konsumen/mitra yang kurang tepat menyimpan produk. Bahan baku yang naik turun, terus juga tempat produksi juga kan kita beberapa kali pindah.”⁹⁹

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat dipahami untuk faktor penghambat yaitu dari produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen dan juga tempat produksi yang sebelumnya beberapa kali pindah dikarenakan belum memiliki tempat produksi yang permanen, dan untuk faktor pendukungnya pentol bos kabul memiliki banyak varian rasa sehingga menjadi ciri khas untuk menarik minat para konsumen.

“Untuk pendukungnya di produk pentolnya sangat banyak macam varian misalnya pentol jamur, pentol mercon dsb, serta kami menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku untuk mengamankan pasokan dengan harga yang murah dan stabil dan kita perjualkan harganya juga sangat terjangkau apalagi harga kantong pelajar. Faktor penghambat untuk penetapan harga ketika harga produk terlalu murah, konsumen beranggapan produk tersebut memiliki kualitas rendah, meskipun begitu kami mengupayakan produk kami produk yang berkualitas”¹⁰⁰

⁹⁹Eko Febriyanto, Owner Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

¹⁰⁰Eko Febriyanto, Owner Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

Maksud dari penjelasan pemilik usaha tersebut yaitu untuk faktor pendukungnya konsumen sangat tertarik karena produk yang di keluarkan pentol bos kabul sangat banyak varian yang menjadi banyak minat para pembeli atau konsumen untuk membeli produk tersebut. Kemudian peneliti juga mendapat informasi yang menjadi faktor penghambat harga memberikan pengaruh terhadap pemikiran konsumen dalam membeli produk. Kemudian peneliti mendapatkan informasi dari konsumen pentol bos kabul yaitu sebagai berikut:

“Untuk faktor pendukungnya harganya sangat terjangkau, untuk penghambatnya yaitu banyak usaha pentol lain yang menjadi saingan pentol bos kabul tersebut.”¹⁰¹

Maksud dari penjelasan konsumen tersebut yaitu untuk faktor pendukungnya, harga yang ditetapkan pentol bos kabul yaitu harga sangat terjangkau untuk konsumen, untuk faktor penghambatnya yaitu banyaknya saingan yang menjual produk yang sama dan harga yang sama sehingga akan membuat persaingan.

“Untuk faktor pendukungnya dari strategi tempat sendiri, kita menawarkan siapapun yang ingin menjadi distributor sehingga kita memiliki tempat distribusi di setiap kota, dan akan memudahkan konsumen mendapatkan produk, tetapi untuk saat ini tempat distribusi masih 12 kota, jadi penghambatnya kita masih menngupayakan untuk bisa lebih banyak lagi distributor di setiap daerah”¹⁰²

Maksud dari penjelasan pemilik usaha tersebut yaitu untuk faktor pendukungnya pentol bos kabul sudah memiliki tempat distribusi ± 12 kota untuk memudahkan konsumen dan mitra untuk mendapatkan produk pentol bos kabul.

¹⁰¹Denia Trisanti, Konsumen Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (4 Desember 2023)

¹⁰²Eko Febriyanto, Owner Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (27 November 2023)

Penghambatnya pentol bos kabul untuk saat ini tempat distribusi belum menyeluruh tersebar di setiap kota.

“Kita aktif sosial media dari facebook, instagram, youtube dan whatsapp, kita selalu mengadakan evaluasi dan pembenahan jika terjadi apa yang kita promosikan kurang menarik konsumen maka dari itu kita selalu evaluasi dan menciptakan inovasi baru, kita juga memberikan kesempatan kepada yang bergabung mitra untuk mendapatkan reward/bonus/undian pada masa tertentu, dan juga kita selalu melibatkan influencer untuk mempengaruhi konsumen. Penghambatnya mungkin dari promosi kita tidak sampai kepada konsumen, maka dari itu kita selalu aktif promo media sosial dan memberikan inovasi baru”¹⁰³

Maksud dari penjelasan pemilik usaha tersebut yaitu untuk faktor pendukungnya dalam strategi promosi usaha pentol bos kabul selalu evaluasi dan pembenahan terhadap promosi di sosial media untuk menarik minat calon pelanggan dan selalu melibatkan influencer. Faktor penghambat yaitu terjadi ketika pada waktu mempromosikan produk tidak sampai ke konsumen, maka dari itu usaha pentol bos kabul selalu memberikan inovasi baru untuk menarik konsumen.

Tabel 4.2

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

| NO | Faktor Pendukung | Faktor Penghambat |
|-----------|---|---|
| 1. | Memiliki varian rasa produk bermacam-macam. | Produk yang dipasarkan pernah tidak sesuai dengan keinginan konsumen. |

¹⁰³Denia Trisanti, Konsumen Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (4 Desember 2023)

| | | |
|----|--|---|
| 2. | <p>Harga yang dipasarkan sangat terjangkau, tempat produksi menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku untuk mengamankan pasokan dengan harga yang murah dan lebih stabil.</p> | <p>Penetapan harga ketika harga produk terlalu murah, konsumen beranggapan produk pentol bos kabul memiliki kualitas yang rendah.</p> |
| 3. | <p>Memiliki tempat produsen yang berada di dekat jalan utama dan berada di tempat yang mudah terlihat oleh calon pelanggan. Memiliki tempat distribusi di 12 kota untuk memudahkan akses konsumen mendapatkan produk pentol bos kabul. Lokasi cabang mitra sudah tersebar ± 1000 kota.</p> | <p>Usaha pentol bos kabul masih kurang distributor sehingga kesulitan untuk mengambil atau membeli di tempat distribusi terdekat.</p> |
| 4. | <p>Selalu aktif dalam promosi di sosial media dan selalu melibatkan influencer untuk mempromosikan produk dan mempengaruhi konsumen</p> | <p>Hambatan terjadi ketika mempromosikan produk tidak sampai di konsumen dan tidak bisa mempengaruhi minat konsumen.</p> |

| | | |
|--|-----------------------|--|
| | untuk membeli produk. | |
|--|-----------------------|--|

Hasil Observasi di lapangan, terdapat beberapa faktor yang dirasa sangat berpengaruh pada proses strategi produk harga tempat dan promosi usaha pentol bos kabul yakni faktor pendukung yaitu harga bahan baku yang normal dan stabil yang membuat pentol bos kabul memproduksi produk tersebut tidak mengurangi bahan atau ukuran produk yang sudah ditentukan sebelumnya, untuk faktor penghambat yaitu harga bahan baku yang naik yang membuat pentol bos kabul memproduksi lebih sedikit dari yang sebelumnya, lalu persaingan usaha lain meskipun begitu pentol bos kabul selalu memberikan atau mendorong untuk membuat inovasi produk yang baru.¹⁰⁴

Hasil observasi di lapangan, peneliti melihat dari strategi produk, harga, tempat dan promosi yaitu pentol bos kabul memperkenalkan produk agar menarik minat pembeli yaitu dengan cara aktif dalam hal sosial media dimana ada karyawan yang bernama An-nisa yang bertugas sebagai digital marketer dimana beliau berprofesi di bidang pemasaran dengan menggunakan platform digital antara lain bertugas mengelola media sosial, periklanan dan promosi terhadap produk pentol bos kabul, maka dengan begitu konsumen atau masyarakat bisa mengetahui lewat sosial media. Adapun untuk harga yang ditetapkan pentol bos kabul yaitu sangat terjangkau baik harga untuk pembeli atau pun para mitra. Pentol bos kabul juga memiliki strategi tempat dimana untuk tempat produksi berada di tengah-tengah wilayah kabupaten sidoarjo yang mana akan

¹⁰⁴Hasil Observasi Langsung Pada Tanggal (27 November 2023)

memudahkan konsumen atau masyarakat untuk membeli produk pentol bos kabul. Adapun tempat cabang yang sudah meluas di wilayah sidoarjo bahkan di luar wilayah sidoarjo yang mana tempat tersebut sudah termasuk strategis.¹⁰⁵

Hasil dokumentasi mengenai strategi produk, harga, tempat dan promosi pada usaha pentol bos kabul kabupaten sidoarjo, dipaparkan oleh peneliti sebagai penguat dari hasil wawancara dan observasi dilapangan. Adapun dokumentasi adalah sebagai berikut:

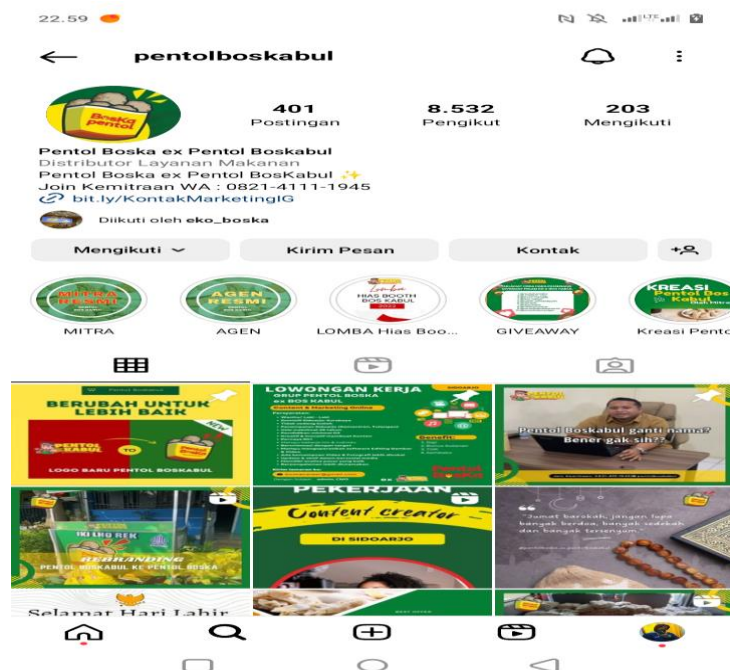


(Gambar tempat produksi pentol bos kabul)

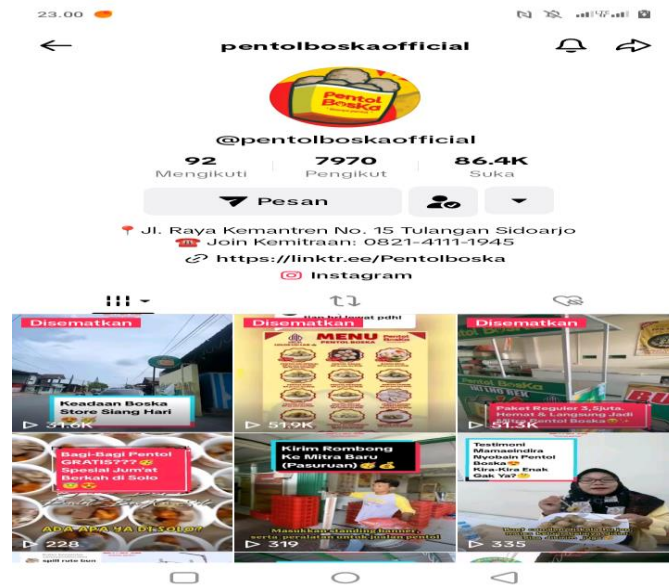
¹⁰⁵Hasil Observasi Langsung Pada Tanggal (27 November 2023)



(Gambar karyawan sedang memasukkan produk ke dalam keranjang)



(Gambar sosial media instagram pentol bos kabul)



(Gambar sosial media tik-tok pentol bos kabul)



(Gambar sosial media Youtube pentol bos kabul)

C. Temuan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data kemudian mendeskripsikan sesuai dengan yang diperoleh di lapangan, peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan penelitian. Beberapa hasil temuan yang bisa dilaporkan dalam bentuk tulisan sebagaimana dipaparkan sebagai berikut:

1. Strategi Produk

Produk dalam usaha pentol bos kabul mempunyai varian rasa dan besaran ukuran pentol. Hal ini dapat dilihat dari beberapa varian yang tersedia seperti pentol aci, dimsum, pentol kotak, pentol puyuh, pentol solo dan lain-lain.

2. Strategi harga

- a. Usaha pentol bos kabul yang ditentukan dari tempat produsen apabila konsumen menjadi mitra dan distributor yaitu pihak yang membeli produk dalam jumlah besar maka harga lebih murah, terjangkau dan mendapatkan bonus.
- b. Sistem harga dalam kemitraan pentol bos kabul yaitu beli putus, tanpa bagi hasil atau tanpa setoran target, semua keuntungan adalah hak mitra.

3. Strategi tempat

- a. Usaha pentol bos kabul yaitu memiliki tempat produsen yang berada di lokasi dekat jalan utama, banyak di lalui lalu lintas

kendaraan, dan berada di tempat yang mudah terlihat oleh calon pelanggan.

- b. Usaha pentol bos kabul membuka tempat distribusi di 12 kota besar untuk mempermudah akses konsumen mendapatkan produk.
- c. Strategi tempat untuk mitra yaitu lokasi yang strategis di area pusat perbelanjaan misalnya indomaret dan alfamart, dan di kawasan perumahan.
- d. Manajemen pentol bos kabul memberikan kebijakan tempat untuk mitra dengan memberikan arahan lokasi jarak dari satu mitra ke mitra lain minimal radius 1 km untuk persaingan sehat.

4. Strategi promosi

- a. Usaha pentol bos kabul aktif sosial media dengan desain promosi yang menarik konsumen seperti instagram, facebook, tik-tok dan whatsapp.
- b. Pentol bos kabul juga mendatangkan *influencer* untuk mempromosikan produk melalui *endorsement*, *review* produk atau kolaborasi, sehingga untuk menarik minat para konsumen.
- c. Pentol bos kabul memberikan inovasi baru kepada mitra misalnya memberikan kesempatan mendapatkan Reward/Bonus/Undian pada masa tertentu yang diselenggarakan oleh manajemen pentol bos kabul.

5. Faktor pendukung strategi produk :

Memiliki inovasi baru untuk menarik minat konsumen dengan menciptakan varian produk yang beraneka macam, serta memberikan kualitas produk yang baik

Faktor penghambat strategi produk :

Produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan keinginan konsumen, misalnya bumbu kurang tahan lama sehingga bagi mitra atau konsumen kurang memuaskan.

6. Faktor Pendukung Strategi Harga :

Usaha pentol bos kabul mampu menyiasati kenaikan harga baku yaitu menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku untuk mengamankan pasokan dengan harga yang murah dan lebih stabil.

Faktor Penghambat Strategi Harga :

Kendala yang dihadapi pada saat penetapan harga ketika harga produk terlalu murah, konsumen beranggapan produk tersebut memiliki kualitas yang rendah, begitupun sebaliknya, jadi harga memberikan pengaruh terhadap pemikiran konsumen dalam membeli produk.

7. Faktor Pendukung Strategi Tempat :

Usaha pentol bos kabul memiliki 12 lokasi tempat distribusi untuk memudahkan akses konsumen mendapatkan produk.

Faktor Penghambat Strategi Tempat :

Usaha pentol bos kabul masih kekurangan distributor atau tempat distribusi, sehingga kesulitan untuk mengambil atau membeli di

tempat distribusi, sedangkan cabang mitra yang sudah tersebar \pm 1000 mitra.

8. Faktor Pendukung Strategi Promosi :

Faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi petol bos kabul pada saat produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi problem pada saat promosi yaitu dengan mengadakan evaluasi dan pembenahan. Mengaktifkan semua sosial media (Youtube, Tik-Tok, Instagram, facebook, dan Whatsapp), Melibatkan *influencer* atau *public figure* untuk mengiklankan atau mempromosikan produk untuk meningkatkan citra merek.

Faktor Penghambat Strategi Promosi :

Hambatan terjadi ketika pada waktu mempromosikan produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi problem pada saat promosi.

D. Pembahasan

1. Strategi produk harga tempat dan promosi pada penjualan Petol Bos Kabul Sidoarjo

Perusahaan apapun termasuk UMKM tentunya tidak hanya berjalan begitu-begitu saja, melainkan pasti ada sesuatu yang ditonjolkan sehingga konsumen dapat tertarik dan membeli produknya tersebut. Hal ini yang dimaksud adalah bagaimana strategi yang dilakukan oleh pengusaha dalam memberikan yang terbaik pada konsumen hingga produknya tersebut dapat dikenal dan diminati di wilayah publik. Strategi secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu cara yang

dilakukan seseorang dalam memperoleh sesuatu atau target yang diinginkan. Hal ini didukung oleh pandangan Ma de Darsana dalam bukunya strategi pemasaran yang diungkap bahwa Strategi pemasaran adalah upaya yang terencana dan terukur untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk perusahaan. Ini melibatkan serangkaian langkah-langkah bisnis yang dirancang untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dan mendorong mereka untuk membelinya.¹⁰⁶ Jika dalam wilayah perdagangan, maka strategi yakni sesuatu rancangan yang dilakukan oleh pengusaha secara terencana dalam memperkenalkan perusahaan sehingga dapat dikenal khalayak dan menjadi produk yang tidak asing dalam masyarakat.

Pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa dan barang-barang pemuas keinginan pasar. Pentol Bos Kabul sebagai salah satu UMKM yang ada di Sidoarjo memiliki cara dan strategi dalam menjalankan usahanya. Strategi tersebut meliputi strategi produk, harga, tempat dalam promosinya.

Usaha pentol bos kabul dalam strateginya pertama yaitu mengedepankan marketing sebagai cara handal yang dilakukan oleh usaha ini, ketika marketingnya sudah baik sehingga dalam target pentol bos kabul tentang produk atau rasa dapat dinikmati oleh konsumen secara sempurna. Strategi harga dari usaha ini yaitu dengan melihat modal awal, hal ini dapat dilihat dari informasi yang didapatkan peneliti dari pemilik usaha bahwa modal awal dalam usaha ini dimulai dengan

¹⁰⁶Made Darsana, Dkk, *Strategi Pemasaran*, 21.

angka 200.000 rupiah. Pentol bos kabul dalam pemasangan harga tidak mengambil keuntungan terlalu besar, karena dengan modal awal yang ditetapkan maka dalam penentuan harga juga melihat dari berapa banyaknya produk yang diproduksi dan bagaimana keuntungan yang akan didapat dari setiap penjualan produk. Artinya, usaha pentol bos kabul dalam memberikan harga pada konsumen yaitu dengan harga yang murah dan tidak menguras dompet, dengan harapan meskipun keuntungan itu sedikit tetapi pemilik usaha ini lebih menginginkan pada target akhir yaitu tentang bagaimana pentol bos kabul bisa memberikan yang terbaik terhadap para konsumennya. Dalam strategi produk pentol bos kabul memiliki inovasi-inovasi sehingga menarik minat calon pelanggan dengan menciptakan varian rasa yang bermacam-macam antara lain pentol ori spesial, pentol kasar, bakso solo, pentol keju, pentol mercon, pentol jamur, pentol kotak, pentol puyuh, dimsum, pentol oseng krengseng, pentol oseng rending, dsb.

Strategi tempat dalam usaha pentol bos kabul yaitu dari tempat produsen memiliki lokasi yang berada di dekat jalan utama yang banyak di lalui lalu lintas kendaraan, dan berada di tempat yang mudah terlihat oleh calon pelanggan. Adapun strategi tempat lainnya, usaha pentol bos kabul membuka tempat distribusi di setiap kota besar untuk mempermudah akses konsumen mendapatkan produk. Strategi tempat untuk mitra yaitu lokasi yang strategis di area pusat perbelanjaan misalnya indomaret dan alfamart, dan di kawasan perumahan. Manajemen pentol bos kabul memberikan kebijakan tempat untuk persaingan sehat dengan membrikan arahan lokasi jarak dari satu mitra ke mitra lain minimal radius 1 km. Strategi tempat usaha pentol bos kabul untuk cabang mitra yaitu

berada di tempat-tempat ramai yang mudah dikunjungi oleh masyarakat, area pusat perbelanjaan yaitu indomaret, alfamart, dan di kawasan perumahan. Keterjaminan keramaian konsumen menjadi suatu yang penting dalam berwirausaha, maka tempat menjadi salah satu faktor berjalannya suatu usaha.

Pentol bos kabul Selain memberikan harga yang cukup terjangkau, pemilik usaha pentol bos kabul menawarkan dan memberikan usaha kemitraan kepada orang lain untuk bisa bekerja sama dalam usaha pentol bos kabul.

Dalam strategi usaha pentol bos kabul juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, seseorang dapat mengetahui pentol bos kabul ini yaitu salah satunya dari informasi media sosial. Hal demikian dapat dilihat dari data informasi yang didapatkan dari konsumen yang menyatakan bahwa awal mula dirinya mengetahui pentol bos kabul karena melihat dari sosial media.¹⁰⁷ Informasi tersebut merupakan pendukung terhadap bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh pemilik usaha bos kabul. Pemanfaatan media sosial sangat berpengaruh terhadap usaha pentol bos kabul dilihat dari data informasi yang didapatkan dari pemilik usaha yang menyatakan bahwa pihak pentol bos kabul mendatangkan influencer untuk mempromosikan produk melalui endorsement, review produk atau kolaborasi, sehingga untuk menarik minat para konsumen.

¹⁰⁷Denia Trisanti, Konsumen Usaha Pentol Bos Kabul Kabupaten Sidoarjo, wawancara langsung (4 Desember 2023).

2. Faktor pendukung dan penghambat yang anda alami dalam strategi produk, harga dan tempat dalam penjualan pentol bos kabul

Menjalankan sebuah usaha tentunya tidak akan lepas dari yang namanya faktor-faktor, baik itu faktor yang mendukung ataupun faktor yang menghambat terhadap berjalannya usaha. Faktor pendukung akan menjadi sebuah kemudahan dan penghambat akan menjadi penghalang terhadap kelancaran usaha ini. Termasuk juga dalam penerapan strategi pentol bos kabul. Berdasarkan hasil dari perolehan data mengenai faktor pendukung dan penghambat maka dapat diuraikan bahwa dalam menjalankan usaha pentol bos kabul yaitu dalam strategi produk, faktor pendukung usaha pentol bos kabul selalu menciptakan inovasi baru sehingga memiliki macam varian produk sehingga menjadi perbedaan ciri khas pentol bos kabul dengan usaha pentol lain. Adapun faktor penghambat dalam strategi produk yaitu tidak sesuainya keinginan konsumen atau terjadi produk yang kurang memuaskan, Pentol bos kabul sudah mengupayakan produk yang bagus dan berkualitas, meskipun ada beberapa konsumen yang memberikan kritikan tentang produk yang kurang memuaskan, pentol bos kabul siap menerima dan akan mengevaluasi hal tersebut.

Pentol bos kabul juga memiliki faktor pendukung lainnya yaitu adanya macam-macam varian produk yang tidak banyak dimiliki usaha-usaha pentol lain, adapun varian pentol mentahan dan harga yang terjangkau dengan kemasan banyak, yang dimiliki usaha pentol bos kabul, yaitu pentol ori isi 100 dengan harga (Rp. 37.000), pentol ori spesial isi 50 dengan harga (Rp. 18.500), pentol ori super isi 100 harga (Rp. 40.000), pentol kasar isi 20 harga (Rp. 15.000), pentol bakso solo isi 20 harga (Rp. 15.000), pentol bakso boska isi 50 dengan harga (Rp.

20.000), pentol keju isi 50 harga (Rp. 37.500), penol jamur isi 50 dengan harga (Rp37.500), pentol mercon isi 50 harga (Rp. 37.500), pentol puyu isi 25 dengan harga (Rp.40.000), pentol kotak isi 100 dengan harga (Rp.35.000), tahu aci isi 100 dengan harga (Rp. 37.000), pentol oseng isi 20 harga (17.500), dimsum isi 16 dengan harga (Rp. 16.000). Dari macam-macam varian tersebut akan menjadi ciri khas usaha pentol bos kabul yang mana konsumen akan tertarik.

Usaha pentol bos kabul mampu menyiasati kenaikan harga baku yaitu menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku untuk mengamankan pasokan dengan harga yang murah dan lebih stabil. Adapun strategi penghambat Kendala yang dihadapi pada saat penetapan harga ketika harga produk terlalu murah, konsumen beranggapan produk tersebut memiliki kualitas yang rendah, begitupun sebaliknya, jadi harga memberikan pengaruh terhadap pemikiran konsumen dalam membeli produk. Selain itu persaingan usaha yang ketat misalnya para pengusaha lain memiliki kesamaan usaha pentol. keterjangkauan harga, dan dari kestabilan bahan baku. Artinya apabila bahan baku ini stabil maka pentol bos kabul akan memproduksi lebih banyak. Pemilik usaha pentol bos kabul juga mampu menyiasati kenaikan harga bahan baku, misalnya menjalin kerja sama dengan supplier untuk mengamankan pasokan dengan harga murah yang lebih stabil.

Usaha pentol bos kabul Jl. Raya Kemantren No. 15 Keputran, kemantren Kecamatan Tulangan, Kabupaten Sidoarjo. Strategi tempat dalam usaha pentol bos kabul yaitu dari tempat produsen memiliki lokasi yang berada di dekat jalan utama yang banyak di lalui lalu lintas kendaraan, dan berada di tempat yang

mudah terlihat oleh calon pelanggan. Adapun strategi tempat lainnya, usaha pentol bos kabul membuka tempat distribusi di setiap kota besar untuk mempermudah akses konsumen mendapatkan produk. Strategi tempat untuk mitra yaitu lokasi yang strategis di area pusat perbelanjaan misalnya indomaret dan alfamart, dan di kawasan perumahan. Usaha pentol bos kabul memiliki 12 lokasi tempat distribusi yaitu di Sidoarjo, Surabaya, Gresik, Mojokerto, Pasuruan, Cepu, Solo dan Mataram untuk memudahkan akses konsumen mendapatkan produk. Faktor penghambat Usaha pentol bos kabul masih kekurangan distributor atau tempat distribusi, sehingga kesulitan untuk mengambil atau membeli di tempat distribusi, sedangkan cabang mitra yang sudah tersebar \pm 1000 mitra.

Faktor pendukung untuk mengatasi hambatan yang dihadapi pentol bos kabul pada saat promosi produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi problem pada saat promosi yaitu dengan mengadakan evaluasi dan pembenahan. Mengakifkan semua sosial media (Youtube, Tik-Tok, Instagram, facebook, dan Whatsapp), Melibatkan influencer atau public figure untuk mengiklankan atau mempromosikan produk untuk meningkatkan citra merek. Faktor Penghambat Strategi Promosi, hambatan terjadi ketika pada waktu mempromosikan produk tidak sampai ke konsumen dan kurang menarik minat para konsumen.