

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah penulis tulis pada Bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan berikut adalah jawaban terhadap rumusan masalah.

1. Proses pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro dalam menjalankan usahanya. Ada 4 unsur dalam proses pemasaran yang penulis temui, yaitu: a. produk, terdapat kualitas produk dan desain kemasan produk, b. harga, melakukan riset harga dari penjual lain dan menghitung keseluruhan biaya yang dikeluarkan, c. tempat dilihat dari lokasinya strategis, harga sewa terjangkau dan fasilitas yang dimiliki, d. promosi dilakukan menggunakan media sosial (instagram dan facebook), aplikasi online (shoppefood, grabfood, dan gofood) dan promosi secara langsung dari mulut ke mulut.
2. Kesimpulan jawaban terakhir adanya proses sosial yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro di EMFC Nologaten. Proses sosial yang dilakukan adalah kerjasama untuk saling menjaga kebersihan, saling menciptakan suasana kondusif, saling berbagi pembeli dan saling membantu dalam menyediakan bahan baku jualan dan interaksi sosial antara penjual dan pembeli melalui aplikasi online. Proses sosial lain adalah konflik yang terjadi antara pelaku usaha mikro dengan pemilik tempat usaha konflik yang terjadi pada pembeli dan penjual di EMFC Nologaten.

Dengan demikian hasil kesimpulan yang penulis tarik adalah ada kesamaan dan perbedaan pada berbagai macam pandangan ahli dan riset sebelumnya. Kesamaan terdapat pada proses pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro di EMFC Nologaten sesuai dengan penelitian Kotler (1998) dalam bauran pemasaran terdapat unsur produk, harga, tempat dan promosi. Penulis mengafirmasi bahwa ada unsur bauran pemasaran 4P pada penelitian ini. Ada pula proses sosial dalam pemasaran bisa dilihat dari karakteristik orang dalam mempengaruhi pelaku usaha mikro di EMFC Nologaten. Terlihat dari adanya komentar dan nilai yang diberikan pembeli kepada pelaku usaha mikro dengan menggunakan aplikasi online. Proses

pemasaran yang terjadi dapat menentukan keberhasilan dari pemasaran oleh pelaku usaha mikro di EMFC Nologaten. Proses sosial lain dalam pemasaran sesuai dan relevan dengan teori menurut (Soekanto, 1999) menjelaskan mengenai bentuk proses sosial. Dalam proses pemasaran penulis dapat mengkategorikan proses sosial yang dilakukan sebagai proses sosial asosiatif: kerjasama dan disosiatif: konflik. Terdapat relasi kuasa yang kuat antara pemilik tempat usaha dan penyewa yang didasarkan pada aturan sepihak pemilik lakukan, bukan aturan yang disepakati bersama. Hingga akhirnya penyewa kalah dan memutuskan untuk pindah tempat.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.

Assauri Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada: Jakarta

Bagong Suyanto dan J.Dwi Narwoko. 2007. *Sosiologi Teks Pengantar & Terapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Burhan, Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.

Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset

Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Andi Offset, Yogyakarta

J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto. *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana.

John W. Creswell. *Research Design Pedekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kotler, Philip. 1998. edisi revisi. Jilid I & II. "Manajemen Pemasaran

Milles dan Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press. hlm. 16.

Moleong, Lexy. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaha Rosdakarya.

Panji, Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.

Patton. (1980). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Pawitra, Teddy. (1993). *Pemasaran: Dimensi Falsafah, Disiplin, dan Keahlian*. Sekolah Tinggi Manajemen Prasetiya Mulya.

Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*, Bumi Aksara, Jakarta.

Scott, Willian R. 2003. "Financial Accounting Theory, " Third Ed, University of Waterloo, Prentice-Hall.

Soekanto, Soerjono, Sosiologi: Suatu Pengantar, Jakarta: PT Raja Grafindo.

Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.

Veithzal Rifai Zainal, et al., Islamic Marketing Management. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Non Buku

Abdullah, R., Malik, E., Adan, L. H., & Djaâ, A. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Wawoangi Kec. Sampoiawa Ditengah Pandemic Covid-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76-80.

Arofah, S. M. (2019). Pola Interaksi Sosial Antar Pedagang Buku Di Pasar Wilis Kota Malang. *JADECS (Journal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)*, 4(1), 1-7.

Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), hal 68-73.

Kereh, F., Tumbel, A. L., & Loindong, S.S. (2018) "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada PT Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Satulangi". *Jurnal EMBA*.

Lidya Mongi, L. Mananeke, A. Repi, "Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado", *Jurnal EMBA*.

Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123-128.

Merliya, M., & Ikhwan, I. (2019). Pola Interaksi Sosial Pedagang dengan Nelayan di Pasar Ikan Pantai Purus Padang Kecamatan Padang Barat. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 2(4), 399-406.

Petri, M, M. (2020). Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Ditengah Pandemi COVID-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi). Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin.

Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijal UIN Antasari Banjarmasin. 17(33), 81-95.

Sugesti, S. S. (2021). Strategi Pemasaran 7p Restoran Bertema Autentik Di Bale Raos Sebagai Potensi Wisata Kuliner Di Area Keraton Yogyakarta. *Media Wisata*, 19(2), 198-205.

Website:

Sasongko, Dedy. 2020. "UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit". Situs Resmi Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html> pada 21 November 2021.

Situs Resmi Echo Mini Food Court Nologaten. Diakses dari <https://echo-mini-food-court.business.site/> pada 10 April 2023.

Pratama, Akhdi. 2020. "Kadin: Sekitar 30 Juta UMKM Tutup karena Pandemi Covid-19". Kompas.com. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2020/07/28/170100126/kadin--sekitar-30-juta-umkm-tutup-karena-pandemi-covid-19> pada 20 September 2021.

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Pemasaran

1. Apa saja produk yang dijual?
2. Apa produk yang dijual menggunakan kualitas baik?
3. Bagaimana cara menjaga kualitas produk tersebut?
4. Apa desain kemasan dari produk yang dijual?
5. Bagaimana cara menentukan desain kemasan dari produk yang dijual?
6. Apa saja media promosi yang digunakan dalam pemasaran produk?
7. Bagaimana cara melakukan promosi dalam pemasaran produk?
8. Mengapa cara promosi itu yang dilakukan dalam pemasaran produk?
9. Apa saja pertimbangan dalam menentukan harga produk?
10. Bagaimana proses menentukan harga produk?
11. Apa saja pertimbangan dalam menentukan sebuah tempat usaha?
12. Mengapa memilih tempat ini sebagai tempat usaha?

Proses Sosial

1. Apa saja bentuk kerjasama yang dilakukan pelaku usaha mikro?
2. Bagaimana proses kerjasama yang dilakukan pelaku usaha mikro?
3. Mengapa proses kerja sama perlu dilakukan pelaku usaha mikro?
4. Apakah ada persaingan yang terjadi di antara pelaku usaha mikro?
5. Bagaimana cara persaingan itu bisa muncul di antara pelaku usaha mikro?

LAMPIRAN 1
TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN 1

Nama : Pak Agus owner nasi goreng mascotte

Waktu Wawancara : 08 April 2023

A : Selamat siang Pak Agus, terimakasih sudah menyempatkan beberapa waktu untuk menjawab pertanyaan yang akan saya tanyakan kepada bapak.

PA : Iya selamat siang mbak, silahkan dimulai.

A : Pak Agus kalo boleh tahu berasal dari daerah mana pak?

PA : Saya asli dari Surabaya mbak.

A : Bagaimana awal mula memulai usaha ini pak?

PA : Dulunya saya seorang chef di hotel bintang 5 di Jakarta, kemudian saya di ajak kenalan saya untuk menjadi chef hotel di luar negeri. Dengan rentang waktu 5 tahun saya bekerja di luar negeri. Dimana pada saat itu, saya mampu menghidupi orang tua saya, saya juga bisa membangun rumah. Tetapi, dengan menjadi seorang chef saja saya kurang cukup puas. Ada momen ketika waktu itu saya sedang bertemu seorang tamu di hotel, beliau adalah seorang bos yang memiliki usaha yang banyak. Beliau memberikan satu pertanyaan kepada saya begini “Apakah kamu tidak mau menjadi bos dari usahamu sendiri?” saya waktu itu belum bisa menjawab pertanyaan beliau, saya hanya tersenyum saja. Saya terus berpikir dan merenung dengan pertanyaan itu, akhirnya pada saat itu juga saya memutuskan untuk menjadi bos dari usaha saya sendiri. Setelah itu saya resign dan kembali ke Surabaya, keputusan yang saya buat tentu ditentang oleh orang tua dan keluarga saya. Karena pendapatan saya menjadi seorang chef selama ini cukup besar mbak. Mereka meragukan saya karena saya memilih untuk berjualan. Singkat ceritanya ya mbak, akhirnya saya memutuskan kota Yogyakarta sebagai awal tempat memulai usaha nasi goreng dengan nama nasi goreng mascotte, kenapa memilih kota Yogyakarta karena saya memiliki banyak teman-teman chef disini. Terus, awal berjualan saya di daerah Jombor tahun 2018. Alhamdulillah, pada tahun kedua

saya bisa membuka satu cabang lagi di daerah Umbulharjo mbak. Kemudian tahun Juli 2020 baru pindah di *echo mini food court* ini.

A : Apakah hanya produk nasi goreng yang ditawarkan oleh Pak Agus?

PA : Oh tidak mbak, ada nasi goreng, bakmi, bihun, kwetio, pangsit, kalo minuman ada teh panas/jeruk, air putih dan jeruk es/panas. Semua makan yang dijual dengan olahan dari ayam dan seafood mbak.

A : Apa yang membedakan produk nasi makanan yang dijual Pak Agus dengan lainnya?

PA : Salah satunya ya soal rasa, rasanya berbeda dengan warung lainnya mbak. kemudian kalau di nasi goreng itu biasanya ada dikasih kerupuk. Nah, kalau saya memakai pangsit goreng mbak sebagai pengganti kerupuk.

A : Apakah produk makanan yang ditawarkan menggunakan bahan baku dengan kualitas yang baik pak?

PA : Iya dong mbak, karena bahan baku yang berkualitas akan menentukan cita rasa dari sebuah makanan yang kita masak. Kalo bahan baku tidak bagus yang kita pakai, belum tentu cita rasa dari sebuah makanan itu enak.

A : Berarti menjaga kualitas produk itu penting ya pak?

PA : Iya sangat penting sekali mbak, saya tidak pernah menurunkan standar kualitas meskipun harga bahan baku di pasar itu naik mbak.

A : Bagaimana cara menjaga kualitas produk itu pak?

PA : Untuk bahan baku seperti sayuran maupun daging ayam kan saya ada kenalan pedagang di pasar, jadi memang sudah dipikirkan dari sana yang bagus-bagus mbak. Kalau saya yang paling utama menjaga kualitas itu ya salah satunya menjaga kebersihan. Jadi, bahan baku yang mau diolah harus dibersihkan secara optimal mbak.

A : Apakah Pak Agus memiliki desain khusus terhadap kemasan produk yang ditawarkan?

PA : Ada mba

A : Bagaimana proses desain kemasan produk itu dibuat?

PA : Kalau untuk desain kemasannya, saya sendiri yang membuat saya memilih warna merah dan kuning untuk warna pada kemasannya. Kemasan

produk yang saya buat, terbuat dari bahan kertas duplex yang dilaminasi glossy agar terlihat berkilau dan mewah.

A : Mengapa desain kemasan produk pak agus ada nama mascottenya?

PA : Iya mbak, kemasan produk saya ada nama Mascottenya. Saya taruh tulisan nama Mascotte, karena kemasan produk itu kan seperti indetitas dari sebuah produk yang kita jual. Jadi harapannya dibuat kemasan produk seperti itu, agar pembeli bisa mengenal produk kita hanya dari melihat kemasannya saja.

A : Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam menentukan desain produk yang ditawarkan?

PA : Kalau waktunya tidak begitu lama sih mbak, karena waktu itu saya dibantu oleh teman saya dalam mendesain kemasan produk ini.

A : Untuk soal harga produk yang Pak Agus jual kisaran harga berapa ya?

PA : Kalo untuk makanan di harga Rp 15.000 – Rp 25.000, kalau minuman di harga Rp 3.000 – Rp Rp 6.000.

A : Berarti harganya terjangkau ya Pak, apalagi bagi saya yang mahasiswa seperti ini.

PA : Harganya pasti terjangkau mbak, karena sasaran pasarnya juga termasuk mahasiswa/i mbak. Disini kan bukan hanya warga asli sekitar yang tinggal saja, ada juga kos-kosan mahasiswa/i seperi mbak angel juga yang tinggal. Jadi, saya buat harganya yang pas buat kantong mahasiswa.

A : Kalo soal harga ini pak, apakah ada pertimbangan dalam menentukan harga pada sebuah produk?

PA : Ada dong mbak

A : Bagaimana proses dalam menentukan harga sebuah produk Pak?

PA : Kalau saya sih, awalnya riset dulu mbak rata rata harga untuk satu porsi nasi goreng itu berapa kalau pedagang disini jual. Yang kedua, soal biaya yang keluar misalnya kita beli bahan baku, terus sewa tempat, pastinya kalo soal biaya ada itungannya sendiri mbak. Yang ketiga soal target sasaran yang dituju itu siapa mbak. Kira-kira gambarannya kayak gitu mbak soal pertimbangan untuk nentuin harga.

- A : Berarti ada beberapa langkah dalam menentukan harga ya pak?
- PA : Iya kalau saya sih seperti itu, tapikan tiap pengusaha beda-beda mbak dalam menentukan harganya.
- A : Apakah harga yang ditetapkan saat ini dapat berubah Pak?
- PA : Sejauh ini harga produk yang dijual masih sama mbak, belum ada perubahan sama sekali.
- A : Berarti kemungkinan harganya bisa berubah tidak Pak?
- PA : Kemungkinan bisa berubah tapi tidak tahu kapan mbak, mungkin akan berubah harganya jika bahan baku yang dibutuhkan sulit didapatkan mbak.
- A : Iya baik pak, apakah disini Pak Agus menyediakan pembayaran secara offline dan online juga? Karena saya melihat di atas meja tadi ada barcode QR Pak.
- PA : Iya betul mbak, disini pembayaran bisa tunai, tetapi bisa juga dengan barcode QR. Scan QR bisa pakai aplikasi kayak dana, mbanking, ovo gitu.
- A : Mengapa pada sistem pembayaran pak agus menyediakan secara tunai dan online?
- PA : Pokoknya saya sediakan semuanya karena kadang kan ada konsumen yang suka bayarnya pake QR, tapi juga ada yang pembayarannya secara tunai.
- A : Iya baik pak, saya lanjut lagi ya pak. Pak Agus tahu tempat *echo mini food court* Nologaten ini dari mana?
- PA : Saya waktu itu tahu *echo mini food court* Nologaten dari teman saya, kebetulan saat itu memang saya butuh tempat usaha yang baru yang harga sewanya terjangkau mbak dari harga sewa sebelumnya.
- A : Pindah ke *echo mini food court* Nologaten waktu itu kapan Pak?
- PA : Pindahnya saya kesini ya, bulan Juli tahun 2020 itu mbak pas pandemi itu.
- A : Berarti usaha milik Pak Agus terkena dampak pandemi covid-19 juga ya?

PA : Wah iya mbak, kena dampaknya juga. Ya dampaknya itu sangat besarlah bagi usaha saya. Sebelum pindah kesini saya sampai harus dulu terpaksa menutup cabang lain dari outlet saya.

A : Mengapa Pak Agus memilih tempat ini?

PA : Pertama tempatnya strategis mbak, dekat dengan jalan utama jadi akses konsumen untuk kesini juga mudah mbak. Kedua, harga sewa terjangkau mbak dibandingkan harga tempat saya sewa sebelumnya. Ketiga, fasilitas juga tersedia ada meja dan kursi untuk pembeli, wastafel untuk kita penjual, kamar mandi dan mushola juga ada.

A : Bagaimana perbedaan situasi *echo mini food court* yang dulu awal Pak Agus disini dan sekarang Pak? Karena saya lihat sekarang begitu sepi pak.

PA : Iya perbedaan jauh mbak, dulu pas mbak Angel masih kerja disini kan semua stand dipenuhi sama penjual-penjual. Sekarang sepi mbak, itu beberapa stand makanan kosong mbak, pedagang yang jualan disini juga bisa dihitung jari.

A : Iya benar pak, sekarang sepi sekali tidak sama seperti dulu. Kalau boleh tau mulai sepi nya kapan pak?

PA : Sebelum lebaran itu sudah mulai sepi mbak, saya juga kalo disini hanya malam hari saja untuk melihat karyawannya yang jaga disini. Kalau pagi hari saya dicabang lainnya mbak.

A : Berarti Pak Agus sudah punya cabang lain ya? Cabangnya dimana saja pak?

PA : Iya mbak cabang yang kedua di daerah Condongcatur mbak.

A : Kedua cabang ini jam operasional buka hingga tutupnya sama Pak?

PA : Iya kurang lebih sama mbak dari jam buka hingga jam tutupnya.

A : Kalau di sini jualan nya masih sampai malam Pak?

PA : Masih sama seperti dulu mbak, saya jualan dari siang hari sampai tengah malam disini mbak.

A : Berarti kalau tengah malam hanya warung Pak Agus saja yang masih buka?

PA : Tidak sih mbak, masih ada warung mie jawa punya Mas Ari itu. Dia juga kadang tutup sampai tengah malam.

- A : Mengapa warung milik pak agus dibuka sampai tengah malam?
- PA : Ya kita sebagai pemilik usaha harus memanfaatkan waktu dengan baik mbak. Kita kan harus berlomba-lomba untuk meningkatkan penjualan kita setiap harinya. Salah satu caranya dengan membuka warung saya sampai tengah malem untuk mendapatkan orderan pembeli secara online. Kalau tengah malem orderan paling banyak hanya melalui aplikasi ya mbak, jadi kalo diaplikasi itu ketika banyak yang order makanan kita dan mereka memberikan rating atau nilai untuk makanan kita. Jika nilainya bagus, maka dari sistem aplikasi itu memasukan warung makan kita di menu “rekomendasi”. Jadi pembeli yang order secara online bisa tahu rating dari warung kita baik atau buruk.
- A : Dari hasil rating itu bisa membuat calon pembeli yakin untuk order makanan dari warung kita ya pak?
- PA : Iya benar sekali mbak, mereka pasti tidak akan ragu untuk membeli makanan kita.
- A : Pertanyaan berikutnya, dalam mengenalkan produk kepada konsumen apakah Pak Agus menggunakan media sosial?
- PA : Iya mbak, mascote sendiri punya media sosial instagram @mascotte_id dan facebook dalam promosikan ke pembeli. Kalau sekarang kita lebih aktif menggunakan instagram mbak.
- A : Berarti penggunaan media sosial sangat membantu Pak Agus dalam promosikan produk kepada konsumen ya. Kalau boleh tau bagaimana cara menarik pembeli untuk melihat media sosial milik Pak Agus?
- PA : Iya tampilannya dibuat menarik mbak, kalau di instagram tampilan didominasinya warna merah dan kuning mbak. Warna kuning dan merah merupakan warna indentiknya warung mascotte ini mbak. Postingan foto produk yang saya upload di instagram juga fotonya jelas tidak buram. Terdapat video-video juga saat proses kita masak. Kami membuat tampilan di instagram harus menarik untuk daya tarik pembeli melihat dan mengunjungi instagram kami. Pembeli yang datang biasanya saya arahkan untuk memfollow instagram kami, tujuannya agar tahu misalnya kita lagi adain promo makanan dan minuman melalui postingan di Instagram.

- A : Kalau seperti itu, biasanya promo apa saja yang dibuat Pak?
- PA : Banyak sih mbak, kadang promo dihari besar misalnya hari valentine pembelian dengan nominal berapa gitu kita berikan coklat gratis. Promo lainnya yang kita dibuat itu potongan harga sebesar Rp 3.000 – Rp 4.000 di menu tertentu.
- A : Mengapa promo pada makanan dan minuman diterapkan oleh Pak Agus?
- PA : Saya menggunakan promo makanan untuk menarik pembeli datang lagi, kemudian untuk mempertahankan usaha saya agar tidak sepi pembeli. Promo yang di adakan juga tidak setiap hari, promo dilakukan ada waktu waktu tertentu Tidak hanya menggunakan instagram saja untuk melakukan promo, saya juga menggunakan aplikasi penjualan online seperti gofood, grabfood sama shoppefood mbak. Jadi di tiga aplikasi tersebut biasanya juga ada menyediakan promo tertentu. Misalnya ada diskon 30% sampai 60% dengan minimal order, terus ada juga promo gratis ongkir mbak.
- A : Berarti tiga aplikasi itu juga ada promosi yang diberikan ya kepada konsumen. Lalu, bagaimana prosesnya untuk mendaftarkan usaha kita ke tiga aplikasi tersebut pak?
- PA : Caranya mudah sih mbak, kita tinggal pergi ke kantornya masing masing dari aplikasi itu. Terus kita bilang mau daftarin usaha kita, nanti setelah itu beberapa hari kemudian ada tim dari mereka yang survei tempat usaha kita terus aktifkan usaha kita di aplikasi itu. Nanti kita disuruh download aplikasi terus kita bisa mulai pakai aplikasinya.
- A : Iya pak, jadi alur pendaftaran pada aplikasi cukup mudah ya. Tetapi kalau diaplikasi kenapa harganya berbeda ya pak dengan harga kita beli langsung.
- PA : Iya mbak karena kalau diaplikasi kan dipotong istilahnya itu pajak dari aplikasi kalo engga salah 30% dari aplikasi. Jadi saya naikin 30% juga dari harga normalnya mbak.
- A : Apakah Pak Agus merasa terbantu dengan aplikasi online tersebut?

PA : Sangat terbantu mbak dengan aplikasi online ini, apalagi dulu pas *covid-19* kan orang tidak berani keluar rumah, kegiatan semuanya kan secara online sama juga kalau mereka order makan ya secara online.

A : Kalau untuk disituasi sekarang merasa terbantu juga dengan aplikasi online ini Pak?

PA : Wah iya mbak kalau disituasi yang sekarang juga membantu, karena pembeli yang datang kan sedikit atau kadang juga tidak ada. Jadi, ya kalo disini paling banyak orderanannya lewat online saja.

A : Bagaimana langkah pembeli untuk membeli makanan dengan menggunakan aplikasi tersebut?

PA : Caranya gampang mbak, tinggal download aplikasi grab, gojek atau shopeefood. Setelah itu, klik aja pada menu makanan nanti pada kotak pencarian kita tulis aja nasi goreng surabaya mascotte nanti langsung muncul. Kemudian klik, terus bisa pilih makanan dan minuman apa yang mau dipesan.

A : Bagaimana cara Pak Agus menyakinkan agar pembeli yakin membeli produk dari warung Pak Agus melalui aplikasi tersebut?

PA : Mudah saja mbak, pada aplikasi online tersebut pembeli dengan mudah melihat rating dari warung kita berapa nilainya dan komentar dari orang yang sudah membeli produk kita. Istilahnya itu ada testimoni dari para pembeli begitu mbak. Nanti bisa dicek saja mbak, berapa rating atau nilai pada warung saya.

A : Berarti sebuah rating dari warung diaplikasi online sangat berpengaruh dalam menyakinkan pembeli ya Pak?

PA : Iya mbak, rating pada warung sangat berpengaruh karena biasanya orang atau saya sendiri kalau mau membeli barang melihat bagus tidaknya barang itu dilihat dari rating atau dari membaca kolom komentar. Itu juga sama dengan rating pada warung makan di aplikasi online, nantinya rating atau komentar itulah yang menyakinkan pembeli mau tidak beli makanan di warung saya begitu mbak

A : Oh begitu ya pak, saya jadi mengerti alasan Pak Agus menggunakan media sosial dan aplikasi online dalam melakukan promosi. Saya lanjut pertanyaan lagi ya pak.

- PA : Boleh silahkan mbak
- A : Apakah pelaku usaha mikro saling melakukan kerja sama, misalnya kerja sama untuk membersihkan *echo mini food court* pak?
- PA : Kerja sama antar pedagang disini maksudnya gitu mbak?
- A : Iya betul pak
- PA : Kalau disini umumnya ya saling membantu menjaga kebersihan lingkungan *echo mini food court*.
- A : Baik Pak Agus kalau begitu saya ucapkan terima kasih karena sudah mau menjawab beberapa pertanyaan saya.
- PA : Iya sama sama mbak Angel.

LAMPIRAN 2
TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN 2

Nama : Mas Candra owner warung sayuran

Waktu Wawancara : 10 April 2023

- A : Selamat pagi mas, maaf mengganggu waktunya. Perkenalkan saya Angel mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, saya ingin mengajukan beberapa pertanyaan mengenai usaha yang Mas Candra miliki ini.
- MC : Iya, monggo
- A : Ceritakan awal mulai memulai usaha sayuran ini mas bagaimana mas?
- MC : Saya mulai usaha ini awal tahun 2019, sebenarnya usaha ini milik mas saya, tapi karna gamau lanjutin akhirnya saya yg nerusin usaha sayuran Ini.
- A : Kenapa akhirnya mau meneruskan usaha ini mas?
- MC : Ya karena menurut saya jualan sayuran mentah ini gampang, ketimbang saya harus jual makanan yang saya harus masak lagi.
- A : Kalau boleh tau Mas Candra berasal dari mana?
- MC : Saya orang Bantul mbak.

A : Berarti tiap hari pulang pergi dari sini ke rumah lumayan jauh ya mas, kira kira membutuhkan waktu berapa menit mas perjalanan dari rumah kesini?

MC : Ya paling sekitar 45 menitan mbak, bagi mbaknya jauh tapi kalau bagi saya yang terbiasa bolak-balik ya rasanya biasa aja.

A : Pertama kali jualan memang di *echo mini food court* ini ya mas?

MC : Ya pertama kali berjualan sudah disini, tetapi dulu belum dibangun *food court*nya jadi masih lahan kosong luas gitu.

A : Jadi Mas Candra termasuk orang pertama yang berjualan disini ya?

MC : Iya gatau mbak, mungkin iya karna saya jualan belum ada bangunan *food court* ini.

A : Berarti usaha sayuran ini sudah cukup lama ya mas. Kalo boleh tau sayuran sayuran ini belinya dimana mas?

MC : Semua sayuran yang saya jual ini dikirim dari magelang. Saya ngambil dari sana karna harganya jauh lebih murah. Seminggu paling dua kali saya ke Magelang untuk kulakan barang yang habis. Tapi kalo saya ga bisa ke Magelang paling nitip temen saya, tapi kalo lewat temen harganya naik sedikit.

A : Selain sayuran yang dijual, apakah ada barang lain mas?

MC : Sayuran ada, tempe tahu ada, bumbu dapur ada, ayam ada, pokoknya semua bahan untuk masak saya jual. Kalo barang yang mau dibeli ga ada, bisa pesen aja nanti saya carikan.

A : Mas candra berarti kalo jualan dari jam berapa mas?

MC : Dari subuh sudah mulai jualan, nanti pulangnye sekitar jam 3 sore saya buka setiap hari disini.

A : Barang yang mas jual ini kisaran dari harga berapa?

MC : Ya kalau rata rata harga jualnya murah sih mbak, harganya ya mulai Rp 2.000an sudah bisa dapat sayur satu iket. Macem-macem mbak harganya, kadang juga saya sudah nentuin harga malah ada yang menawar. Saya suka kesel mbak biasanya ibu-ibu itu nawar barang saya sampai harganya bisa murah sekali. Padahal saya kan juga dapat untungnye ya sedikit dari sini.

A : Ada suka dukanya ya mas jualan ini, lalu bagaimana cara menentukan harga dari barang yang dijual ini mas?

MC : Ya kalau nentuiinya saya biasa patokannya harga dipasaran sih mbak. Jadi harga yang saya jual sama juga dengan pedagang yang ada dipasar. Istilahnya ya kalo pas harga naik ya saya naikan harganya, kalo pas harga turun ya saya harganya normal.

A : Berarti bisa dibilang harga yang ditetapkan Mas Candra berarti bisa berubah ya sewaktu-waktu?

MC : Iya benar mbak, tergantung harga di pasarannya berapa begitu mbak. Pokoknya bisa harganya murah atau bisa harganya mahal.

A : Kenapa Mas Candra memutuskan untuk berjualannya di *echo mini food court* Nologaten ini mas?

MC : Kalau dulu saya awal milihnya disini karena tempat ini berdekatan dengan pasar, jadi sewaktu saya kurang barang apa gitu saya bisa cari langsung di pasar. Tempat jualanya kan depannya langsung jalan besar mbak, jadi orang yang lewat sini mudah melihat jualan saya.

A : Dulu tahu *echo mini food court* Nologaten dari mana mas?

MC : Dari mas saya dulu yang carikan tempat ini.

A : Tapi disini bertahan cukup lama ya mas jualan di *echo mini food court* Nologaten ini?

MC : Iya bertahan lama dari tahun 2020 sampai sekarang mbak. Kalau dulu kan posisi saya berjualan kan sebelah kiri pojok itu mbak. Sekarang dipindah lagi ke sebelah kanan.

A : Siapa yang mindahin posisi tempat jualan milik Mas Candra?

MC : Ya Pak Agus mbak pemilik *echo mini food court* Nologaten itu. Beliau suka seenaknya sendiri suruh saya pindah pindah posisi mbak. Pernah sekali dia nyuruh saya pindah posisinya di stand paling belakang mbak. Ya sama gamau mbak, nanti yang ada jualan saya ga kelihatan sama pembeli. Kalo yang lain kan enak mbak pesanannya pake online, lha kalau saya kan ga ada pesanan secara online itu.

A : Lalu, apakah perilaku Pak Agus begitu juga dengan pedagang lain?

MC : Iya mbak, wong siapa itu dulu mas gendut yang jualan kerang kerang itu aja posisinya juga suka dipindah pindah. Makanya pedagang disini kadang tidak nyaman dengan aturan aturan yang Pak Agus buat mbak.

A : Aturan aturan yang mas maksud itu seperti apa?

MC : Ya itu aturannya yang suruh kita pindah pindah tempat itu, terus kalau dulu kan tempat ini untuk kumpulnya para ojol itu loh mbak. Sekarang kan ga boleh ojolnya duduk kumpul disini, alasannya Pak Agus nanti tempat ini kotor begitu mbak. Tapi kalo disini yang buat rame ya para ojol itu sebenarnya.

A : Adanya aturan aturan tersebut, bagaimana hubungan pelaku usaha disini dengan Pak Agus apakah baik mas?

MC : Iya begitu mbak, pada tidak suka dengan kelakuannya Pak Agus itu, beberapa pelaku usah pindah ya salah satunya karena itu. Kalo mbak tahu Mas Pras yang punya nomojowo itu kan akhirnya pindah juga. Ceritanya itu Mas Pras disuruh pindah di stand paling belakang itu mbak, trus Mas Pras minta agar stand yang dibelakang dibuatkan sedikit luas. Tetapi Pak Agus malah bilang kalau tidak suka dengan aturan saya, monggo saya tidak larang untuk keluar. Ada omongan gitu ya ga lama Mas Pras pindah mbak, tempatnya ga jaub sih dari sini kok.

A : Saya baru tahu kalo Mas Pras sudah pindah ternyata, karena bulan Maret itu saya kesini masih ada standnya mas.

MC : Iya sudah pindah mbak, bulan maret akhir kalau tidak salah mbak.

A : Biaya sewa disini berapa mas?

MC : Kalau saya kena Rp 500.000 perbulannya mbak, tapi kalo yang lainnya saya hanya tau harga sewa milik Pak Agus nasi goreng mascotte itu perbulannya kena Rp 1.000.000. Kalau yang lain kurang tahu mbak, nanti coba ditanyakan sendiri.

A : Saya kira harga sewa disini semuanya sama mas, ternyata harga beda-beda ya.

MC : Saya kurang tahu sih mbak, tetapi harusnya sih harganya sewanya semua sama. Lah saya itu kan bayar Rp 500.000 tapi saya diperbolehkan jualan dari subuh sampai sore hari saja mbak.

A : Kenapa sampai Mas Candra tidak diperbolehkan jualan sampai malam hari? Sudah pernah ditanyakan mas?

MC : Wah ya sudah mbak, sudah saya tanyakan. Beliau menjawab kalo malam harinya tempat ini bisa digunakan penjual lainnya. Jadi ya saya mengikuti aturan beliau saja mbak, meskipun sebenarnya tidak adil buat saya.

A : Kalau yang saya tahu kan, semisal kita sudah sewa tempat, kita punya akses 24 jam untuk berjualan mas.

MC : Umumnya kan begitu mbak, tetapi saya kurang tahu sih mbak kenapa aturan disini seperti itu.

A : Oke mas, saya lanjut lagi ya kalau jualan Mas Candra ini ada promosi yang menggunakan media sosial begitu?

MC : Tidak ada sih mbak, ya saya jualan secara langsung begini saja mbak. Saya ya tidak pakai online online itu mbak. Jadi saya hanya menunggu pembeli saja yang datang langsung.

A : Iya mas, berarti tidak ada menggunakan media online ya?

MC : Iya sama sekali tidak mbak.

A : Apakah disini ada bentuk kerja sama mas, saling membantu antar pelaku usaha mikro?

MC : Kerja samanya ya paling kayaknya beberapa dari mereka misalnya perlu cabai atau bawang gitu, larinya ke saya mbak. Kadang ada yang semua bahan baku jualan mereka, minta saya yang carikan, nanti bayarnya setelah mereka mendapatkan barangnya. Kalau disini ya paling saya sering lakukan untuk membantu mereka sih itu.

A : Secara tidak langsung berarti mereka membantu membeli barang jualan milik Mas Candra juga ya.

MC : Iya mbak, saya juga terbantu dengan mereka beli bahan jualannya disaya.

A : Bentuk kerja sama lainnya ada lagi mungkin mas?

MC : Tidak ada sih mbak, hanya itu saja.

A : Baik Mas Candra, saya ucapkan terima kasih karena mau menyempatkan waktunya untuk menjawab pertanyaan saya.

MC : Sama sama mbak, nanti kalau perlu lagi bisa kesini saja.

A : Iya baik mas.

LAMPIRAN 3 TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN 3

Nama : Ibu Umi pemilik warung Nda'Mie

Waktu Wawancara : 10 April 2023

A : Selamat siang bu, maaf kalau boleh saya minta waktunya untuk saya wawancarai bu. Nama saya Angel, saya mahasiswa dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta bu.

BU : Selamat siang juga mbak, tugas kuliah ya mbak?

A : Iya bu, lebih tepatnya untuk pembuatan skripsi bu.

BU : Iya silahkan saja mbak.

A : Awal memulai usaha warung Nda'Mie seperti apa bu?

BU : Sebenarnya warung ini dulunya milik Pak Agus yang punya *food court* ini mbak, beliau dulu yang berjualan. Tetapi saya tidak tau alasan beliau tidak berjualan lagi terus tawarin warungnya untuk saya gitu ceritanya mbak. Ada tawaran begitu ya saya terima mbak.

A : Kapan awal memulai usaha warung Nda'Mie ini bu?

BU : Saya baru kok mbak, mulai jualan itu di awal tahun 2023 ini.

A : Apa saja produk yang dijual bu disini?

BU : Banyak sih mbak produk yang saya jual di warung ini, ada mie ayam dan bakso, ada bakawn kawi juga, lotek, gado-gado, ayam geprek, ayam kremes terus ada mie goreng sama mie kuah mbak. Kalo minuman ada jus buah, pop ice, es jeruk, es susu, es milo es teh, es kopi.

A : Ternyata banyak ya bu, saya kira hanya ada mie ayam dan bakso saja bu.

BU : Tidak mbak, banyak makanan yang saya jual. Nanti bisa lihat di kertas menunya mbak,

A : Iya bu nanti saya lihat di kertas menunya, jadi disini ibu juga membayar sewa tempatnya ya?

BU : Kalau saya tidak mbak, perjanjian awal dengan Pak Agus itu saya tidak membayar sewa tetapi tiap harinya membayar ke beliau Rp 100.000.

A : Oh berarti ibu tiap harinya harus membayar Rp 100.000 ke Pak Agus ya, tetapi kalau sehari sepi dan tidak ada penghasilannya sama sekali tetap harus bayar bu?

BU : Iya mbak sudah wajib membayar tiap harinya, Pak Agus tidak mau tau jualan saya ramai atau sepi, intinya tetap harus membayar tiap harinya.

A : Tidak enak juga ya bu, kalau misalnya pas hari itu tidak ada pembeli sama sekali.

BU : Wah iya mbak saya yang repot kalo sepi mbak.

A : Tadi itu kan produk makanan yang dijual pilihannya banyak, kenapa ibu memutuskan jualan produk makanannya itu?

BU : Iya saya lihat dulu to mbak, disini itu penjualnya jualan apa saja. Nah, saya jualan makanan yang mereka tidak jual mbak.

A : Menurut ibu sendiri kualitas sebuah produk yang dijual penting tidak bu?

BU : Ya penting mbak, kualitas produk itu kan harus dijaga biar rasanya tetap sama tidak berubah ubah.

A : Bagaimana caranya menjaga kualitas produk yang ibu jual?

BU : Ya cari bahan buat masaknyanya yang bagus mbak, kan kalau belanja saya sendiri di pasar jadi bisa milih milih yang bagus yang mana.

A : Lalu, kalau bahan baku yang dicari tidak ada dipasar, bagaimana bu?

BU : Ya kalau disini kan ada mas candra mbak penjual sayuran itu mbak. Saya biasanya nitip untuk dicarikan bahan yang tidak ada dipasar.

A : Untuk kemasan produk yang dijual menggunakan bahan apa bu?

BU : Kalau kemasan untuk makanan ini saya hanya menggunakan plastik dan kertas nasi itu mbak untuk membungkusnya.

A : Saya lanjut lagi ya bu, kalau soal harga produk yang dijual kira kira dari harga berapa ya bu?

BU : Kalau untuk makanan paling rendah di harga Rp 8.000 sampai Rp 15.000 mbak, kalau minuman paling rendah di harga Rp 3.000 lah mbak.

A : Apakah harga tersebut sewaktu waktu bisa berubah bu?

BU : Mungkin bisa berubah mbak, kan kita juga menyesuaikan bahan baku yang ada dipasar. Ya kalau harga bahan baku dipasar naik terus ya pasti makanan yang saya jual harganya juga bisa berubah.

A : Dalam menentukan harga produk yang dijual, apakah ada pertimbangannya bu dan prosesnya bagaimana?

BU : Kalau saya untuk nentuin harganya ya harus pakai itung itungan dulu lah mbak, dari biaya yang saya keluarkan untuk bahan bakunya terus berapa keuntungan saya dapat dari satu porsi makanan yang saya jual ini mbak.

A : Ada proses itung itungannya juga ya bu produk yang ibu jual ini.

BU : Iya mbak, nek ga ada itung itungannya saya bisa rugi mbak. Apa lagi saya tiap hari harus setor uang ke Pak Agus.

A : Apakah produk yang ibu jual didaftarkan aplikasi online juga bu, seperti gofood, grabfood, dan shoppefood?

BU : Belum mbak, saya belum terpikir sekarang untuk mendaftarnya mbak.

A : Jadi ibu hanya mengandalkan pembeli yang datang secara langsung ya bu.

BU : Iya mbak, tetapi ya saya bersyukur tiap hari ada saja pembeli yang membeli makanan saya mbak.

A : Selama kurang lebih 4 bulan jualan di *echo mini food court* ini bagaimana hasilnya bu?

BU : Ya selama ini hasilnya masih baik ya mbak, artinya tiap hari masih ada pembeli yang datang. Saya masih mampu memberikan setoran tiap harinya ke Pak Agus. Kalau sepi pembeli terus menerus pastinya saya tidak akan jualan disini lagi mbak.

A : Berarti pemilihan *echo mini food court* sebagai tempat jualan sebuah produk sangat tepat ya bu?

BU : Iya mbak sejauh ini jualan di *echo mini food court* masih oke mbak. mungkin karena posisi gerobak saya dibagian depan mbak. Jadi, pembeli yang lewat bisa langsung melihat gerobak saya. Kalau posisi gerobak saya di belakang belum tentu terlihat si mbak.

- A : Apakah ada promosi yang ibu buat untuk produk yang dijual?
- BU : Promosi yang dimaksud ini apa mbak?
- A : Promosi menggunakan media sosial begitu bu, promosi dilakukan untuk mengenalkan produk yang kita jual kepada pembeli secara online.
- BU : Oh gitu mbak, kalau saya tidak ada sih mbak, saya serba offline aja mbak. Jadi tidak ada promosi promosi yang dilakukan secara online. Promosi yang saya lakukan hanya sebatas ke teman terdekat saya secara langsung.
- A : Boleh tau alasannya bu, tidak menggunakan media online untuk membantu jualan?
- BU : Wah saya tidak pinter mbak untuk online online gitu, saya jualan langsung begini saja mbak biar mudah.
- A : Tetapi kalau sewaktu waktu diajarkan untuk memakai media online mau tidak bu?
- BU : Ya mungkin saya mau mbak.
- A : Disini ada kerja sama yang dilakukan antar sesama penjual tidak bu? Mungkin misalnya dalam hal kerja sama menjaga kebersihan gitu bu.
- BU : Iya kalau kerja sama paling sama sama menjaga lingkungan *food court* ini agar selalu bersih dan rapi mbak. Kalo engga bersih kan malu sama pembeli yang datang kan mbak. Terus kalo kerja sama yang lain itu kadang berbagi pembeli mbak, jadi kalo saya tidak bisa membuat minuman karena es batu habis. Saya membeli minuman dari penjual lainnya mbak. Jadi saling membantulah mbak kalo disini itu.

LAMPIRAN 4

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN 4

Nama : Mas Ari pemilik Warung Mie Jawa

Waktu Wawancara : 10 April 2023

- A : Halo mas selamat siang, perkenalkan saya Angel mahasiswa dari Atma Jaya Yogyakarta. Saya saat ini sedang melakukan penelitian dan mencari

data dari beberapa pelaku usaha disini mas. Kalau berkenan saya mau minta waktu sebentar untuk saya wawancara.

MA : Oh ya, kebetulan saya lagi selo jadi boleh mbak

A : Baik mas, pertanyaan pertama awal berdirinya usaha ini itu bagaimana mas?

MA : Awal mulai usaha ini di tahun 2021 mbak, berawal dari kesukaan saya dengan masak mbak. Kalau dirumah itu saya sering sekali masak, awalnya karena sering melihat ibu saya masak jadi saya tertarik untuk belajar masak. Jadi saya memutuskan untuk mendirikan sebuah usaha, tetapi saya saat itu masih bingung usaha apa yang cocok untuk saya buat. Eh kok saya kepikiran untuk buat warung makan bakmi jawa. Akhirnya saya bilang pada ibu saya mau membuka usaha warung makan bakmi jawa, langsung ibu saya mendukung untuk membuka usaha ini. Pemilihan bakmi jawa karena makanan ini termasuk makanan yang lendaris yang saya tahu dari dulu memang di Jogja sini sudah ada bakmi jawa.

A : Jadi awal mulanya seperti ya mas, lalu produk apa saja yang diproduksi di warung ini?

MA : Ada banyak mbak, kalau untuk makanan ada bakmi goreng dan rebus, mie nyemek, bihun goreng dan rebus, capcay goreng dan rebus, nasi goreng ati, magelangan ati nasi goreng ayam dan magelangan ayam. Kalau minuman ada es teh, teh panas, air putih, es jeruk dan jeruk panas. Semua produk itu yang saya jual di warung ini mbak,

A : Bahan baku untuk proses produksi apakah menggunakan bahan dengan kualitas yang bagus?

MA : Wah iya dong mbak, pakai kualitas yang bagus untuk bahan produksinya. Tidak mungkin saya beli bahan baku yang sudah tidak bagus, nanti rasanya masakannya saya tidak enak lah mbak.

A : Jadi dalam sebuah proses produksi menggunakan bahan yang berkualitas sangat penting ya?

MA : Tentunya mbak kualitas itu penting, kan kita menjual makanan kepada pembeli yang otomatis kita harus bisa memberikan makanan dengan

rasa yang enak. Kalo pembeli rasa makanan kita enak kan menjadi kepuasan kita sendiri sebagai penjual.

A : Apakah ada ciri khusus dari makanan yang dijual ini mas?

MA : Tidak ada ciri khusus sih mbak masakan yang saya jual

A : Apakah ada desain khusus untuk makanan yang dijual?

MA : Tidak ada mbak, kalau untuk kemasan makanannya saya hanya menggunakan sterefom.

A : Kenapa Mas Ari memilih sterefom untuk menjadi kemasan produk?

MA : Karena harganya terjangkau mbak, makanya saya menggunakan sterefom ini.

A : Saya lanjut pertanyaan lagi ya mas, mengenai harga produk yang dijual kisaran harga berapa mas?

MA : Harganya terjangkau kok mbak, dari mulai Rp 10.00 ribu sampai Rp 20.000 ribu saja.

A : Bagaimana proses menentukan harga produk yang dijual ini mas?

MA : Caranya kita menghitung dulu mbak, dari mulai bahan bakunya, terus kemasan yang dipakai, biaya sewa untuk tempat ini, biaya peralatan yang dipakai saat jualan. Kita jumlahkan dulu semuanya biayanya berapa, dari totalan biaya tadi bisa memutuskan kita untuk menentukan harga setiap produk yang kita jual berapa. Hitungannya harus benar mbak, kalo ga nanti kita yang rugi sendiri.

A : Apakah proses menentukan harga produk yang dijual memakan waktu yang lama?

MA : Tidak sih mbak, kan hanya menghitung saja jadi tidak memakan waktu yang lama.

A : Apakah harga produk yang ditetapkan ini sewaktu waktu bisa berubah?

MA : Kalau perubahan harga untuk sekarang ini tidak saya lakukan ya, tapi mungkin bisa berubah, teragantung dengan tinggi harga bahan baku yang saya beli di pasar.

A : Mengenai sistem pembayaran untuk pembeli, tersedia sistem pembayaran secara tunai dan online juga Mas?

MA : Disini bisa tunai bisa juga online, kalau online kan tinggal scan barcode QR yang saya sediakan ini mbak.

A : Apa sistem pembayaran yang paling sering digunakan pembeli saat membeli makanan ini Mas?

MA : Kebanyakan sih masih tunai ya mbak, kalo QR itu biasa anak anak mahasiswa itu sih mbak yang tinggal scan barcodenya.

A : Pertanyaan berikut, darimana Mas Ari tahu mengenai *echo mini food court* Nologaten ini?

MA : Ya saya tau karena sering lewat sini mbak, rumah saya kan tidak jauh dari sini. Jadi, pas kepikiran mau buka usaha terus saya milih tempat ini, karena tempat ini dari rumah saya tidak jauh.

A : Pemilihan tempat ini, berarti salah satu faktornya karena tempat ini tidak jauh dari rumah Mas Ari. Apakah ada faktor lain kenapa memilih berjualan di *echo mini food court* Nologaten?

MA : Yang pertama karna dekat dengan rumah saya, yang kedua akses menuju tempat ini mudah, yang ketiga karena awal saya disini kan tempat ini ramai jadi peluang besar untuk usaha saya meningkat. Terus yang terakhir tempatnya ya cukup luas, ada kursi dan meja juga untuk pembeli, disediakan wastafel juga untuk saya bisa cuci piring ada juga mushola disebelah ruangan sebelum ke toilet itu mbak.

A : Saya kan juga pernah kerja disini juga mas jaga stand tahu walik dulu tahun 2021, stand tahu walik saya dulu dekat sama standnya nomojowo.

MA : Oh tahu walik itu yang jaga Mbak Angel, tetapi terus kok berhenti mbak karena waktunya juga tidak lama kan disini?

A : Iya mas saya kerja kurang lebih tiga bulan itu, terus habis itu saya keluar ada karyawan lain yang menggantikan. Tetapi karyawan barunya itu bertahan hanya sampai satu bulan saja terus keluar mas. Akhirnya bos saya mungkin menutup usahanya itu. Tapi saya tidak pernah ketemu Mas Ari ya selama ini?

MA : Mungkin karena posisi warung saya dulu kan dibagian belakang mbak dekat dengan parkir, terus saya kan sering berganti gantian shif jaga dengan ibu saya.

A : Iya betul mas, mungkin ya sering saya lihat ibunya Mas Ari. Tetapi disini sudah sepi tidak banyak penjual seperti dulu ya mas.

MA : Iya mbak mulai sepi itu ya mungkin di akhir tahun 2022 itu sudah mulai sepi sekali. Sudah banyak penjual yang pindah tempat, sampai sekarang yang masih bertahan itu ya saya, mas agus itu, saya mas candra penjual sayur itu saja. Sementara kalau ibu Umi itu baru jualan disini, ada lagi sebenarnya yang jualan roti bakar, es kacang ijo, dan angkringan itu mbak tapi jualannya tidak menentu kadang buka kadang juga tidak.

A : Kalau boleh tau kenapa ya mas sampai banyak penjual lama yang pindah ke tempat jualan yang baru?

MA : Ya maaf kalo boleh jujur ya, karena disini banyak aturan aturan baru terus mbak. Jadi buat saya bingung juga kadang-kadang, aturan tidak boleh ojol mangkal disini, terus aturan untuk berganti posisi stand jualannya, aturan kebersihan kita yang urus sendiri. Ya itulah mbak, aturan yang setiap saat selalu ada.

A : Aturan kebersihan yang dimaksud seperti apa mas?

MA : Iya kayak toilet umum ini mbak, kalau dulu kan dari pemiliknya yang bersihkan sekarang dipasrahkan untuk kebersihan toilet kita para penjual disini.

A : Apakah para penjual disini tidak pernah complain mas?

MA : Ya kalau complain sering sekali mbak, tapi ya gitu ga pernah didengerin sama pemiliknya. Nanti kalo kebanyakan complain pasti disuruhnya kita cari tempat usaha yang baru saja.

A : Ternyata ada beberapa masalah yang terjadi para pelaku usaha dengan pemilik tempatnya ya mas?

MA : Iya bisa dibilang sih begitu mbak.

A : Semoga kedepannya tidak ada aturan baru lagi yang diterapkan ya mas.

MA : Iya mbak, maunya sih begitu tapi nanti dilihat saja.

A : Oke mas, kita lanjut pertanyaan lagi ya. Apa saja promosi yang digunakan dalam menjual produk ini mas?

MA : Promosi yang saya pakai paling hanya dari mulut ke mulut ya mbak, dimulai dari keluarga saya, teman atau kerabat saya. Saya engga pakai sosial media untuk promosiin produk saya jual ini.

A : Kalau saya boleh tau, kenapa tidak menggunakan media sosial sebagai media promosi produk ini mas?

MA : Mungkin kedepannya nanti saya menggunakan media sosial untuk melakukan promosi. Tapi sekarang saya harus belajar dulu mbak, kan kalo promosi di media sosial juga tidak asal-asalan, dari tampilannya harus menarik.

A : Tetapi apakah untuk penjualan dengan aplikasi online juga tidak digunakan saat ini?

MA : Kalau penjualan menggunakan aplikasi saya pakai mbak, saya pakai gofood, grabfood, sama shoppefood juga. Cuma kalau media sosial seperti Instagram begitu saya memang belum membuatnya.

A : Saya kira penjualan menggunakan aplikasi online juga tidak ada, kalau di aplikasi online itu mas mana yang sering banyak orderannya?

MA : Kalau saya lebih banyak orderannya di aplikasi go food sih mbak. Kalau di aplikasi go food rating tinggi 4,6 mbak.

A : Berarti kalau diaplikasi lainnya orderannya tidak banyak ya mas?

MA : Iya mbak, mungkin karena rating di aplikasi lain masih rendah jadi pembeli belum tertarik membeli makanan dari warung saya.

A : Rating pada aplikasi online berarti sangat berpengaruh ya mas dalam menarik pembeli.

MA : Iya benar mbak, kalau diaplikasi itu kita bisa melihat tinggi rating warung makan kita dan ulasan dari beberapa pembeli yang sudah pernah membeli. Jadi, saya pemilik warung dan calon pembeli juga bisa lihat beberapa ulasan yang ada di aplikasi itu. Ulasannya juga macam macam mbak, kadang ada yang memuji makanan saya enak, tetapi ada juga yang memberikan masukan pada makanan yang saya jual.

A : Jadi setiap pembeli yang habis order bisa langsung kasih nilai ke warung milik Mas Ari ya. Menurut saya komentar yang diberikan para pembeli itu bagus untuk memotivasi terus usaha kita ya mas.

MA : Benar sekali mbak, jadi kekurangan dari makanan yang saya jual saya bisa memperbaiki menjadi lebih baik lagi.

A : Alasan apa sehingga promosi menggunakan aplikasi online Mas?

MA : Alasannya penggunaan aplikasi online karena memudahkan saya untuk meningkatkan penjualan mbak. Misalnya tidak ada pembeli yang datang langsung, saya bisa mengandalkan penjualan secara online. Kalau tidak ada aplikasi online mungkin usaha saya tidak dapat bertahan sampai sekarang. Kondisi food court ini juga kan sepi mbak, tidak banyak pembeli yang datang langsung. Jadi, menggunakan aplikasi sangat membantu saya.

A : Lalu, apakah pernah membuat promo mas misalnya potongan 50% dari harga produk yang sebenarnya untuk menarik pembeli?

MA : Ya sesekali ada mbak, biasanya promo yang saya buat itu pembeli makanan sudah gratis minuman begitu mbak. Tapi, kalau diaplikasi online sendiri harganya terjangkau kok mbak, bisa anda cek langsung mbak.

A : Iya pak, pada aplikasi online harga makanannya masih bisa terjangkau mas.

MA : Iya mbak, harga makanan yang saya jual berbagai kalangan pasti bisa membelinya.

A : Ini pertanyaan terakhir ya mas mengenai bentuk kerja sama yang ada di *echo mini food court* seperti apa?

MA : Kerja sama kalo menurut saya ya dalam menciptakan tempat ini selalu bersih, cara menjaganya ya selesai jualan pastikan area stand jualan kita selalu dibersihkan, setelah itu sampah yang ada langsung dibuang pada tempatnya. Terus menciptakan suasananya yang kondusif dengan tidak putar musik dengan volume suaranya terlalu keras. Tidak lupa juga saya dan penjual disini mengingatkan dalam hal kebersihan.

A : Baik mas terima kasih atas waktunya dan juga jawaban dari pertanyaan yang saya berikan.

MA : Iya sama sama mbak, semoga jawaban saya membantu ya, mohon maaf kalau jawaban yang saya berikan kurang mbak.

Catatan Lapangan Penelitian:

1. Saat bekerja di EMFC Nologaten pada tahun 2021 saya melihat kondisi EMFC jarang ada pembeli yang datang langsung untuk membeli. Jadi untuk mempertahankan usahanya banyak penjual mengandalkan aplikasi online untuk jualan.
2. Pada awal bulan Maret 2023 saya datang lagi ke EMFC Nologaten, ternyata para penjual sudah tidak sebanyak dulu. Sekarang hanya tinggal ada 6 penjual. Tapi, hanya 4 penjual yang masih aktif berjualan. Kondisinya juga sama tidak banyak pembeli yang datang secara langsung di EMFC Nologaten.
3. Ada 2 warung yang masih buka hingga malam hari, warung itu milik Pak Agus dan Mas Ari. Saya melihat mereka sedang duduk menunggu pesanan online yang masuk.
4. Suasana malam hari juga berbeda tidak ada para ojek online yang nongkrong di EMFC Nologaten seperti dulu.

LAMPIRAN 5
FOTO DOKUMENTASI



Foto 1. Wawancara dengan Mas Candra pada tanggal 10 April 2023

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Foto 2. Wawancara dengan Ibu Umi pada tanggal 10 April 2023

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Foto 3. Suasana EMFC Nologaten pada siang hari

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Foto 4. Meja dan kursi untuk pengunjung

Sumber: Dokumentasi Pribadi

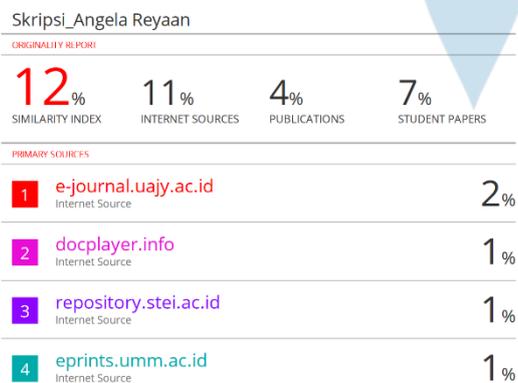


Foto 5. Hasil Turnitin

Sumber: olah penulis