

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pertanian merupakan salah satu basis ekonomi kerakyatan di Indonesia. Pertanian yang menjadi penentu ketahanan dan kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati untuk mengelola lingkungan hidup. Kegiatan pemanfaatan sumber daya hayati yang termasuk dalam pertanian adalah kegiatan untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku, industri, dan sumber energi. Sebagian besar pencaharian masyarakat Indonesia adalah sebagai petani, sehingga sektor pertanian memiliki peranan penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia. (Mardikanto, 2007)

Indonesia sebagai negara agraris yang memiliki sumber daya alam yang melimpah, sehingga sangat potensial untuk pengembangan Indonesia. Pembangunan sektor pertanian sebagai sektor pangan utama di Indonesia sangat penting dalam pembangunan Indonesia. Masyarakat Indonesia yang tersebar di pedesaan yang utama bermata pencaharian pada sektor pertanian yang merupakan kontributor yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan petani dan kesejahteraan masyarakat untuk mendorong dalam peningkatan agribisnis. (Notarianto, 2011)

Agribisnis mengacu kepada semua aktivitas mulai dari pengadaan, prosesing, penyaluran sampai pada pemasaran produk yang dihasilkan oleh suatu usaha tani atau agroindustri yang saling terkait satu sama lain. Dengan demikian agribisnis sebagai suatu sistem bisnis yang terdiri dari 5 (lima) subsistem yaitu :

subsistem budidaya (usahatani), subsistem hulu, subsistem hilir, subsistem lembaga penunjang, dan subsistem pemasaran. (Saragih, 2010)

Subsistem budidaya (usahatani) adalah subsistem kegiatan penggunaan barang - barang modal dan sumber daya alam untuk menghasilkan produk pertanian primer seperti bahan pangan, hasil perkebunan, pertanian, peternakan, perikanan, dan usaha tanaman hias/obat – obatan. (Hanafie, 2010)

Sub sistem hulu adalah pengadaan sarana produksi pertanian yang menyediakan antara lain benih, bibit, makanan ternak, pupuk, obat pemberantas hama dan penyakit, lembaga kredit, bahan bakar. Alat-alat, mesin, dan peralatan produksi. Subsistem hulu sangat penting dalam kegiatan pertanian dari berbagai unsur guna mewujudkan sukses agribisnis. Industri yang menyediakan sarana produksi pertanian tersebut juga sebagai agroindustri hulu (*upstream*) (Hanafie, 2010).

Subsistem hilir adalah subsistem yang terdapat rangkaian kegiatan mulai dari pengumpulan produk usaha tani, pengolahan, penyimpanan dan distribusi. Sebagian produk yang dihasilkan usaha tani didistribusikan langsung kekonsumen mengalami proses pengolahan terlebih dahulu. Agroindustri mengolah produk pertanian primer menjadi produk olahan sekunder maupun produk akhir. Subsistem hilir yang termasuk adalah industri skala kecil maupun besar seperti industri olahan makanan/minuman, industri serat alam, industri biofarmaka, dan pedagang. Subsistem ini termasuk subsistem *off farm* karena tidak berhubungan langsung dengan kegiatan pertanian lapangan sawah atau ladang. (Hanafie, 2010)

Subsistem pemasaran adalah mencakup kegiatan produktif yang dilakukan oleh lembaga – lembaga yang ada dalam sistem komoditas tersebut baik secara vertikal berdasarkan urutan penambahan kegiatan maupun secara horizontal berdasarkan tingkatan kegiatan produktif yang sama. Tingkat produktif sistem pemasaran ditentukan oleh tingkat efisiensi dan efektivitas seluruh kegiatan fungsional sistem pemasaran tersebut, yang selanjutnya menentukan kinerja operasi dan proses sistem. Kegiatan yang ditujukan untuk memberi kepuasan dari barang atau jasa kepada konsumen atau pemakai dalam bidang pertanian maupun produk pertanian. (Sa'id, 2001)

Subsistem lembaga penunjang adalah kegiatan yang melayani dan menyediakan jasa seluruh subsistem ini adalah lembaga antara lain yaitu koperasi, perbankan, penyuluhan, riset pendidikan dan asuransi. Lembaga – lembaga tersebut sangat berperan dalam upaya menjamin terciptanya integrasi agribisnis dalam mewujudkan perkembangan agribisnis. (Sa'id, 2001)

Diantara ke 5 subsistem tersebut yang sangat berpotensi untuk dikembangkan khususnya subsistem hilir yaitu dibidang Kuliner. Pengolahan hasil pertanian pada industri hilir yang menyediakan barang – barang yang siap dipakai oleh masyarakat atau dikonsumsi oleh konsumen. Industri hilir menghasilkan seperti: industri tekstil, industri kimia, industri bahan bangunan, industri alat tulis dan industri pangan. Industri pangan primer yang dihasilkan dari hasil pertanian contohnya: adalah hasil produksi hasil pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, dan lain-lain. (Hanafie, 2010)

**Tabel 1.1. Jumlah Kuliner di Desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu**

NO	Nama Usaha Makanan	Jumlah
1	Ayam Penyet	2
2	Ayam Geprek	1
3	Fried Chicken	1
4	Sate	3
5	Martabak Mesir	1
6	Nasi Uduk	3

*Sumber : Hasil survei lapangan Oktober 2019*

Berdasarkan tabel 1.1. Terdapat beberapa usaha kuliner di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu Oktober 2019 menggunakan bahan baku dari hasil peternakan yang dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan yang kini mengalami banyak perkembangan seperti munculnya berbagai cara dalam mengolah makanan, seperti dibakar, digoreng, direbus dan sebagainya. Salah satu cara pengolahan yang digemari oleh masyarakat dengan cara dibakar yaitu sate.

Usaha kuliner sate merupakan salah satu jenis hasil olahan daging yang telah diolah dengan cara dibakar. Usaha kuliner sate adalah makanan tradisional yang disukai oleh banyak orang dari semua lapisan umur, status sosial dan suku. Di Indonesia sendiri sate yang terkenal dan banyak digemari serta mudah ditemui adalah sate kambing dan sate ayam. Disamping daging ayam atau kambing kaya akan protein, makanan ini juga banyak mengandung lemak, mineral dan vitamin. Proses pengolahan dari bahan mentah menjadi makanan yang lezat yang terkandung pada bahan makanan tersebut (Toldora, 2010)

Menurut (Alamsyah & Yuyun, 2008) Usaha kuliner sate yang memiliki keunggulan dan kandungan gizi dan cita rasa yang gurih, sensasional, unik, enak dan lezat yang bisa membuat kita ketagihan sehingga sangat diminati oleh

masyarakat dalam berbagai kalangan. Sate memiliki berbagai jenis antara lain: sate padang, sate regey, sate klathak, sate maringgi, sate taichan dan sate madura.

Sate madura adalah sate yang memiliki bumbu khas madura, sate madura biasanya terbuat dari ayam dan kambing. Bumbunya adalah campuran dari kacang yang ditumbuk halus dengan petis dan sedikit bawang merah dan bumbu kecap salah satu khas dari pemekasan yang cukup nikmat untuk disantap dan rasanya yang gurih. (Toldora, 2010)

Usaha kuliner sate madura di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara terletak disekitar desa Bangun Jaya buka jam 16:00 – 22:00 malam. Usaha kuliner Sate madura di desa Bangun jaya ada 3 orang memiliki usaha kuliner sate yaitu Bapak Joko, Budi dan Ibu Yuni, dalam penelitian ini dipilih Bapak Joko sebagai lokasi penelitian karena merupakan pengusaha sate madura pertama kali generasi di Desa Bangun Jaya. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “ Analisis minat beli konsumen terhadap sate madura di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu “ (studi kasus sate madura Joko Tole).

## **1.2. Perumusan Masalah**

Usaha kuliner sate madura merupakan usaha kuliner yang menjalankan bisnis kuliner olahan daging yang menyediakan sate ayam dan sate kambing. Proses pembuatan sate yaitu dengan cara dibakar sehingga memiliki ciri khas, kandungan gizi, sensasional, unik, enak, lezat, dan cita rasa yang gurih sehingga sangat diminati oleh masyarakat dalam berbagai kalangan.

Usaha kuliner sate berkembang di Desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara dengan ciri khasnya sehingga masyarakat banyak yang

berkunjung untuk membeli produk tersebut untuk memenuhi selera mereka. Oleh karena itu, usaha kuliner sate madura ini banyak disukai oleh konsumen. Banyaknya konsumen yang berkunjung maka akan meningkatkan pendapatan usaha kuliner sate madura tersebut. Dengan demikian maka pertanyaan permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses produksi pembuatan sate madura joko tole di desa Bangun Jaya kecamatan Tambusai Utara ?
2. Berapa besar pendapatan usaha pada sate madura joko tole di desa Bangun Jaya kecamatan tambusai Utara?
3. Bagaimana minat beli konsumen terhadap sate madura joko tole di desa Bangun Jaya kecamatan Tambusai Utara?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui proses pembuatan sate madura joko tole di desa Bangun Jaya kecamatan Tambusai Utara.
2. Mengetahui pendapatan usaha sate madura joko tole di desa Bangun Jaya kecamatan Tambusai Utara.
3. Mengetahui minat beli konsumen sate madura joko tole di desa Bangun Jaya kecamatan Tambusai Utara.

### **1.4. Batasan Masalah**

Batasan masalah diambil dari rumusan masalah, berarti batasan masalah tidak keluar dari peminat hasil olahan daging (sate), yaitu pengolahan daging menjadi sate, mulai dari pengolahan, analisis pendapatan dan peminat konsumen sate.

1. Usaha sate madura yang diteliti adalah sate madura joko tole di desa Bangun Jaya kecamatan Tambusai Utara
2. Konsumen yang menjadi sampel adalah konsumen yang membeli sate madura joko tole di desa Bangun Jaya kecamatan Tambusai Utara.
3. Batasan umur responden tidak dibatasi (bebas).

### **1.5. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Akademik**

1. Bagi peneliti dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan (wawasan), pengalaman dan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya.
2. Untuk mengetahui peminat konsumen sate madura.

#### **b. Manfaat Bagi Stakeholder**

1. Bagi pengusaha sate madura, supaya dapat meningkatkan kualitas produksi sate untuk yang lebih baik supaya peminat sate tersebut banyak diminati oleh masyarakat.
2. Bagi pemerintah dan pihak yang terkait, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan sumbangan pemikiran dalam menentukan kebijakan terhadap strategi dalam mengembangkan usaha sate.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

(Lisma, 2019) Minat beli konsumen terhadap olahan ubi tela–tela di desa pematang berangan kecamatan rambah kabupaten rokan hulu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses pembuatan tela-tela di desa pematang berangan kecamatan rambah kabupaten rokan hulu, Mengetahui pendapatan pedagang tela-tela di desa pematang berangan kecamatan rambah kabupaten rokan hulu, dan mengetahui minat beli konsumen tela-tela di desa pematang berangan kecamatan rambah kabupaten rokan hulu. Metode analisis data menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok. Pengukuran tingkat penilaian minat beli konsumen terhadap olahan ubi tela-tela menggunakan skor nilai 1-3. Skor tersebut memberikan nilai 1 = Tidak setuju, 2 = Cukup Setuju, 3 = Sangat setuju. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aspek terhadap harga mendapat skor 2,25 dengan kategori berminat, dan aspek terhadap kualitas produk mendapat skor 2,25 dengan kategori berminat, dan aspek terhadap selera konsumen mendapat 2,22 dengan kategori berminat.

(Liriswati, 2004) Analisis minat beli konsumen sabun cair lux, biore, dan lifebuoy ditinjau dari pengaruh sikapnya setelah melihat iklan di televisi di kotamadya yogyakarta. penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Reasoned Action Model* yang dianggap representatif untuk mengungkap minat beli konsumen. Populasi penelitian adalah konsumen potensial yang sudah pernah melihat iklan sabun cair merek Lux, Biore dan Lifebuoy di televisi. Data penelitian diperoleh melalui dua tahap penyebaran angket dan dilakukan secara

*convenience sampling* dan *area random sampling*. Hipotesis diuji melalui pendekatan uji-beda Friedman, serta analisis regresi dan koefisien determinan yang dikuatkan dengan uji-t dan uji-F pada taraf signifikansi 5%. Dari hasil penelitian ini ada perbedaan keyakinan konsumen bahwa membeli sabun cair merek Lux, Biore atau Lifebuoy menimbulkan akibat tertentu. Perbedaan juga terjadi pada keyakinan normatif konsumen. Secara umum faktor evaluasi lebih dominan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen dibandingkan dengan keyakinan konsumen. Pengaruh positif dari keyakinan normatif konsumen dan atau motivasi untuk mengikuti referen terhadap norma subyektif menunjukkan hasil yang berbeda-beda, dan tidak ada pengaruh positif sikap dan norma subyektif terhadap minat konsumen untuk membeli sabun cair Lux, Biore atau Lifebuoy.

(Hardianti, 2015). Analisis minat beli konsumen terhadap barang bekas (studi kasus pasar klithikan pakuncen). Tujuan penelitian menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen dalam pembelian barang bekas di Pasar Klithikan Pakuncen, pengaruh harga terhadap minat beli konsumen dan pengaruh pelayanan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian barang bekas di Pasar Klithikan Pakuncen. Metode penelitian ini di analisa dengan bantuan program komputer SPSS versi 22. Hasil penelitian dengan menggunakan metode analisa Regresi linier berganda. Dari hasil regresi linier berganda dengan jumlah sampel 100 responden dengan nilai  $R^2$  sebesar 0.582 yang dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk modal awal (X1), Harga (X2) dan pelayanan (X3) menjelaskan variasi dari variabel dependen minat beli konsumen terhadap barang bekas di Pasar Klithikan Pakuncen, Kec. Kasihan, Bantul, Yogyakarta (Y)

sebanyak 58.2% sisanya 41.8% minat beli konsumen terhadap barang bekas di Pasar Klithikan Pakuncen, kec. Kasihan, Bantul. Dari hasil analisa dilakukan pada taraf signifikan 5%, kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 4.136 dengan signifikansi 0,000, dan koefisien regresi 0,444, Hal ini berarti kualitas produk yang baik sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 2,165 dengan signifikansi 0,033, dan koefisien regresi 0,188. Hal ini berarti pembelian harga yang sesuai dengan kualitas produk berpengaruh terutama untuk menjaga minat beli konsumen, pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 2.888 dengan signifikansi 0.005, dan koefisien regresi 0.295. Hal ini berarti pelayanan yang baik dan sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dan Kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji f hitung sebesar 33.193 dengan signifikansi 0,000. Hal ini dapat diartikan apabila penjual di Pasar Klithikan Pakuncen menyediakan barang-barang yang berkualitas dan sesuai dengan selera konsumen dan penjual menawarkan harga yang sesuai serta memberikan pelayanan yang ramah dan baik, maka akan turut meningkatkan minat beli konsumen di Pasar Klithikan Pakuncen.

(Sari Y. P., 2013). Analisis minat beli konsumen ditinjau dari kualitas dan *brand equity* produk shopie martin paris pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan sumbangan efek terhadap minat

beli konsumen, pengaruh *brand equity* dan sumbangan efektif terhadap minat beli konsumen pada mahasiswa progdi akuntansi angkatan 2010, 2011, 2012. Berdasarkan analisis data maka ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk Shopie Martin Paris terhadap minat beli konsumen, ada pengaruh positif dan signifikan antara *brand equity* produk Shopie Martin Paris terhadap minat beli konsumen, dan ada pengaruh signifikan antara kualitas dan *brand equity* produk Shopie Martin Paris terhadap minat beli konsumen di Universitas Muhammadiyah.

(Sitorus, 2018) Sikap dan kepuasan konsumen terhadap pembelian sate di kota Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis sikap konsumen, kepuasan konsumen dan pengaruh sikap dan kepuasan konsumen terhadap pembelian sate. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei pada Rumah Makan Luwes dan Hj. Amir. Metode survei merupakan metode yang dilakukan pada saat penelitian dengan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Hasil penelitian ini menunjukkan Konsumen memiliki sikap percaya terhadap atribut produk dan pelayanan yang ditawarkan di Rumah Makan Sate Luwes dan Rumah Makan Sate Hj. Amir, konsumen lebih percaya terhadap atribut rasa, kenyamanan tempat, halal, variasi menu, area parkir, aroma, dan tampilan yang ditawarkan di Rumah Makan Luwes, sedangkan di Rumah Makan Hj. Amir konsumen lebih percaya terhadap atribut kebersihan, harga, kesigapan pelayan, dan lokasi tempat.

(Sari D. C., 2015) Analisis pendapatan usaha sate bulayak dikecamatan Narmada. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui volume penjualan, biaya

dikeluarkan dan pendapatan usaha penjualan sate bulayak di Kawasan Wisata Taman Narmada. Metode penelitian ini menggunakan metode survei yaitu wawancara langsung dengan responden dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu. Hasil penelitian ini Rata-rata volume penjualan setiap hari sebesar 22 porsi Volume penjualan paling sedikit sebesar 16 porsi per hari dan terbanyak adalah 28 porsi per hari. Rata-rata biaya yang dikeluarkan setiap kali proses produksi adalah Rp 290.740,20/hari dengan total penerimaan sebesar Rp.375.961,54/hari serta pendapatan pedagang dari usaha sate bulayak sebesar Rp 85.221,34/hari.

(Bidari, 2017) Analisis Minat Beli Dan Kepercayaan Klaim Susu Pasteurisasi Dan Sterilisasi. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis minat beli dan kepercayaan klaim pada produk susu pasteurisasi dan sterilisasi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan uji *paired sampels test*. Hasil penelitian menunjukkan lebih dari separuh responden (57.1%) berusia 20 tahun dengan jumlah 40 responden. Rata rata usia responden dalam penelitian ini 19.64 tahun. Rata-rata uang saku responden adalah Rp 1.197.857,14. Kategori rata-rata uang saku responden masuk ke kategori sedang. Hasil uji beda yang menggunakan uji *paired sampels test* dan uji *anova* dalam penelitian menunjukkan tidak adanya perbedaan kepercayaan klaim antara sebelum dan sesudah diberi paparan berupa merek, harga, label kemasan, dan iklan TV produk susu pada kelompok eksperimen. Rata-rata kepercayaan klaim pada kelompok kontrol untuk *pretest* adalah 68.57, sedangkan kepercayaan klaim pada kelompok eksperimen, *pretest* adalah 75.31. Sama halnya dengan hasil uji beda pada minat

beli yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada minat beli responden, baik pada susu pasteurisasi maupun susu sterilisasi.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, maka dalam penelitian ini lebih merujuk kepada penelitian Lisma (2019) yang berjudul “Minat Beli Konsumen Terhadap Olahan Ubi Tela-tela di Desa Pematang Berangan Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu”.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Deskripsi produk**

Sate madura merupakan produk berupa santapan kuliner yang bahan baku olahan dari daging ayam dan kambing. Sate madura salah satu kuliner yang diminati oleh banyak konsumen kaya akan protein dan makanan ini juga banyak mengandung lemak, mineral dan vitamin. Proses pengolahan dari bahan mentah menjadi makanan yang lezat yang terkandung pada bahan makanan tersebut. (Toldora, 2010)

Sate madura adalah salah satu kuliner dari olahan daging yang menciptakan cita rasa yang sangat lezat dan gurih. Sate madura menjadi salah satu kuliner sejak dulu yang cukup populer di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu. Kuliner sate madura banyak digemari masyarakat dengan harga terjangkau tapi tidak kalah dengan rasa yang membuat konsumen tidak bosan. Sate madura mengandung banyak gizi dari bahan daging yaitu daging ayam dan kambing. Daging ayam dan kambing adalah bahan yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dengan kandungan daging sebagai berikut:

**Tabel 2.1. Kandungan Gizi Daging Ayam dan Daging Kambing**

NO	Nama unsur	Kadar Gizi
<b>Daging Ayam</b>		
1	Kalori	239 kcal
2	Lemak	14 g
3	Kolestrol	8,8 g
4	Natrium	82 mg
5	Kalium	223 mg
6	Protein	27 g
7	Vitamin A	161 IU
8	Kalsium	15 mg
9	Vitamin D	2 IU
10	Vitamin B12	0,3 mg
11	Zat Besi	1,3 mg
12	Vitamin B6	0.4 mg
13	Magnesium	23 mg
<b>Daging Kambing</b>		
1	Kalori	143 kcal
2	Lemak	3.5 g
3	Kolestrol	75 mg
4	Natrium	86 mg
5	Kalium	405 mg
6	Protein	26 g
7	Vitamin A	0 IU
8	Kalsium	18 mg
9	Vitamin D	7 IU
10	Vitamin B12	1,2 mg
11	Zat Besi	3,7 mg
12	Magnesium	21 mg

*Sumber : (Anonim, 2019)*

### **2.2.2. Proses Pengolahan Sate Madura**

Menurut (Prihastuti, 2008) Sate madura menggunakan bahan makan hewani yaitu daging kambing dan daging ayam. Sate madura dimasak dengan cara dibakar dan disajikan dengan campuran bumbu dan pelengkap. Berikut ini proses pengolahan sate madura yaitu :

**Tabel 2.2. Bahan - bahan Sate Madura Joko Tole**

<b>No</b>	<b>Bahan Utama</b>	<b>Bahan Penolong</b>	<b>Bahan Pelengkap</b>
1	Daging ayam dan Kambing	Bawang Merah	Timun
2	Tusuk Sate	Bawang Putih	Tomat
3	Beras	Minyak Goreng	Bawang Goreng
4		Kacang Tanah	Samba
5		Gula Merah	
6		Cabe Rawit	
7		Garam	
8		Air	
9		Kemiri	
10		Kecap Manis	
11		Jeruk Nipis	

#### **a. Cara Membuat Sate Madura**

##### **1. Pencucian**

Cuci daging ayam dan daging kambing sampai bersih, potong berbentuk dadu. Lumuri daging ayam dan daging kambing dengan jeruk nipis dan garam. Tusukkan daging pada tusuk sate. Masukkan daging kedalam freezer.

##### **2. Penghalusan Bumbu**

Haluskan semua bahan bumbu kacang seperti : bawang putih, kemiri, gula merah, dan air hingga lembut, tumis bumbu kacang dengan minyak sambil diaduk hingga mengental.

##### **3. Pemberian bumbu sate**

Lumuri sate dengan kecap yang telah ditambahkan sedikit bumbu kacang hingga permukaannya rata, bakar sate hingga matang dan berwarna kecoklatan sambil dibolak – balik dan dilumuri sisa bumbu kecap.

#### 4. Penyajian

Daging yang telah masak dan yang telah dicampur bumbu kacang kemudian diangkat, sajikan sate dengan ditambahkan lontong dan pelengkap seperti: timun, tomat, sambal dan bawang goreng. Kemudian kuliner sate madura sudah bisa dinikmati.

#### **2.2.3. Standar Kualitas Produk**

Sate madura adalah salah satu makanan khas madura yang berasal dari daerah madura, Jawa Timur. Sate madura biasanya terbuat dari daging ayam dan kambing. Sate madura adalah sate yang memiliki bumbu khas madura, bumbunya adalah campuran dari kacang yang ditumbuk halus dengan petis dan sedikit bawang merah dan bumbu kecap dilengkapi dengan kerupuk, timun, tomat, bawang mentah, sambal dan bawang goreng. Salah satu khas dari pemekasan yang cukup nikmat untuk disantap dan rasanya yang gurih dan dengan cara dibakar.

Menurut (SNI, 2000) Pembakaran sate kambing dengan arang menghasilkan kadar benzo(a)piren masing-masing 2,55 ppb, 4,16 ppb dan 5,02 ppb pada durasi pembakaran 3, 5, dan 7 menit dan kadar benzo(a) piren sate kambing dan sate ayam yang dibakar lebih lezat dan aman dikonsumsi oleh konsumen.

#### **2.2.4. Analisis Usaha**

##### **a. Biaya Produksi**

Biaya produksi adalah keseluruhan biaya produksi ekonomi yang dibutuhkan dalam kegiatan produksi suatu barang. Biaya produksi adalah akumulasi dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi dengan

tujuan untuk menghasilkan suatu produk atau barang. Biaya-biaya ini meliputi bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional/pabrik, dan lain sebagainya. Untuk menghitung besarnya biaya total (*Total Cost*) diperoleh dengan cara menjumlahkan biaya tetap (*Fixed Cost*) dengan biaya variabel (*Variabel Cost*).

#### **b. Penerimaan Usaha**

Penerimaan usaha adalah besarnya penerimaan hasil usaha oleh perusahaan yang dapat dihasilkan dari penjualan produk/jasa kepada pelanggan. Secara umum perhitungan penerimaan total (*Total Revenue/TR*) adalah perkalian antara jumlah produksi ( $Y$ ) dengan harga jual ( $P_y$ ).

#### **c. Pendapatan Usaha**

Jumlah uang yang diperoleh dari penjualan dalam waktu tertentu yang telah dikurangi dengan harga pokok penjualan, beban, dan biaya-biaya lainnya. Pendapatan (*Income*) adalah selisih antara penerimaan total (*Total Revenue*) dengan biaya total (*Total Cost*).

### **2.2.5. Teori Minat Beli Konsumen**

#### **2.2.5.1. Pengertian Minat Beli**

Menurut (Basu Swasta, Dharmesta, & Irawan, 2008), Minat beli adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Minat beli menurut (Bayu Prawira & Ni Nyoman Kerti Yasa, 2014) merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli

produk atau jasa tertentu, serta berapa banyak unit produk atau jasa yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Menurut (Schiffman, Leon, & Leslie Kanuk, 2007), Minat beli adalah suatu model sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa, atau merek tertentu.

Menurut (Kotler, Philip, & Keller, 2009), Minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian. Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul karakteristik untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat beli merupakan perilaku konsumen yang sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk akhirnya memutuskan membeli suatu produk.

Minat beli konsumen merupakan masalah yang sangat kompleks, namun harus tetap menjadi perhatian pemasar. Minat konsumen untuk membeli dapat muncul sebagai akibat adanya rangsangan (stimulus) yang ditawarkan oleh perusahaan. Masing-masing stimulus tersebut dirancang untuk menghasilkan tindakan pembelian.

Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen sering kali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan ( *stimuli* ) dari luar dirinya, baik berupa rangsangannya pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya.

Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian, Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks, dan salah satunya adalah motivasi konsumen untuk membeli.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut menyimpulkan bahwa minat beli merupakan kecenderungan sikap konsumen untuk mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian terhadap produk, jasa atau merek tertentu dan niatan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa dengan pertimbangan sebelum proses pembelian berlangsung dimana konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk.

#### **2.2.5.2. Indikator Minat Beli**

##### **a. Harga**

Harga adalah sejumlah rupiah yang bisa dibayarkan oleh pasar terhadap perusahaan dari sudut pandang pemasaran merupakan suatu moneter atau sebagai alat ukur suatu produk yang akan ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan dari suatu produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk, dengan kata lain harga merupakan sebuah nilai yang harus ditukarkan dengan produk yang dikehendaki oleh konsumen (Basu Swasta, Dharmesta, & Irawan, 2008). Harga umumnya menjadi hal utama yang diperhatikan oleh calon konsumen ketika ingin membeli produk. Tinggi atau rendahnya harga akan menentukan seseorang dalam membeli suatu barang. Melalui harga, seseorang bisa memutuskan apakah produk tersebut akan dimiliki dan dikonsumsi atau sebaliknya. Indikator harga adalah :

1. Keterjangkauan harga
2. Harga bersaing
3. Harga sesuai dengan kualitas
4. Harga sesuai dengan manfaat produk

b. Kualitas Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu perusahaan yang mempunyai manfaat baik berupa nyata atau benda tidak berwujud yang dapat memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan konsumen.

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2012) Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak dijual sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Indikator kualitas produk adalah :

1. Standar kualitas
2. Merekomendasikan kualitas produk pada orang-orang disekitar
3. Kualitas sesuai dengan harga yang ditawarkan
4. Daya tahan produk
5. Tekstur dan struktur produk

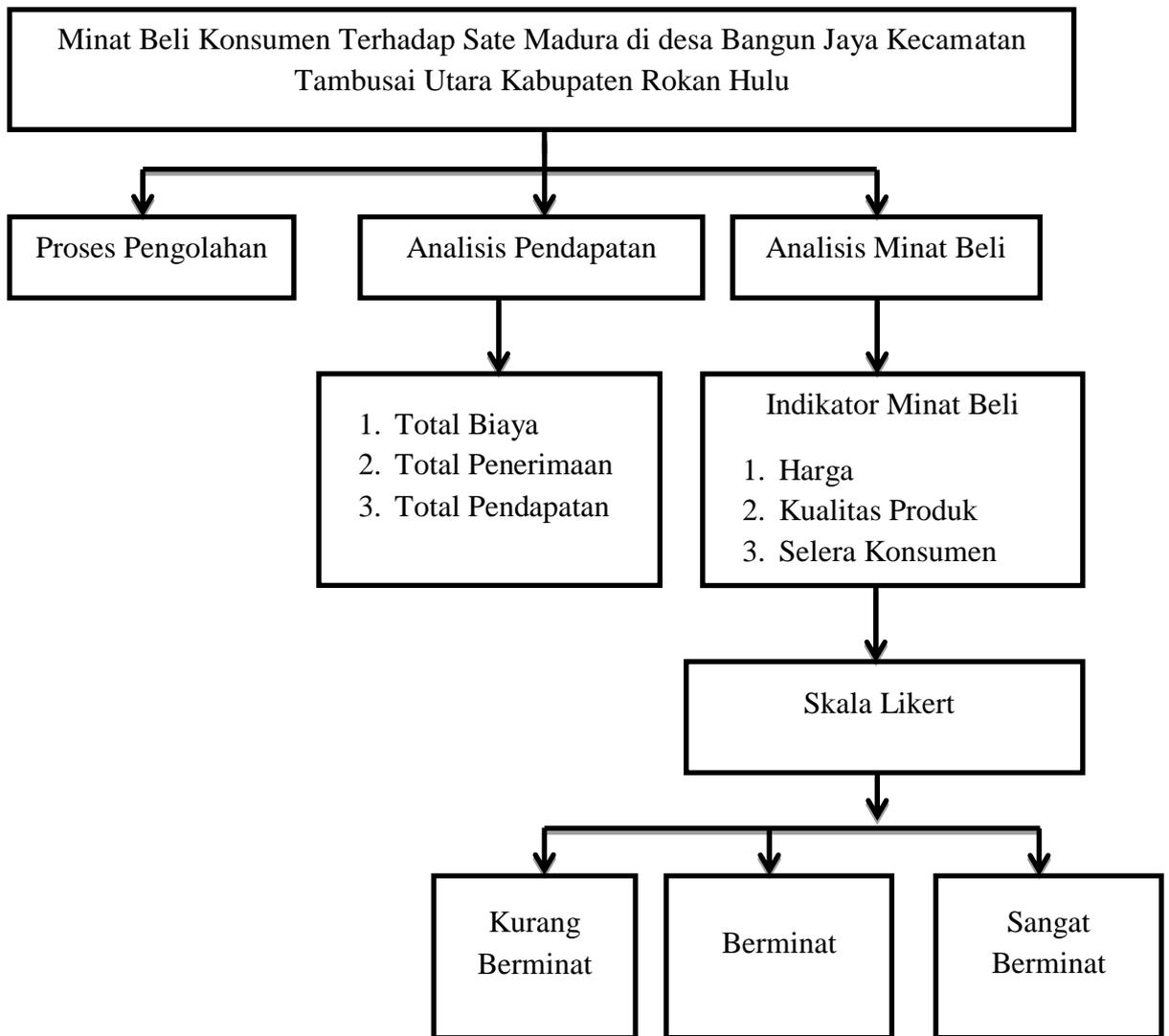
### c. Selera Konsumen

Selera konsumen adalah tingkat keinginan konsumen akan sesuatu barang atau produk yang sesuai dengan kesukaan konsumen. Selera konsumen adalah sesuatu yang dipengaruhi oleh keinginan konsumen namun dapat mempengaruhi kebutuhan konsumen. Indikator selera konsumen :

1. Kepuasan pelanggan
2. Warna bervariasi
3. Rasa
4. Senang pada saat menikmati.

### **2.3. Kerangka Pemikiran**

Kerangka penelitian ini menggambarkan peminat/pembeli kuliner sate madura oleh semua kalangan dengan kepercayaan pada produk tersebut sehingga konsumen mempunyai rasa ingin membeli. Usaha kuliner sate madura yang menyediakan dan menyajikan olahan daging seperti : Daging ayam dan daging kambing ini diolah menjadi makanan yang memiliki ciri khas dan cita rasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan kebutuhan pangan, sehingga dapat menambah pendapatan, untuk mengetahui pendapatan dapat dilakukan dengan menghitung total biaya, total penerimaan, dan total pendapatan. Meningkatnya pendapatan mengimplikasikan adanya minat konsumen untuk membeli sate madura. Namun sejauh mana minat tersebut belum bisa diketahui dengan pasti, apakah sangat berminat, berminat atau kurang berminat.



Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan Pada Januari sampai dengan Maret tahun 2020, lokasi penelitian di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu. Lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*). Sate madura di desa Bangun Jaya ada 3 orang yang memiliki usaha kuliner sate madura yaitu Bapak Joko, Budi, dan Ibu Yuni, dalam penelitian ini lebih memilih Bapak Joko karena usaha kuliner sate madura Joko tole lebih banyak penikmat dan peminatnya dibandingkan dengan sate Bapak Budi dan Ibu Yuni yang terdapat di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu.

#### 3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey dalam bentuk studi kasus. Penelitian dilaksanakan pada usaha sate Bapak Joko dengan nama merk sate Joko Tole.

**Table 3.1. Jumlah Konsumen Yang Membeli Sate Madura**

NO	Nama Hari	Jumlah Konsumen
1	Senin	95
2	Selasa	90
3	Rabu	95
4	Kamis	85
5	Jumat	90
6	Sabtu	100
7	Minggu	95
<b>Total</b>		<b>650</b>

*Sumber : data di olah 2019*

Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen yang membeli Sate madura di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu yang berjumlah 650 orang. Oleh karena itu populasi dalam penelitian ini diketahui maka dalam pengambilan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus slovin.

Menurut (Sugiyono, 2015) Rumus Slovin merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh pupulasi. Rumus slovin adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan untuk ditarik kesimpulannya.

### **Rumus Slovin**

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

#### **Keterangan :**

n	= Jumlah Sampel Minimal
N	= Populasi
e	= Error Margin = 10 %

#### a. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2011) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dijadikan sampel pada penelitian yaitu konsumen yang melakukan pembelian tersebut.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Dalam *non probability sampling*, setiap unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Pemilihan unit sampling didasarkan pada pertimbangan atau penilaian subjektif dan tidak menggunakan teori probabilitas. (Malhotra, 2007)

*Accidental sampling* merupakan prosedur sampling yang memilih sampel orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Kelemahan dari metode ini adalah sangat mungkin sampel yang diperoleh tidak representatif dan bias, sehingga tidak mungkin untuk menarik kesimpulan yang bersifat generalisasi berdasarkan metode ini. (Gulo, 2002)

Populasi dalam pembulatan yang dilakukan berdasarkan tabel ukuran sampel dan dilakukan perhitungan menggunakan rumus, maka jumlah minimum yang diperoleh adalah :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \\
 &= \frac{650}{1 + (650 \times 0,1^2)} = \frac{650}{1 + (650 \times 0,01)} \\
 &= 86,6 \\
 &= 87 \text{ Responden}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas penarikan sampel dengan *non probability sampling* pada umumnya digunakan untuk suatu penelitian yang populasinya tidak diketahui, sehingga tidak dapat ditarik kesimpulan yang berlaku umum terhadap populasi. Adapun sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan 87 orang.

### **3.3. Jenis Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Menurut (Siregar, 2013) Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari responden melalui pertanyaan tertulis menggunakan kuesioner. Peneliti langsung survei ke penjual sate madura dan konsumen sate madura di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah Data yang diperoleh dari sumber yang sudah atau informasi oleh peneliti dengan cara membaca, melihat, mendengarkan dan dari lembaga – lembaga pemerintah yang terkait dengan penelitian tersebut. (Siregar, 2013).

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

#### a. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, pencatatan secara sistematis kejadian – kejadian secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. (Siregar, 2013). Observasi dilakukan pada usaha sate madura joko tole.

#### b. Wawancara dan Pengisian Angket

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti terhadap responden atau sumber data. Media yang digunakan dalam mengambil data primer ini adalah kuesioner yang ditujukan kepada objek penelitian dan angket dilakukan pada konsumen yang diteliti.

#### c. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mengkaji, serta mempelajari buku – buku , literatur, jurnal – jurnal, referensi, dan lain - lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. (Sugiyono, 2011).

#### d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data melalui dokumen baik gambar, benda-benda tertulis, menyalin dan mengevaluasi terkait objek penelitian. (Arikanto, 2006).

### 3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data akan dilakukan menggunakan rumus untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode *deskriptif kualitatif* dan *deskriptif kuantitatif*. Pada fokus kajian pertama (1) adalah *deskriptif kualitatif* jenis ini mengetahui bagaimana proses pengelolaan sate madura joko tole. Pada fokus kajian kedua jenis ini untuk mengetahui biaya pendapatan pada usaha sate madura joko tole. Adapun langkah-langkahnya adalah :

#### 1. Menganalisis Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan akumulasi dari semua biaya – biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi dengan tujuan menghasilkan suatu produk atau barang. Biaya – biaya meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional barang/pabrik, dan lain sebagainya. Berikut ini adalah rumus untuk menghitung biaya produksi.

- a. Biaya Tetap (*Fixed Cost* )
- b. Biaya Variabel (*varabel Cost*)
- c. Biaya Total (*Fixed Cost*)

$$TC = VC + FC$$

Keterangan :

TC = Biaya Total (*Total Cost*)  
 VC = Biaya Variabel (*Variabel Cost*)  
 FC = Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

## 2. Analisis Penerimaan Usaha

Penerimaan usaha adalah sisa pengurangan nilai – nilai penerimaan usaha dengan biaya – biaya yang dikeluarkan atau jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya meliputi penjualan produk/jasa kepada konsumen.

Rumus penerimaan adalah sebagai berikut :

$$TR = Y \times Py$$

Keterangan :

TR = Penerimaan  
 Y = Jumlah Produksi  
 Py = Harga Produksi

## 3. Analisis Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha merupakan penghasilan atau jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitas penjualan produk barang/jasa dari konsumen dan dikurangi dengan harga pokok penjualan, beban, dan biaya – biaya lainnya. Formula untuk menganalisis pendapatan adalah sebagai berikut :

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

I = Pendapatan (*Income*)  
 TR = Penerimaan Total (*Total Revenue*)  
 TC = Biaya Total (*Total Cost*)

Pada fokus kajian 3 yaitu menggunakan analisis kuantitatif. Adapun peringkat yang digunakan untuk analisis ini adalah analisis skala likert.

Skala likert adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan dan menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan. Analisis statistik deskriptif pada penelitian kuantitatif, data yang dikumpulkan harus dilakukan adalah menganalisis data seperti pengelompokan, penyederhanaan, dan penyajian penggunaan tabel frekuensi. Pengukuran terhadap minat beli konsumen.

Pengukuran tingkat penilaian minat beli konsumen terhadap sate Madura di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu menggunakan skor nilai 1 – 3. Skor tersebut memberikan nilai 1 = Kurang Setuju, 2 = Setuju, 3 = Sangat Setuju.

Hasil jawaban responden pada kuesioner diperoleh data yang kemudian dianalisis dengan menggunakan skor. Semua kriteria penilaian yang telah ditentukan dalam Minat Beli Konsumen Terhadap Sate Madura di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu dengan cara yang digunakan dalam menyusun data adalah menggunakan skor skala likert dimana skor dijumlahkan, merupakan total skor kemudian dihitung rata-ratanya, sebagai posisi penilaian responden pada skala likert sehingga mempermudah dalam pengelompokan data.

Banyaknya kelas interval dapat ditentukan dengan menggunakan rumus menurut (Bluman, 2012) yaitu :

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan :

I = Interval Kelas  
NT = Nilai Tertinggi

NR = Nilai Terendah  
K = Jumlah Kelas

Interval kelas pada masing – masing kategori dihitung dengan rumus diatas, sehingga kelas interval secara keseluruhan adalah sebagai berikut :

1. Minat Beli Konsumen

$$I \frac{3-1}{3} = 0,66$$

Berdasarkan perhitungan tersebut penafsiran skor rata – rata jawaban responden Minat Beli Konsumen Terhadap Sate Madura di desa Bangun Jaya Kecamatan Tambusai Utara Kabupaten Rokan Hulu yaitu kurang berminat, berminat, sangat berminat. (Bluman, 2012)

**Table 3.2. Kategori Minat Beli Terhadap Sate Madura**

No	Interval	Kategori
1	1-1,66	Kurang Berminat
2	1,67 – 2,33	Berminat
3	2,34 – 3	Sangat Berminat

### 3.6. Definisi Operasional

- a. Sate Madura adalah santapan yang diolah dari daging.
- b. Konsumen yang membeli sate madura adalah konsumen yang membeli sate madura.
- c. Minat beli konsumen sate madura adalah sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli atau mengambil tindakan dengan tingkat kemungkinan sebelum keputusan membeli sate madura.
- d. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena menggunakan produk tersebut.

Indikator Harga sebagai berikut :

1. Harga jual yang terjangkau
2. Kesesuaian antara harga dan kualitas
3. Variasi harga
4. Harga produk yang bersaing
5. Harga sesuai manfaat yang dirasakan

e. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu hal pendukung suatu produk untuk meningkatkan kualitas produk agar tetap dipilih konsumen.

Indikatornya adalah :

1. Standar Kualitas
2. Merekomendasikan kualitas produk pada orang – orang sekitar
3. Daya tahan produk
4. Kualitas sesuai dengan harga yang ditawarkan

f. Selera Konsumen

Selera konsumen adalah tingkat keinginan konsumen akan sesuatu barang/produk yang bersifat subyektif dan tergantung pada pelaku konsumen.

Indikatornya adalah :

1. Kepuasan Pelanggan
2. Rasa
3. Warna bervariasi
4. Ukuran yang bervariasi