

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Penyajian Data**

##### 1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Masyarakat di Kalimantan Selatan khususnya di Banjar pada dasarnya lebih suka mencari nafkah dengan cara perniagaan (berdagang). Masyarakat yang menjadi pedagang biasanya tidak hanya asli dari Kota Banjar, tetapi dari berbagai daerah Indonesia yang merantau ke daerah Kalimantan Selatan yaitu ke Kota Banjar dan sekitarnya.

Berbagai macam perdagangan dilakukan oleh masyarakat termasuk bisnis dalam berbagai bidang termasuk yaitu berdagang bahan pokok, baju, pakaian, warung makan dan bisnis lainnya. Usaha bisnis itu pun berkembang dari waktu kewaktu, dan hingga sekarang. Salah satunya adalah bisnis usaha yang digeluti bapak ini. Bisnis usaha yang mereka lakukan yaitu usaha kecil-kecilan yang di kenal.

Memang tempat penjualan pentol ini terletak di jalan raya yang ramai, yang terdapat banyak orang yang lewat di sekitar itu tersebut, terletak di Jl. Martapura Lama, Kecamatan Sungai Tabuk.

##### a. Produk yang Ditawarkan

- 1.) Pentol Mini
- 2.) Pentol Daging
- 3.) Tahu

4.) Tahu Goreng

5.) Bakwan Mini

b. Pemilik: Bapak Yahya

## 2. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh penulisan kepada konsumen yang menjadi responden tentang Persepsi Konsumen Pembelian Pentol.

Data responden:

- a. Aris, 30 Tahun, Karyawan Bank, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Karya Budi, Sungai Lulut.
- b. Doni, 22 Tahun, Mahasiswa, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Abdi Persada Jaya, Sungai Lulut.
- c. Iwan, 35 Tahun, Swasta, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Persada, Sungai Lulut.
- d. Dedi, 20 Tahun, Mahasiswa, Alamat Jl. Martrapura Lama, Sungai Lulut.
- e. Muhammad, 31 Tahun, Guru, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Bimaland, Sungai Lulut.
- f. Hadi, 16 Tahun, Pelajar, Alamat Jl. Karya Budi, Sungai Lulut.
- g. Desi, 15 Tahun, Pelajar, Alamat Jl. Martrapura Lama, Sungai Lulut.
- h. Dewi, 29 Tahun, Karyawan Dealer Honda, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Dalam Sakti, Sungai Lulut.

- i. Aulia, 21 Tahun, Mahasiswi, Alamat Jl. Karya Budi Utama, Sungai Lulut.
- j. Devi, 26 Tahun, Ibu Rumah Tangga, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Graha, Sungai Lulut.
- k. Tia, 25 Tahun, Ibu Rumah Tangga, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Persada, Sungai Lulut.
- l. Daus, 20 Tahun, Mahasiswa, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Graha, Sungai Lulut.
- m. Agus, 25 Tahun, Guru, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Abdi Persada Jaya, Sungai Lulut.
- n. Lia, 35 Tahun, Ibu Rumah Tangga, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Abdi Persada, Sungai Lulut.
- o. Iwan, 30 Tahun, Swasta, Alamat Jl. Martrapura Lama, Komplek Rahayu, Sungai Lulut.

Uraian data I:

Karena langganan saya, pelayanan ramah tamah dan tempatnya sering saya lewat, rasanya enak dan gurih berbeda dengan yang lain, tempatnya strategis. Sering sekali (Hasil wawancara dengan konsumen data a, b dan c. Hari Selasa tanggal 6 Agustus 2019, jam 10.20 WITA).

Uraian data II:

Karena banyak macam pentol, pelayanannya baik dan ramah, tempatnya sering saya lewat, rasanya enak dan gurih kuahnya pun

berbeda dengan yang lain, harganya sangat murah. Sering sekali saya beli pentol tersebut (Hasil wawancara dengan konsumen data d dan e. Hari Selasa tanggal 6 Agustus 2019, jam 11.00 WITA).

Uraian data III:

Karena harganya murah, pelayanannya sangat baik, tempatnya sering saya lewat, enak dan rasa dagingnya gurih, dan rasa kuahnya enak, bermacam-macam pentol yang dijual paman. Tidak terlalu sering (Hasil wawancara dengan konsumen data f, g, h, dan i. Hari Selasa tanggal 6 Agustus 2019, jam 11.45 WITA).

Uraian data IV:

Karena ingin mencoba, pelayanannya baik, kebetulan lewat, rasa enak dan saos berbeda dengan lain, karna melihat orang banyak mampir beli. Baru pertama kali (Hasil wawancara dengan konsumen data j. Hari Selasa tanggal 6 Agustus 2019, jam 12.00 WITA).

Uraian data V:

Karena rasanya enak, ramah tamah dan suka senyum, dari teman mendapatkan informasi, rasanya enak dan kuahnya berisi campuran daun sop, banyak macam pentol. Sangat sering (Hasil wawancara dengan konsumen data k, l, dan m. Hari Rabu tanggal 7 Agustus 2019, jam 09 .00 WITA).

Uraian data VI:

Karena harganya murah, pelayanannya cukup bagus, teman yang pertama membawa ke tempat tersebut, rasanya enak dan kaldu beda

dari yang lain, dan kualitas pentol berbeda dengan yang lain dan rasa lebih enak. Sering sekali ke tempat tersebut (Hasil wawancara dengan konsumen data n dan o. Hari Rabu tanggal 7 Agustus 2019, jam 11.30 WITA).

### **B. Rekapitulasi Data dalam Bentuk Matriks**

Pada bagian ini penulis menyajikan secara ringkas, data yang telah diuraikan dalam bentuk matriks, dari hasil wawancara dengan konsumen pentol di kelurahan sungai lutut adalah sebagai berikut:

MATRIKS WAWANCARA PERSEPSI KONSUMEN PEMBELIAN PENTOL DI KELURAHAN SUNAGAI LULUT

No	Identitas Responden				Uraian Data
	Nama	Umur (Tahun)	Pekerjaan	Alamat	
1.	Aris	30	Karyawan Bank	Jl. Martapura Lama, Komplek Karya Budi	Langganan saya, ramah tamah, tempat lewat saya, enak dan gurih
2.	Doni	22	Mahasiswa	Jl. Martapura Lama, Komplek Abdi Persada Jaya	Sda (sama dengan di atas)
3.	Iwan	35	Swasta	Jl. Martapura Lama, Komplek Persada	Sda (sama dengan di atas)
4.	Dedi	20	Mahasiswa	Jl. Martapura Lama	Banyak macam pentol, pelayanan baik, tempat lewat saya, enak dan gurih daharganya sangat murah
5.	Muhammad	31	Guru	Jl. Martapura Lama, Komplek Bimaland	Sda (sama dengan di atas)
6.	Hadi	16	Pelajar	Jl. Karya Budi	Harga murah, pelayanan baik, tempat lewat saya dan rasanya gurih dan banyak macam pentol yang dijual

MATRIKS WAWANCARA PERSEPSI KONSUMEN PEMBELIAN PENTOL DI KELURAHAN SUNAGAI LULUT

7.	Desi	15	Pelajar	Jl. Martapura Lama	Harganya murah, pelayanannya baik sekali dan tempat lalu saya setiap hari, rasanya gurih dan banyak macam.
8.	Dewi	29	Karyawan Dealer Honda	Jl. Martapura Lama Komplek Dalam Sakti	Sda (sama dengan di atas)
9.	Aulia	21	Mahasiswa	Jl. Karya Budi Utama	Sda (sama dengan di atas)
10.	Devi	26	Ibu Rumah Tangga	Jl. Martapura Lama Komplek Graha	Ingin mencoba, pelayanannya baik, kebetulan lewat, rasa enak, karna melihat orang banyak mampir beli.
11.	Tia	25	Ibu Rumah Tangga	Jl. Martapura Lama Komplek Persada	Harga murah, ramah kepada pelanggan, dari teman mendapatkan informasi dan banyak macam pentol.
12.	Daus	20	Mahasiswa	Jl. Martapura Lama kompleks Graha	Sda (sama dengan di atas)
13.	Agus	25	Guru	Jl. Martapura Lama Komplek Abdi Persada	Harga murah, baik dan ramah tamah, dari teman mendapatkan informasi, enak dan berasa kaldunya dan banyak yang beli.

MATRIKS WAWANCARA PERSEPSI KONSUMEN PEMBELIAN PENTOL DI KELURAHAN SUNAGAI LULUT

14.	Lia	35	Ibu Rumah Tangga	Jl. Martapura Lama Komplek Abdi Persada	Harganya murah dan ramah tamah, kebutuhan lewat dan mampir, enak pas dilidah
15.	Iwan	30	Swasta	Jl. Martapura Lama Komplek Rahayu	Sda (sama dengan di atas)

### C. Analisa Data

Berdasarkan beberapa hasil penelitian yang penulis lakukan dan telah disusun dalam bentuk penyajian data, maka analisis data yang menjadi pokok dalam pembahasan adalah menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini adalah Analisis faktor apa yang menjadikan Persepsi Konsumen Pembelian Pentol di Kelurahan Sungai Lulut Kabupaten Banjar.

Sesuai dengan apa yang peneliti ketahui dilapangan, persepsi dari konsumen atau biasa juga disebut kecenderungan, minat dari para konsumen dari Pentol Sungai Lulut ini sangatlah fenomenal. Bisa dikatakan seperti itu karena berdasarkan penelitian lapangan yang melalui wawancara peneliti memberikan pertanyaan dalam wawancara tersebut kemudian konsumen yang dijadikan responden, maka dapat di ketahui apa yang menjadikan Persepsi Konsumen Pembelian Pentol di Kelurahan Sungai Lulut ada 4 macam yaitu Harga, Pelayanan, Produk, dan Tempat.

#### 1. Harga

Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Kotler dan Keller mendefinisikan harga adalah suatu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Hasan berpendapat bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, miliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang

beserta pelayanan dari suatu produk. Perusahaan harus menetapkan harga jual untuk yang pertama kalinya, terutama pada saat mengembangkan produk baru. Penetapan harga jual berpotensi menjadi suatu masalah karena keputusan penetapan harga jual cukup kompleks dan harus memperhatikan berbagai aspek yang mempengaruhinya (Sarini Kodu, 2013, hlm. 2).

Menurut Colander David<sup>1</sup> harga adalah *Price elasticity of demand and supply gives us information about the exact quantity response to a change in price. A price elasticity of demand of 0.3 tells us that a 10 percent rise in price will lead to a 3 percent decline in quantity demanded* (Colander David<sup>1</sup>, 2004, hlm. 133). Terjemahannya elastisitas harga dari permintaan dan penawaran memberi kita informasi tentang respons kuantitas yang tepat terhadap perubahan harga. Elastisitas harga dari 0,3 memberi tahu kita bahwa kenaikan harga 10 persen akan menyebabkan penurunan 3 persen dalam jumlah yang dituntut.

Adapun daftar harga yang dipejualkan paman adalah:

a. Pentol Mini

Pentol mini ini di tetapkan harga jual persatuannya adalah sebesar Rp. 500,-.

b. Pentol Daging

Pentol daging ini di tetapkan harga jual persatuannya adalah sebesar Rp. 1.000,-.

c. Tahu

Tahu ini di tetapkan harga jual persatuannya adalah sebesar Rp. 500,-.

d. Tahu Goreng

Tahu goreng ini ditetapkan harga jual persatuannya adalah sebesar Rp. 250,-.

e. Bakwan Mini

Bakwan mini ini ditetapkan harga jual persatuannya adalah sebesar Rp. 100,-.

2. Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diberikan produsen kepada konsumen atau perusahaan/instansi kepada publik untuk memberi rasa puas dan menanggapi respon konsumen. Pelayanan memiliki banyak arti dan pandangan berbeda-beda deri setiap individu. Pelayanan yang mengesankan, yang istimewa, dapat menyebabkan kesetiaan pelanggan: misalnya, dalam bentuk pra-jual, kegiatan menjual, maupun purnajual yang handal.

Menurut Winarsih pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antar konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Menurut Kotler bahwa pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.

Menurut Mulyono juga mendefinisikan pelayanan adalah aktivitas tambahan di luar tugas pokok (*job description*) yang diberikan kepada konsumen serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan.

Pelayanana menjadi sangat penting bagi setiap perusahaan untuk berkembang, termasuk pula kepada badan usaha perbankan karena pelayanan sangat berkaitan erat dengan sumber daya manusia di dalamnya. Banyak strategi dan cara yang digunakan perusahaan untuk membangun sumber daya manusianya agar dapat bekerja dan memperlakukan konsumen dengan baik. Pelayanan sering pula dijadikan acuan untuk mengukur kepuasan konsumen. Pelayanan yang baik harus tanggap dan respon terhadap kritik, saran dan keluhan-keluhan konsumen. Tidak untuk menjadikan perusahaan mundur dan jatuh, tapi untuk lebih memotivasi perusahaan agar dapat bekerja lebih baik (Yolanda Darma Fernandes & Doni Marlius, 2017, hlm. 5-6).

Pelayanan yang dilakukan oleh tukang pentol (produsen), terbagi dalam beberapa bagian, Pertama. Produsen memberikan rasa nyaman dengan memfasilitasi konsumen tempat yang strategis, Kedua. Etiket produsen yang cukup ramah, dan murah senyum, Ketiga. Konsumen tertib

ketika mengantri, sehingga pelayanan yang diberikan oleh produsen sangat memuaskan. Karena kerjasama dari kedua belah pihak.

### 3. Produksi

Kata produksi berasal dari kata *production*, yang secara umum dapat diartikan membuat (*to produce*) suatu produk dari berbagai bahan lain. Salah satu definisi tentang produksi adalah aktivitas menciptakan manfaat di masa kini dan mendatang. Proses produksi bisa dilakukan oleh satu orang saja, misalnya seorang penyanyi yang mengolah udara, alat-alat pernafasan, alat-alat pengucapan, pita suara, daya seni, dan keterampilannya menghasilkan suatu nyanyian solo yang indah, atau sebuah perusahaan tekstil besar dengan ribuan karyawan dan berbagai macam bahan baku dan mesin menghasilkan tekstil untuk dijual ke mancanegara (Mustafa Edwin Nasution, 2006, hlm. 101).

Menurut Willian D. Perreault Produk adalah *Production is a very important economic activity. Wetherfor lack of skill and resources or just lack of time, most people don't make most of the products they use* (Willian D. Perreault, 2002, hlm. 5). Terjemahannya Produksi adalah kegiatan ekonomi yang sangat penting. Apakah karena kurangnya keterampilan dan sumber daya atau hanya kurangnya waktu, kebanyakan orang tidak membuat sebagian produk yang mereka gunakan.

Menurut Willian D. Perreault inti adalah *The point is that production and marketing are boti importafi part of total business system aimed at providing consumers with need-satisfying goods and services* (Willian D.

Perreault, 2002, hlm. 5). Terjemahannya Intinya adalah bahwa produksi dan pemasaran kedua bagian penting dari sistem bisnis total ditujukan untuk memberikan konsumen dengan kebutuhan yang memuaskan barang dan jasa.

Pengertian Produksi dalam Islam perekonomian merupakan rangkaian antara kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Dalam perekonomian manapun, yang berkaitan dengan alokasi sumber daya ditentukan oleh adanya keputusan bagaimana dengan produksi, keputusan mengenai penjualan serta keputusan mengenai pembelian.

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini banyak bermunculan pakar-pakar ekonomi yang menuangkan pendapatnya tentang perekonomian dari berbagai aspek yang terkait, baik aspek produksi, aspek distribusi, maupun pada aspek konsumsi. Hal yang demikian itu adalah merupakan suatu hal yang positif dalam khazanah keilmuan, baik dari segi praktik maupun teori.

Tahapan yang sangat mendasar dalam kegiatan ekonomi adalah pada aspek produksi. Produksi adalah pembuka jalan untuk melanjutkan kepada tahapan berikutnya (distribusi dan konsumsi). Dalam aspek produksi sudah sangat banyak terdapat teori-teori dan doktrin-doktrin yang membahas mengenai hal ini. Bukan hanya ekonomi konvensional, tetapi dalam Islam pun membahas hal yang bersangkutan dengan produksi (Monzer Kahf, 1995, hlm. 57).

Di dalam produk Pentol di Sungai Lulut, terbagi menjadi 5 macam Produk yang ditawarkan:

a. Pentol Mini

Dijual per harinya atau yang dihabiskan per harinya menurut pembuatan paman terhitung 150 butir/ hari. Pendapatan yang dihasilkan per minggu penghasilan yang didapat oleh pemilik untuk produk pertama yaitu Pentol mini adalah kalau dihitung sekitar Rp.75.000,-/150 perhari.

b. Pentol Daging

Dijual per harinya atau yang dihabiskan per harinya menurut pembuatan paman terhitung 250 butir/ hari. Pendapatan yang dihasilkan per minggu penghasilan yang didapat oleh pemilik untuk produk pertama yaitu Pentol mini adalah kalau dihitung sekitar Rp.250.000,-/250 perhari.

c. Tahu

Dijual per harinya atau yang dihabiskan per harinya terhitung 100 butir. Pendapatan yang dapat dihasilkan per minggunya untuk produk yang kedua yaitu Tahu adalah Rp.50.00,-/100 perhari.

d. Tahu Goreng

Dijual per harinya atau yang dihabiskan per harinya terhitung 500 butir. Pendapatan yang dihasilkan per minggu penghasilan yang didapat oleh pemilik untuk produk pertama yaitu Tahu Goreng adalah kalau dihitung sekitar Rp.125.000,-/500 perhari.

e. Bakwan Mini

Dijual per harinya atau yang dihabiskan per harinya terhitung 600 butir. Pendapatan yang dihasilkan per minggu penghasilan yang didapat oleh pemilik untuk produk pertama yaitu Bakwan Mini adalah kalau dihitung sekitar Rp.60.000,-/600 perhari.

4. Tempat

Tempat adalah suatu tempat yang umumnya terdapat banyak orang yang berkumpul untuk melakukan suatu kegiatan baik secara terus menerus dan baik membayar maupun tidak membayar.

Lokasi merupakan cabang ekonomi regional yang paling tua yang dikembangkan sejak abad kesembilan belas. Faktor lokasi adalah faktor yang mempengaruhi keputusan lokasi suatu aktivitas ekonomi seperti aktivitas produksi atau aktivitas pemberian jasa. Aktivitas-aktivitas produksi termasuk perusahaan-perusahaan industri seperti perusahaan mebel, perusahaan kayu lapis, pabrik bir, perusahaan manufaktur, dan perusahaan roti, yang menciptakan kegunaan bentuk (form utility) dengan memproses bahan baku serta input-input (masukan-masukan) lain menjadi output (keluaran atau barang jadi) dan menciptakan kegunaan-kegunaan lain (kegunaan tempat atau kegunaan waktu) di mana perlu. Aktivitas-aktivitas jasa termasuk perusahaan-perusahaan niaga, yang hanya memperdagangkan barang, tidak menghasilkan barang tetapi tetap

dikatakan produktif karena menciptakan kegunaan milik atau possession utility melalui transaksi jual-beli, menciptakan kegunaan tempat atau place utility melalui transportasi atau kegunaan waktu atau time utility melalui pergudangan. Keputusan lokasi dari mereka inilah yang menimbulkan berkembangnya suatu kota, kemudian suatu daerah.

Teori ini mengemukakan tentang pemilihan lokasi yang dapat meminimumkan biaya. Lokasi optimum dari suatu perusahaan atau industri umumnya terletak atau berdekatan dengan pasar atau sumber bahan baku. Artinya, semakin tepat pemilihan lokasi yang strategis maka semakin kecil biaya produksi yang dikeluarkan. Teori tempat sentral menganggap bahwa ada semacam hirarki tempat yang didukung oleh sejumlah tempat yang menyediakan sumber daya industri dan bahan baku. Tempat sentral tersebut merupakan suatu pemukiman yang menyediakan jasa-jasa bagi penduduk daerah yang mendukungnya (Prasetyo Soepono, 1999, hlm. 5-6).

Berkaitan dengan teori konsumen, kesimpulan-kesimpulan yang dapat dihasilkan oleh teori konsumen antara lain ialah bagaimana reaksi konsumen dalam kesediaannya membeli sesuatu barang terhadap berubahnya jumlah pendapatan yang ia peroleh, terhadap berubahnya harga barang yang bersangkutan, terhadap berubahnya harga barang-barang yang berhubungan dengan barang yang bersangkutan, terhadap cita rasa yang dimilikinya (Soediyono Reksoprayitno, 2000, hlm. 143).

Maka dari itu Pentol di Sungai Lulut yang memiliki lima produk yang ditawarkan kepada konsumen yaitu Pentol Mini, Pentol Daging, Tahu, Tahu

Goreng, dan Bakwan Mini, diminati (persepsi) karena adanya pilihan produk tersebut dan juga harga, pelayanan, produk, dan tempat yang dimiliki oleh Pentol di Sungai Lulut itulah yang menjadikan persepsi konsumen terhadap Usaha Mikro Pentol di Sungai Lulut.

Bisnis Pentol ini dari dahulu hingga sekarang masih terus berlanjut seperti halnya usaha pentol yang lainnya yang terdapat di jalan Martapura Lama, Sungai Lulut yang begitu di sukai oleh masyarakat. Yang umumnya tempatnya yang dekat dan disekitar keramaian masyarakat lalui setiap harinya.

Pada dasarnya yang menjadi konsumen dari Pentol di Sungai Lulut ini tidak hanya yang berstatus masyarakat biasa tetapi dari berbagai kalangan mulai dari dewasa sampai pegawai. Konsumen silih berganti datang dan pergi ke tempat tersebut.

Bisnis Pentol di Sungai Lulut ini dari harga, pelayanan, produksi, maupun tempat sebenarnya sama saja seperti bisnis yang lain yang khususnya bisnis Pentol di tempat yang lain. Seperti tempat atau lokasi yang biasa saja, biasa dalam artian sederhana, sama seperti tempat Pentol seperti biasanya. Salah satu konsumen memberikan pendapatnya kepada saya, seorang konsumen suka adalah karena rasa dan harga yang terjangkau. Bisnis ini yang ditekuni oleh Bapak Yahya yaitu bisnis Pentol di Sungai Lulut di mulai sejak tahun 2010 bisnis ini berkembang hingga sekarang.

Dari hasil wawancara dengan pemilik Pentol di Sungai Lulut (produsen), pendapatan kotor dari hasil penjualan Pentol di Sungai Lulut ini setiap harinya

mencapai Rp. 600.000,-. Bapak Yahya sebagai pemilik Pentol di Sungai Lulut menjelaskan kendala yang dihadapi pada saat penjualan Pentol di Sungai Lulut itu yaitu apabila bahan pokok naik, maka sewaktu-waktu ia harus memperkecil Pentolnya supaya agar seimbang dengan harga bahan yang dijual. Dengan dinaikannya harga Pentol di Sungai Lulut untuk kelima produk tersebut, tidak ada konsumen protes, saat saat dijelaskan bahwa bahan pokok, dan juga konsumen pada saat menanyakan kenapa Pentol terlalu kecil mereka atau para konsumen tidak merasa dirugikan. Selain itu, kendala yang lain selain dari apabila cuaca tidak mendukung seperti hujan, maka paman pun tidak berangkat atau tidak berjualan Pentol di Sungai Lulut karena tidak ada juga konsumen yang membeli pentol tersebut dikarenakan hujan. Kemudian yang menjadi kendala adalah tempat berjualan Pentol di Sungai Lulut yang tidak terlalu besar, oleh karenanya pada saat konsumen yang berkunjung pada saat itu ramai, maka konsumen yang ingin membungkus harus menunggu sesuai yang antri. Strategi yang digunakan oleh pemilik Pentol di Sungai Lulut agar dapat menjaga eksistensi persepsi konsumen pembelian Pentol di Sungai Lulut adalah yaitu dengan menjaga kebersihan, pelayanan yang bagus, untuk tempat masih tetap seperti itu karena tidak dapat di perbesar lagi, dan yang lebih pebting adalah konsisten dengan cita rasa Pentol di Sungai Lulut yang membuatnya berbeda dari Pentol yang lain (Hasil wawancara dengan pemilik Pentol di Sungai Lulut yaitu bapak Yahya, Hari Minggu tanggal 4 Agustus 2019, Jam 12.00 WITA).

Terdapat tiga sifat dasar dalam melakukan sebuah pilihan (persepsi), yaitu:

a. Kelengkapan (*Completeness*)

Jika individu dihadapkan pada situasi, A dan B maka ia dapat selalu menentukan secara pasti salah satu dari tiga kemungkinan berikut ini:

- 1.) A lebih disukai dari pada B
- 2.) B lebih disukai dari pada A
- 3.) A dan B sama-sama disukai

Setiap konsumen jika dihadapkan pada pilihan antara berbagai barang yang ada seperti dalam Kasus Pentol Sungai Lulut yang mempunyai lima pilihan produk maka seperti itu lah Konsumen yang menjadi responden tersebut. Dengan kata lain dari serangkaian kombinasi dari produk yang bisa memberikan tingkat kepuasan sama, konsumen mampu memilih kombinasi yang paling diinginkan atau beberapa produk yang sekaligus memberinya kepuasan yang sama. Karena konsumen mengetahui nilai utilitas dari semua pilih.

b. Transitivitas (*Transitivity*)

Sesuai dengan Hasil wawancara yang peneliti lakukan maka di sesuaikan dengan konsep Jika bagi seseorang atau konsumen dalam memilih produk “A lebih disukai daripada B” dan “B lebih disukai daripada C” maka baginya “A harus disukai daripada C”, asumsi ini menyatakan bahwa individu bersifat konsisten secara internal. Konsumen

senantiasa konsisten dalam membuat pilihan antara berbagai macam produk seperti produk yang ada di Pentol Sungai Lulut diantaranya Pentol Mini, Pentol Daging, Tahu, Tahu Goreng, Bakwan Mini.

c. Kontinuitas (*Continuity*)

Jika bagi seseorang “A lebih disukai daripada B”, maka situasi-situasi yang secara cocok mendekati A, harus juga lebih disukai daripada B (Adiwarman A Karim, 2010, hlm. 37). Dengan kelima produk Pentol di Sungai Lulut maka hal yang di uraikan di atas bahwa produk yang akan dikonsumsi tidak akan merasa puas dengan satu produk yang erat kaitannya dengan persepsi konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan.

Dalam hal pemenuhan kebutuhan hidupnya seseorang tidak akan lepas dari banyak pertimbangan, dalam hal ini antara satu orang dengan yang lain pertimbangannya tidak selalu sama, ada yang mempertimbangkan kebutuhannya, kualitasnya, gengsinya, harganya, dimana membelinya, dikenal atau tidaknya dan sebagainya. Seorang produsen yang jeli pasti memperhatikan bagaimana cara seorang konsumen memperoleh informasi. Pemasar perlu mengetahui kebutuhan spesifik konsumen yang akan dipuaskannya, dan bagaimana menerjemahkan kebutuhan itu ke dalam kriteria pembelian. Pemasar perlu memahami bagaimana konsumen mengumpulkan informasi yang berkenaan dengan berbagai alternatif dan menggunakan informasi itu untuk memiliki produk atau merek.

Berdasarkan dari penjelasan dan teori-teori di atas yang telah dikemukakan oleh beberapa literatur yang peneliti dapatkan seharusnya produsen selaku pemilik Pentol di Sungai Lulut ini mengkaji lebih dalam lagi tentang konsumen agar dapat mempertahankan dari persepsi konsumen pembelian Pentol di Sungai Lulut. Sedangkan strategi yang digunakan oleh pemilik Pentol di Sungai Lulut dari hasil wawancara dengan pemilik (produsen) agar dapat menjaga eksistensi persepsi konsumen pembelian Pentol di Sungai Lulut yaitu hanya dengan menjaga kebersihan, pelayanan yang bagus, untuk tempat masih tetap seperti itu karena tidak dapat di perbesar lagi, dan yang lebih penting adalah konsisten dengan Cita Rasa Pentol yang membuatnya berbeda dari Pentol yang lain.

Selain dari itu pemasar atau produsen harus mengetahui seluk beluk konsumen hal yang dapat menjadi acuan yaitu dalam teori bauran pemasaran, yang membahas tentang 4P antara lain harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), produk (*product*). Setelah mengetahui bauran pemasaran yang 4P tersebut maka produsen nanti dapat menentukan langkah apa yang akan di ambil agar konsumen memberikan keputusannya untuk melakukan pembelian terhadap usaha miliknya.

Dalam islam, konsumen tidak hanya berkenan dengan makanan, minuman, dan pemenuhan kebutuhan materiel lainnya, tetaoi juga berkenaan dengan tujuan akhir konsumsi, firman Allah:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿١٦١﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Q.S. Annisa: 29)

Barang yang boleh dikonsumsi hanyalah yang halal saja, tidak boleh seseorang mengonsumsi barang-barang yang haram. Umat Islam harus menjalankan usaha-usaha yang halal, jauh dari unsur perjudiandan penipuan, meliputi bahan baku, proses produksi, manajemen, output produksi hingga proses distribusi, dan konsumsi harus dalam kerangka halal. Seperti halnya ayat di atas yang menjelaskan bahwa dalam tinjauan Ekonomi Syariah atau Ekonomi Islam agar umat Islam seperti halnya produsen tidak memakan harta sesama melalui jalan yang bathil kecuali dengan perniagaan atau berdagang, yang dilakukan dengan suka sama suka.