

Tersedia online di <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas>
 <https://doi.org/10.35457/xxx>


Analisis Minat Beli Konsumen Pada Keanekaragaman Usaha Kuliner di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar

Denok Wahyudi Setyo Rahayu¹, Hery Suprayitno², Aqnes Dwi Sakti Hamidah³, Widya Tri Hardianti⁴

email: ¹denok.wahyudisr@gmail.com, ²suprayitnohery1@gmail.com, ³aqnesdsakti02@gmail.com,

⁴widyatrihardianti01@gmail.com

ABSTRAK

Kata kunci:

Wirausaha, ruang terbuka hijau, minat beli, penjual, pembeli

Keywords:

Entrepreneurship, green open space, buying interest, sellers, buyers

Style APA; Denok Wahyudi SR, Hery S, Aqnes Dwi SH, Widya T; Analisis Minat Beli Konsumen Pada Keanekaragaman Usaha Kuliner di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar. Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi, Akuntabilitas; Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Ekonomi. Vol. 15. No.2. Hal 37-45

Kewirausahaan dapat berupa kegiatan mendirikan bisnis atau usaha. Jiwa wirausaha menjadi hal krusial bagi seseorang untuk mengembangkan kegiatan wirausaha, yang dapat diimplementasikan di berbagai lokasi, termasuk tempat wisata. Tujuan penelitian untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap ragam usaha kuliner di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar. Metode penelitian menggunakan reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian bersifat kualitatif, dengan sumber data yang melibatkan penjual dan pembeli. Lokasi penelitian di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki minat beli yang positif terhadap beragam usaha kuliner yang dijual oleh para penjual di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar.

ABSTRACT

Entrepreneurship can be the activity of setting up a business or venture. An entrepreneurial spirit is crucial for someone to develop entrepreneurial activities, which can be implemented in various locations, including tourist attractions. The aim of the research is to determine consumer buying interest in various culinary businesses in the Green Open Space (RTH) Taman Pecut, Blitar City. The research method uses reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research is qualitative, with data sources involving sellers and buyers. The research location is in the Green Open Space (RTH) Taman Pecut, Blitar City. The results of the research show that consumers have positive buying interest in various culinary businesses sold by sellers in the Green Open Space (RTH) Taman Pecut, Blitar City.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses mendirikan dan mengelola bisnis atau usaha (Selly.id, 2022). Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan jiwa wirausaha yang memotivasi seseorang untuk menciptakan dan mengembangkan kegiatan wirausaha. Jiwa

wirausaha dibutuhkan bagi seseorang untuk dapat menciptakan suatu kegiatan wirausaha. Banyak hal yang dapat berdampak pada kegiatan wirausaha, salah satunya yaitu terbukanya lapangan kerja baru. Peluang tersebut yang menjadi fokus bagi para wirausaha untuk berinovasi dan juga kreatif dalam membuka usaha seperti berupa lapak yang ada di sepanjang Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar.

Banyaknya pedagang di sepanjang wilayah Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar tersebut dapat memanjakan para pengunjung untuk membeli makanan dan minuman maupun mainan sesuai keinginan. Berbagai sajian yang ditawarkan seperti gorengan ala korea, jagung dengan berbagai topping, bakso, mainan anak-anak dan masih banyak lagi. Terdapat harapan dari para penjual akan munculnya minat beli pengunjung untuk membeli sajian tersebut sambil menikmati keindahan atraksi air mancur dengan warna-warni lampu serta diiringi musik.

Minat pembelian meningkat karena adanya ketertarikan dari konsumen terhadap produk yang sedang dipasarkan (Rahayu, 2021). Semakin menarik yang ditawarkan oleh penjual akan membuat pembeli semakin tertarik untuk membeli. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh para pengunjung dapat membentuk tindakan konsumsi (Rahayu, 2022). Tindakan konsumsi yang terbentuk dari para pengunjung menjadi harapan penting para penjual supaya apa yang dijual dapat dibeli oleh para pengunjung.

Keanekeagaman dapat menjadi cara untuk membuat sajian menjadi menarik. Seperti halnya produk makanan yang ditawarkan, dapat berupa jagung rebus yang diberi berbagai macam topping, bakso dengan penambahan kikil, balon dengan berbagai karakter untuk anak-anak, dan lain-lain. Hal tersebut dilakukan untuk menarik minat beli para pengunjung.

Terdapat beberapa jenis minat beli, yaitu :

- 1) Minat transaksional sebagai suatu minat beli yang muncul karena adanya kecenderungan untuk pembelian produk;
- 2) Minat referensial adalah kecenderungan untuk memberikan referensi atau merekomendasikan produk kepada orang lain;
- 3) Minat preferensial merupakan manifestasi perilaku seseorang yang menunjukkan kecenderungan memiliki preferensi utama terhadap suatu produk. Individu

tersebut cenderung lebih memilih atau menunjukkan ketertarikan yang kuat pada produk tertentu;

- 4) Minat eksploratif mencerminkan perilaku seseorang yang secara konsisten mencari informasi tentang produk yang menarik minatnya dan menghargai nilai positif dari produk tersebut. Ini mencerminkan dorongan untuk terus memperluas pengetahuan dan pemahaman terkait suatu produk (Riadi, 2018).

Mengidentifikasi dan memahami dimensi-dimensi minat beli dapat membantu pelaku bisnis untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan mengakomodasi berbagai keinginan serta perilaku konsumen. Pemahaman akan keinginan dan kebutuhan para konsumen akan memberikan nilai baik bagi para pelaku bisnis, yaitu berupa terjualnya produk di pasaran.

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap ragam usaha kuliner di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar. State of the art dalam penelitian dapat ditunjukkan dari hasil penelitian terdahulu yaitu kondisi produk baik dari segi kualitas dan harga dapat menimbulkan minat beli konsumen (Rahayu, 2021); (Hidayat & Faramitha, 2022); (Tsania & Telagawathi, 2022). Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kualitas produk dan harga yang dibandrol dari setiap produk yang dijual dapat menjadi acuan dalam menumbuhkan minat beli konsumen.

Sedangkan kebaruan penelitian terletak pada tempat penelitian yang mana menampilkan suasana yang atraktif dengan permainan air mancur dan lokasi yang mudah dijangkau serta terbuka oleh umum, hal-hal tersebut apakah juga dapat mempengaruhi para pengunjung untuk berkunjung dan bertansaksi membeli produk yang dijual oleh para penjual di tempat tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian diawali dengan melakukan studi literatur dan permasalahan selanjutnya survei langsung ke lokasi penelitian. Metode penelitian adalah penelitian kualitatif. Populasi adalah penjual dan pengunjung di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar. Teknik sampling menggunakan accidental sampling dengan ketentuan penjual dan pembeli yang berada di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar dengan

jumlah sampel 100 responden. Lokasi penelitian di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Oktober 2023 setelah studi literatur dan permasalahan diperoleh.

Variabel penelitian adalah minat beli dengan indikator (Riadi, 2018):

- 1) Minat transaksional berupa minat beli muncul di benak pengunjung Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar;
- 2) Minat referensial berupa keinginan dari pengunjung Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar untuk mereferensikan kepada pihak lain.

Teknis analisis data menurut Miles dan Huberman terdiri dari 3 tahapan, antara lain yaitu :

- 1) Reduksi data,
- 2) Penyajian data, serta
- 3) Penarikan kesimpulan

Reduksi data adalah tahapan di mana peneliti memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, menggunakan abstraksi, dan mentransformasi data mentah dari lapangan. Penyajian data, pada gilirannya, dapat dijelaskan sebagai kumpulan informasi yang disusun oleh peneliti untuk memberikan dasar bagi tindakan berdasarkan informasi lapangan yang telah diperoleh. Penarikan kesimpulan merupakan langkah akhir di mana peneliti mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

PEMBAHASAN

Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar menawarkan daya tarik yang memukau bagi para pengunjung, menjadi destinasi yang menarik untuk menikmati dan membeli berbagai kuliner. Terletak di pusat Kota Blitar, Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut memainkan peran sebagai tempat wisata terbuka yang bebas dikunjungi oleh siapa pun, kapan pun. Sebagai destinasi wisata gratis, Ruang Terbuka Hijau (RTH) ini menawarkan beragam spot menarik, termasuk kursi taman, kolam air mancur, dan beberapa tempat berteduh, menjadikannya pilihan yang ideal bagi para pengunjung yang ingin bersantai dan menikmati suasana alam secara terbuka.

Sebagai destinasi wisata, keberadaan pedagang makanan menjadi elemen yang tak terpisahkan. Keberagaman penawaran sajian produk seperti makanan dan mainan anak-

anak diharapkan dapat menumbuhkan minat beli dari para pengunjung. Minat beli dapat timbul karena didorong oleh ketertarikan konsumen terhadap produk yang sedang ditawarkan (Rahayu, 2021). Semakin menarik yang ditawarkan oleh penjual akan membuat para pembeli selaku pengunjung akan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh para pengunjung dapat membentuk tindakan pembelian (Rahayu, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat minat transaksional dan minat referensial di benak pengunjung Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar. Minat transaksional yang muncul terjadi ketika para pengunjung memiliki keinginan untuk membeli produk yang dijual. Minat tersebut terlihat dengan banyaknya pengunjung yang membeli makan, minuman, maupun mainan anak-anak. Para pengunjung sangat antusias dalam bertansaksi dan menikmati menu-menu yang ada. Harga yang terjangkau menjadi faktor bagi para pengunjung untuk membeli menu yang dijual disana. Selain itu, suasana dan tempat yang bersih serta rasa makanan maupun minuman yang enak juga dapat sebagai faktor selanjutnya bagi para pengunjung untuk membeli. Pengunjung dapat membeli apapun yang mereka inginkan. Suasana dan tempat yang mendukung membuat para pengunjung merasa nyaman untuk bertransaksi di tempat tersebut.

Selanjutnya, minat referensial terjadi ketika para pengunjung merasa puas dan akan merekomendasikan kepada pihak lain. Hal ini muncul saat para pengunjung merasa puas dan adanya keinginan dari para pengunjung untuk merekomendasikan tempat tersebut bersama menu-menu yang ada kepada rekan maupun keluarganya. Kepuasan yang terbentuk tersebut membuat para penjual akan merasa senang, karena dapat membuat para pengunjung membeli lagi produk yang dijual dan juga akan adanya pembeli baru di waktu lain.

Selain adanya wisata kuliner tersebut, Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar juga menawarkan atraksi air mancur dengan iringan musik dan lampu warna warni yang dihelat setiap malam minggu. Para pedagang menyatakan bahwa minat pembelian meningkat pada saat itu. Hal ini menambah daya tarik dan kenyamanan bagi pengunjung yang dapat menikmati kuliner sambil menikmati hiburan visual yang menarik.

Hiburan tersebut memiliki daya tarik yang cukup kuat sehingga dapat menarik perhatian orang-orang yang melintasi jalur RTH Taman Pecut Kota Blitar, baik mereka yang berjalan kaki maupun yang menggunakan kendaraan. Atraksi air mancur yang menarik tersebut mampu mengundang orang untuk berhenti sejenak atau memperlambat laju kendaraan guna menyaksikan pertunjukan tersebut. Keindahan atraksi air mancur ini menjadi peluang bagi para pedagang untuk meningkatkan minat beli para pengunjung. Dengan menciptakan sajian yang menarik, para pedagang dapat menggunakan daya tarik visual ini sebagai strategi untuk menarik perhatian dan minat beli dari konsumen potensial mereka.

Para konsumen yang berperan sebagai pengunjung cenderung melakukan pembelian makanan, minuman, dan mainan yang ditawarkan oleh para pedagang sambil menikmati atraksi air mancur. Daya tarik dan suasana di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar yang memikat bagi para pengunjung membuat pengunjung mau bertaransaksi dan rekomendasi kepada pihak lain.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsumen menunjukkan minat beli yang positif terhadap berbagai usaha kuliner yang dijual di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Rahayu (2021), Hidayat (2022), dan Tsania (2022), yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga yang ditetapkan untuk setiap produk dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen.

Kualitas makanan, minuman dan mainan yang ditawarkan, serta kesesuaian dengan harga, ternyata memiliki dampak positif terhadap minat beli konsumen. Kualitas makanan yang mencakup rasa yang enak dan kebersihan, serta harga yang terjangkau bagi konsumen, berkontribusi pada pertumbuhan minat beli. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kombinasi kualitas produk yang baik, harga yang sesuai, dan suasana yang menarik dapat memperkuat minat beli konsumen di RTH Taman Pecut Kota Blitar.

Pada penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti suasana atraktif dengan permainan air mancur, lokasi yang mudah dijangkau, dan keterbukaan untuk umum dapat memengaruhi minat beli konsumen di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar, berikut beberapa strategi pemasaran yang dapat dipertimbangkan, seperti

dengan fokus pada promosi dan pemasaran yang menekankan pengalaman positif yang dapat dirasakan oleh pengunjung. Misalnya, membuat kampanye pemasaran yang menonjolkan keindahan air mancur, kenyamanan lokasi, dan keberagaman kuliner yang ditawarkan. Serta memanfaatkan kekuatan media sosial untuk mempromosikan tempat tersebut. Posting foto dan video atmosfer atraktif, testimonial pengunjung, dan informasi terkait acara atau penawaran spesial dapat menarik perhatian calon pengunjung. Dengan mengintegrasikan strategi-strategi tersebut, dapat menciptakan pemasaran yang efektif untuk meningkatkan minat beli pengunjung di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar. Selalu penting untuk memantau dan mengevaluasi respons pengunjung terhadap strategi pemasaran untuk terus meningkatkan efektivitasnya.

KESIMPULAN

Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar telah menjadi destinasi wisata gratis yang sangat diminati oleh pengunjung. Adanya minat transaksional dan referensial dari para pengunjung dapat menjadi penarik untuk membeli dan merekomendasikan produk yang dijual di tempat tersebut. Sepanjang Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar, terdapat penjual makanan dan mainan yang berhasil menarik minat beli pengunjung, terutama ketika diadakan pertunjukan air mancur setiap Sabtu malam. Atraksi ini tidak hanya mengundang pengunjung tetap, tetapi juga mengajak masyarakat yang sedang melintasi Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar untuk berhenti sejenak dan menikmati pertunjukan tersebut. Minat beli konsumen dalam konteks ini dipengaruhi oleh kualitas produk, harga yang sesuai, dan suasana yang menarik di sekitar Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar.

Di sisi lain, menurut pendapat para pengunjung, terdapat beberapa aspek yang belum memenuhi standar pariwisata, terutama terkait dengan keamanan. Salah satu perhatian utama adalah masalah parkir ilegal, yang menciptakan ketidakpastian dalam hal keamanan karena pengunjung hanya membayar parkir tanpa jaminan keamanan yang memadai. Akibatnya, pengunjung merasa perlu untuk lebih berhati-hati dalam menjaga barang bawaan dan kendaraan mereka sendiri. Keadaan ini menunjukkan adanya potensi

masalah keamanan di area tersebut dan dapat dijadikan fokus penelitian untuk tahap selanjutnya. Mempertimbangkan perasaan pengunjung terkait kekhawatiran keamanan ini dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan infrastruktur di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Pecut Kota Blitar, sehingga dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih positif dan aman bagi para pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi, S. (2018). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hidayat, T., & Faramitha, N. R. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli (studi kasus pada smartphone samsung di neo komunika). *Jurnal ekonomi dan bisnis*, 10(1); 195 - 202. Tersedia dari : <https://e-journal.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/4870/pdf>
- Rahayu, D. W. (2021). Motivasi konsumen dalam melakukan pembelian online di kota Blitar. *Jurnal Akuntabilitas*, 12(2):1-10. Tersedia dari: <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v13i2.1930>
- Rahayu, D. W. (2022). Perilaku konsumen dalam penggunaan voucher shopee. *Jurnal Akuntabilitas*, 14(2) :53-60. Tersedia dari : <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v14i2.2541>
- Riadi, M. (2018, Desember). *Aspek, jenis, tahapan dan faktor yang mempengaruhi minat beli*. Retrieved from Kajian Pustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html?m=1> [dikutip 20 september 2023]
- Selly.id. (2022, Mei 14). *Definisi kewirausahaan adalah menciptakan sesuatu dengan nilai tambah*. Retrieved from Selly.id: <https://www.selly.id> [dikutip 20 September 2023]
- Tsania, R., & Telagawathi, N. L. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di kedai kopi nau kecamatan seririt. *Jurnal manajemen perhotelan dan pariwisata*, 5(1):32-39. Tersedia dari :<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/>