

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penulisan adalah hasil data lapangan yang diperoleh berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan juga dokumentasi. Setelah menjabarkan yang melatarbelakangi penulisan, metode penulisan yang digunakan, maka bab ini menjabarkan mengenai hasil penulisan yang telah didapatkan oleh penulis melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi.

4.2 Profile Informan

Informan dalam penulisan ini merupakan penjual takjil di Lontar Surabaya, serta Konsumen yang menjalankan ibadah puasa pada bulan tersebut. Informan yang merupakan penjual takjil di lontar sudah memulai menjual takjil berkisar 8-10 tahun ditempat yang sama yaitu dijalan lontar, Surabaya. Penulis memutuskan untuk mewawancarai informan karena informan bisa menjawab pertanyaan dari penulisan ini. Terdapat 4 penjual takjil dan 3 konsumen yang berkenan untuk diwawancarai. Berikut tabel 4.1.1 mengenai profile informan.

Tabel 4.2 Profile Informan

No.	Nama	Usia	Keterangan
1.	Bu Lisa	42 Tahun	Penjual Risoles
2.	Pak Alek	39 Tahun	Penjual Tahu Bulat
3.	Bu Widia	37 Tahun	Penjual Gorengan
4.	Bu Fatima	45 Tahun	Penjual Gorengan, Es, dan Pisang
5.	Erina	25 Tahun	Konsumen
6.	Abik	20 Tahun	Konsumen
7.	Renaldi	20 Tahun	Konsumen

4.2.1 Hasil Wawancara

Informan 1

Bu Lisa (42) merupakan seorang pedagang Risoles yang telah berjualan di Lontar selama kurang lebih 10 tahun. Bu Lisa berasal dari daerah Surabaya Timur. ia

selalu berangkat jam 2 dari rumahnya dikarenakan memerlukan waktu kurang lebih 40 menit dari rumahnya ke Lontar, Surabaya Barat. Ia memilih Jalan Lontar dikarenakan Lontar selalui ramai pengendara yang lalu lalang. Namun Jalan Lontar hanya boleh digunakan berjualan Ketika bulan puasa saja dikarenakan jalan yang sempit. Biasanya Bu Lisa berjualan di warungnya, dan juga menerima pesanan. Bu Lisa berjualan bersama dengan suaminya dan mereka mengatakan bahwa

“iya mbak bertambah sekitar 80% pendapatan saya bertambah dari hari biasanya mbak”.



Gambar 4.1 Bu Lisa Penjual Risoles

Informan 2

Pak Alek (39) merupakan seorang pedagang keliling tahu bulat dan sotong. Beliau sudah berjualan 1 tahun di daerah Lontar, Manukan, dan Tubanan. Menurut Pak Alek,

“Pendapatan saya selama bulan puasa menurun mbak.”

Pada hari biasa, beliau bisa mendapatkan kurang lebih 600.000/hari, namun ketika bulan puasa, beliau hanya mendapatkan 400.000/hari, hal ini dikarenakan tahu bulat dan sotong tidak dapat bertahan lama ketika sudah digoreng.



Gambar 4.2 Pak Alek Penjual Tahu Bulat

Informan 3

Bu Widia (37) merupakan seorang penjual gorengan yang bertempat tepat di depan rumahnya. Bu Widia mengatakan bahwa

“makin untung di bulan puasa mbak, karna banyak orang beli untuk buka puasa mbak.”

Biasanya Bu Widia berjualan di pagi hari dengan berjualan jajanan pasar dan juga mie ayam. Namun Ketika bulan puasa beliau berjualan disore hari dari jam 3 hingga jam 5 sore.



Gambar 4.3 Bu Widia Penjual Gorengan

Informan 4

Bu Fatima (45) merupakan seorang penjual gorengan yang menetap di jalan Lontar. Beliau memang berjualan di jalan lontar karena berjualan di depan rumahnya. Bu Fatima sudah tinggal di lontar kurang lebih 12 tahun dan ia tinggal bersama anaknya

yang saat ini tengah menempuh smp. Ia mengatakan bahwa pendapatan yang dihasilkan 3 kali lipat lebih banyak dari penjualan biasanya.

“ohh naik jauh mbak, hampir 3x lipat dari pendapatan biasanya”

Ia tidak hanya menjual gorengan namun juga es dan juga pisang, sehingga pendapatan juga bertambah tidak hanya dari berjualan gorengan saja.



Gambar 4.4 Bu Fatima Penjual Gorengan, Es, dan Pisang

Informan 5

Erina (25) merupakan salah satu konsumen di jalan Lontar yang sering membeli takjil dan makanan di lontar ia berpendapat bahwa

“saya lebih milih beli makan untuk buka si kak, soalnya saya gaada waktu untuk masak karena saya kerja”

Erina merupakan seorang pekerja di *Pakuwon Trade Center* (PTC) ia mencari hidangan pembuka puasa seperti gorengan dan lainnya di jalan Lontar karena dekat dengan tempat ia bekerja, ia juga sering membelikan takjil untuk teman kerjanya juga.

Informan 6

Abik (20) merupakan salah satu konsumen yang membeli takjil di daerah lontar, ia berkata

“lek aku lebih milih makan dek rumah, soal e ada mamaku masak di rumah, cuman kalo ga sempet buka di rumah ya aku beli makanan de luar. Trus juga kadang diajak temen buat bukber gitu de tempat makan”

Informan 7

Renaldi (20) merupakan salah satu konsumen yang membeli takjil di daerah lontar, ia mengatakan bahwa

“kalo aku beli, kayak takjil gorengan, es, lek ga ya lauk gitu, soalnya aku anak Rantau, jauh dari orang tua, males juga harus mikir mau masak apa buat buka.”

Hasil wawancara yang didapatkan oleh penulis yaitu beberapa penjual takjil di daerah lontar mengalami peningkatan dalam jumlah pendapatan ketika berjualan di bulan puasa, namun terdapat beberapa penjual juga yang mengalami penurunan pendapatan ketika berjualan karena minat orang saat berpuasa dan juga makanan yang dijual. Hal ini berkaitan dengan faktor konsumen yang lebih memilih membeli takjil atau makanan diluar dari pada memasak sendiri, dari ketiga konsumen yang diwawancarai oleh penulis, dua diantaranya mengatakan bahwa lebih memilih berbuka diluar karena keterbatasan waktu dan juga jauh dari orang tua. Oleh sebab itu UMKM memiliki dampak yang besar bagi masyarakat Indonesia ketika bulan puasa karena dapat membantu menghemat waktu ketika akan berbuka puasa dan juga memiliki peluang yang besar untuk membuka bisnis kuliner ketika bulan puasa karena minat orang untuk makan diluar menjadi lebih tinggi daripada hari atau bulan biasanya.

4.3 Pembahasan

Pembahasan merupakan hasil penulisan yang dijelaskan secara terperinci dari menganalisis data, pengamatan, dan wawancara yang telah dikumpulkan oleh penulis.

4.2.1 Faktor-faktor konsumen lebih memilih membeli makanan dari pada memasak sendiri?

1. Faktor Waktu

konsumen yang merupakan pelajar/mahasiswa/pekerja tidak memiliki cukup waktu untuk memasak makanannya sendiri dikarenakan pekerjaan yang menumpuk atau padatnya jadwal kelas yang harus dihadiri. Menurut *Co-Founder* dan CEO Populix, Astandu Timothy, (2023) pada jaman sekarang kebanyakan orang lebih memilih membeli makanan diluar atau online daripada memasak sendiri, terutama dikalangan Gen Z dan juga Milenial, tercatat sebanyak 63 %

secara offline dan 25% secara online. Oleh sebab itu kebanyakan gen z yang sebagian masih pelajar dan juga gen milenial yang sudah bekerja lebih memilih membeli makanannya daripada memasak karena mencari Solusi yang praktis dan cepat

2. Faktor Tren dan Gaya Hidup

faktor tren dan gaya hidup juga mempengaruhi seseorang dalam memutuskan untuk membeli makanan atau memasak sendiri. Pada jaman digital ini, sering kali melihat berbagai iklan dan juga cerita teman (*story*) yang menunjukkan tempat makan baru atau esketik. Hal tersebut dapat memicu rasa keingintahuan yang tinggi terutama bagi kalangan gen Z dan juga Milenial, hal ini juga dapat disebut sebagai “FOMO”. Fomo adalah singkatan dari *fear of missing out*, menjelaskan bahwa seseorang yang takut akan ketinggalan suatu tren atau hal lainnya, hal ini juga dapat memicu untuk membeli makanan.

3. Faktor Variasi Makanan

Restaurant, café, warung, dan rumah makan memiliki berbagai variasi makanan yang mereka sediakan dari adanya restaurant Chinese, Thailand, Indonesia, western, ataupun menu lauk yang berbeda dirumah makan dan warung hal ini dapat memicu seseorang untuk membeli makanan. Beberapa orang tidak tahu apa yang akan dimasak untuk dikemudian hari dan juga cita rasa yang disajikan oleh restaurant atau tempat makan lainnya memiliki cita rasa yang sulit ditiru di rumah karena terdapat metode pemasakan dan jenis bahan yang digunakan berbeda. Oleh sebab itu tidak sedikit orang yang selalu memesan atau membeli makanan diluar sama seperti data survey yang telah dikumpulkan oleh Pratama Ridwan, Puja (2023) Ia mendapatkan hasil catatan survey yang menunjukkan sebanyak 70% responden dari 13.350 orang yang mengaku lebih sering membeli makanan diluar saat malam hari dan 57% saat siang hari.

4.2.2 Bagaimana peluang usaha kuliner UMKM di Surabaya?

Berdasarkan data yang telah didapatkan oleh penulis, peluang usaha kuliner UMKM musiman di Surabaya terutama pada bulan puasa sangat memungkinkan. Hal tersebut juga tertera pada artikel yang ditulis oleh Julio (2025) yang mengatakan bahwa pada bulan puasa, umat muslim kebanyakan mengubah pola makan mereka, sehingga membuka usaha kuliner pada waktu sahur dan juga menjelang berbuka membuka peluang yang besar bagi orang-orang yang ingin memulai bisnis ataupun meningkatkan pendapatan mereka. Penulis juga ikut serta dalam rangka meneliti apakah membuka usaha kuliner pada bulan puasa dapat berjalan. Penulis melakukan kegiatan ini selama 10 hari berjalan di jalan Lontar. Penulis hanya melakukan kegiatan selama 10 hari dikarenakan hari libur kuliah. Selama menjalankan bisnis tersebut, penulis dapat membalikkan modal jual dan juga mendapatkan untung yang lumayan dalam jangka waktu jualan 10 hari (terdapat pada lampiran 1). Oleh karena itu, membuka usaha kuliner di bulan puasa terutama di jalan Lontar, memiliki peluang yang besar. Dan juga pada kegiatan CFD, pasar malam kodam, dan pasar malam hajatan yang memiliki peluang juga untuk berjualan di tempat-tempat tertentu sehingga dapat menambah pendapatan.

4.2.3 Bagaimana dampak jualan UMKM di Surabaya?

Dampak UMKM Musiman memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif dari adanya UMKM Musiman di Surabaya yaitu dapat membuka lapangan pekerjaan baru dikarenakan permintaan produk yang meningkat atau penambahan lapangan kerja dikarenakan bisnis baru. Membantu meringankan pekerja atau mahasiswa yang memiliki keterbatasan waktu, dan juga dapat meningkatkan pendapatan bagi para UMKM. Namun terdapat juga dampak negatif dari UMKM yang sudah berjualan yaitu persaingan yang ketat dikarenakan adanya pebisnis baru, penurunan pendapatan bagi penjual makanan tertentu, kelelahan dan penurunan produktivitas karena permintaan yang tinggi.

