

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Pada membuka usaha bisnis baik kecil ataupun besar tentu memerlukan strategi komunikasi pemasaran, karena untuk menarik minat konsumen agar tertarik dengan dagangan yang di jual tentu harus mempunyai strategi tersendiri yang di buat dengan semaksimal mungkin sehingga konsumen penasaran. Strategi komunikasi pemasaran di rancang untuk memberitahu konsumen bagaimana dan mengapa memilih produk yang di keluarkan Sate Gunung Tigo, serta implementasi komunikasi pemasaran sangat penting dalam mengkomunikasikan produk kepada target pasar.⁷⁰ Pada penjualan yang dilakukan sate gunung tigo cukup unik dalam menarik minat konsumen, sate gunung tigo dari awal jualan pada tahun 2000 hingga sekarang tahun 2023 sate gunung tigo tidak memanfaatkan media social seperti *Instagram* dan *facebook* sebagai media pemasaran untuk penjualan sate gunung tigo sendiri.

Dua puluh tiga tahun sate gunung tigo menjalankan bisnis dari pedagang kaki lima hingga kini mempunyai cabang. Dan uniknya sate gunung tigo ini hanya menggunakan cara tradisional untuk menarik minat pelanggan. Hal ini menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi kepada informan mengenai strategi komunikasi pemasaran kuliner sate gunung tigo pada masyarakat kabupaten karimun kepulauan riau, Adapun hasil wawancara Bersama Owner Sate Gunung Tigo mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Kuliner Sate Gunung Tigo Pada Masyarakat Kabupaten Karimun, Sate Gunung Tigo menerapkan Strategi Pemasaran Sebagai Berikut:

5.1.1 Advertising (Iklan)

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak dikenal dan di bahas semua orang hal ini karena daya jangkauannya yang luas. Periklanan dapat

⁷⁰ Dian Sarastuti, "Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova," *Visi Komunikasi*, 16.01 (2017), 71–90.

disajikan dalam berbagai bentuk dan media sebagai berikut: Media cetak seperti surat kabar, majalah, dan brousur, serta melalui media elektronik.⁷¹ Pada penjualan Sate Gunung Tigo tidak menerapkan iklan sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran, hal ini juga disampaikan oleh Saipun selaku Owner Sate Gunung Tigo mengatakan:

“Kami hanya berfokus pada penjualan secara langsung saja, hal ini karena postingan iklan melalui apapun sedikit rumit, lebih enak jualan kayak gini aja, suka datang beli yang penting kualitas tetap harus nomor satukan, walaupun tidak memasang iklan kalau rasa enak orang bakal tau juga din”

Hasil wawancara peneliti dengan Owner Sate Gunung Tigo bahwasannya Sate Gunung Tigo tidak memanfaatkan iklan manapun sebagai media promosi penjualan yang terpenting kualitas rasa dari sate harus dijaga. Meskipun tidak menggunakan iklan sebagai promosi penjualan, sate ini tetap berjalan semestinya dengan banyak peminatnya di Kabupaten Karimun, seperti yang dikatakan Saipun pada saat peneliti melakukan wawancara via Whatsapp bahwasanya:

“alhamdulillah, sate ini kalau hari tak hujan malam biasa habis lah sekitar 90an porsi, tapi kalau malam minggu atau hari libur kita lebihkan masak, kalau dibidang habis hari libur adalah sekitar 250 hingga sekitar 400 porsi, ini di Taman bunga aja, kalau cabang diporos itu daganganya campur bukan sate aja dan untuk pendapat di Poros itu jadi rahasia tersendiri buat kami, begitupun kalau pendapatan taman bunga dan poros di gabung itu menjadi rahasia kami”

Sate Gunung Tigo memang tidak menggunakan iklan sebagai media promosi tetapi Masyarakat Kabupaten Karimun senang akan hal menikmati Sate Gunung Tigo, sehingga salah satu youtuber Karimun membuat vlog tentang makanan Kuliner di Kabupate Karimun.

⁷¹ Adityo Fajar, “Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) pada PT Tokopedia dalam Mempertahankan Pelanggan,” *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 8.3 (2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

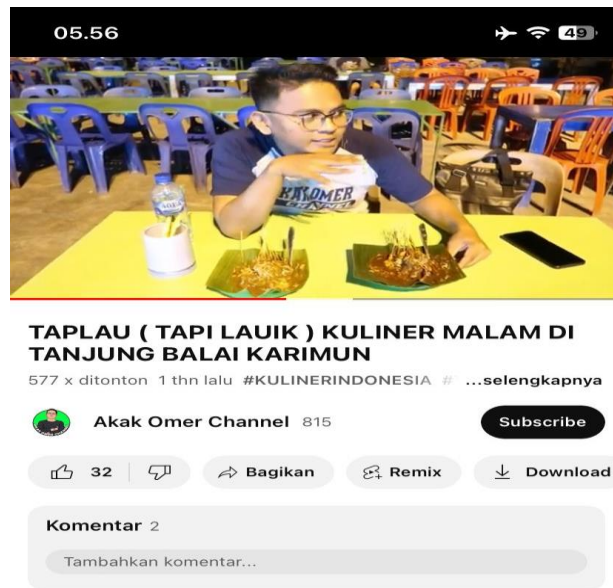
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 5.1 Pada Chanel Youtube Akak Omar Dalam Meriview Kuliner

Tampak terlihat pada *chanel youtube* Akak Omar Chanel sedang membuat *vlog* mengenai makanan kuliner malam di Tanjung Balai Karimun tepatnya di Taman Bunga atau yang biasa disebut anak muda Karimun dengan gelar Taplau. Dalam *Vlog youtube* Akak Omar Chanel sedang menikmati Sate Gunung Tigo, tanpa disadari postingan pada youtube Akak Omar *Chanel* merupakan suatu media promosi atau yang disebut dengan iklan untuk menarik minat Masyarakat Karimun dalam memilih makanan kuliner di Kabupaten Karimun

5.1.2 Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Dalam penjualan tentu adanya sebuah promosi untuk menarik minat pelanggan. Promosi penjualan merupakan sebuah cara dalam memperkenalkan produk dihadapan public serta mendekatkan konsumen dengan perusahaan demi memperkuat aktivitas dalam berbisnis serta mampu menjaga komunikasi dengan konsumen yang mana nantinya konsumen nantinya akan menjadi loyal terhadap produk yang kita pasarkan. Dengan adanya promosi merupakan suatu daya Tarik dan *Owner* dengan konsumen untuk menjadi pelanggan. Untuk itu Sate Gunung

Tigo menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran dengan Promosi Penjualan yaitu dengan penetapan harga yang terjangkau.

Dalam jual beli tentu adanya suatu harga untuk memudahkan penentuan suatu tafsiran dalam jual beli di pemasaran. Harga tidak jauh dari kata yang berhubungan dengan uang, yang di mana uang ini sangat penting bagi kehidupan kita sehari-hari. Harga, merupakan sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hak milik produk. Penetapan harga merupakan hal yang sangat penting karena dalam pemasaran harga dapat mempengaruhi jual beli.

Penetapan harga sate gunung tigo terbilang terjangkau dengan situasi dan kondisi yang ramah di kantong, berdasarkan hasil observasi peneliti ke lapangan sate gunung tigo ini merupakan sate yang sesuai standar yang mengambil keuntungan sedikit, yang dimana harga bahan pokok di Tanjung Balai Karimun ini terbilang terkadang harga yang melambung, tetapi biarpun harga di pasaran melambung sate gunung tigo tidak menaikkan barang dagangannya. Hal ini terlintas bagi penulis untuk ingin mengetahui apakah sate gunung tigo ini tidak merasakan rugi.

Menurut hasil wawancara dengan adik owner sate gunung tigo yaitu Saipun mengatakan

“sate kami, kami jual dengan harga yang standar dan wajar saja, karena kadang juga kita kasihan kayak anak sekolah mau makan tapi budget pas-pasan ataupun siapa saja yang ingin makan di luar tapi pas-pasan uangnya, untuk masalah rugi ta rugi itu alhamdulillah selama ini jualan ga ada kata rugi standarlah kami jual Rp.18.000,- (Delapan Belas Ribu Rupiah), barang di pasar kadang-kadang naik, kadang turun tapi pas barang naik mau naikkan harga sate juga ta tega mau naikkan harga sate ni.”⁷²

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di sampaikan Saipun mengenai harga sate gunung tigo, sate gunung tigo tidak mau gampang menaikkan harga, walaupun barang pokok belanja mahal tetapi owner sate gunung tigo tidak tega

⁷² Saipun, “Owner Sate Gunung Tigo” Wawancara Pribadi 7 Mei 2023, Pukul 22.15 Wib

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap konsumen yang ingin menikmati sate juga. Dengan harga yang elastis hal ini di sampaikan kepada Nita melalui hasil wawancara bahwa:

“Sate gunung tigo dari rasa oke, porsi oke dan untuk harga lebih-lebih okee, seperti yang saya ketahui belanja di pasar ini apa-apa yang di beli serba mahal, tetapi tak habis pikir sama ajo sate ni dia jual sesuai dengan kantong, termasuk orang yang seperti saya kantongnya tipis hehe, ya bayangkan saja di tempat lain Kabupaten Karimun ini sate dua puluh dua ribu sedangkan ajo delapan belas ribu hingga dua puluh ribu”⁷³

Berdasarkan hasil wawancara Bersama Nita, Nita merupakan salah satu yang mengatakan bahwasannya sate gunung tigo ini harganya cukup ramah di kantong. Harga juga merupakan salah satu Strategi Komunikasi Pemasaran Sate gunung tigo dalam memasarkan produk pada masyarakat Kabupaten Karimun maupun pendatang.



Menu Makanan	
Makanan	
Sate Ayam	Rp. 18.000
Sate Tepung	Rp. 20.000
Ayam Rawit	Rp. 25.000
Ayam Kecap	Rp. 25.000
Aneka Ikan Asin	Rp. 20.000
Nasi Goreng	Rp. 18.000
Soto	Rp. 15.000
Tom Yam	Rp. 15.000
Ikan Asam Manis	Rp. 20.000
Kwetia Goreng	Rp. 18.000
Minuman	
Teh	Rp. 5.000
Teh Tarik	Rp. 10.000
Teh Manis	Rp. 6.000
Teh Susu	Rp. 15.000
Kopi Hitam	Rp. 5.000
Jus Jeruk	Rp. 15.000
Jus Mangga	Rp. 15.000
Jus Timun	Rp. 15.000

**Gambar 5.2 Daftar Menu Harga Sate Gunung Tigo
Cabang Poros**

⁷³ Afrida Yunita, “Konsumen Sate Gunung Tigo” Wawancara Pribadi 7 Mei 2023, Pukul 21.05

Dari daftar menu harga diatas, menu tersebut merupakan menu yang berada di Poros, harga menu di poros sama saja dengan harga di Taman Bunga, hanya saja di Poros berbagai macam pilihan menu makanan, hal ini di karenakan di poros merupakan sate gunung tigo yang berdiri sendiri berbeda dengan taman bunga yang menu makananya berfokus kepada sate saja tidak ada pilihan menu lain, di karenakan di taman bunga merupakan jualan yang dengan orang beragam atau di sebut dengan lahan bukan milik pribadi. Tampak dari menu tersebut, di bandingkan dengan harga kuliner di Kabupaten Karimun harga menu sate gunung tigo ini lumayan di harga kantong untuk menu makanan kuliner di kabupaten karimun.

5.1.3 Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Dalam melakukan usaha terutama usaha pada berbisnis baik kecil ataupun besar pentingnya memperhatikan serta menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat ataupun konsumen. Hal ini merupakan salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Sate Gunung Tigo, pada prinsip Sate Gunung Tigo jika Masyarakat Kabupaten Karimun atau Konsumen nyaman akan hal layanan pada jual beli merupakan suatu citra yang baik bagi usaha Sate Gunung Tigo. Pelayanan yang ramah akan membuat konsumen nyaman dalam berbelanja. Meskipun citra rasa kualitas enak, ataupun berbagai strategi telah bagus, jika pelayanan minus akan membuat konsumen kurang untuk menikmati dagangan yang telah di pasarkan. Strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan sate gunung tigo yang terakhir adalah tetap ramah melayani konsumen.

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak jauh dengan yang namanya komunikasi, dimana dalam kehidupan komunikasi ini sangat penting dilakukan. Tentu saja dalam kegiatan jual beli ada komunikasi antara penjual dan pembeli, termasuk penjualalan sate gunung tigo dengan konsumen saling berkomunikasi. Dalam penjualan sate gunung tigo, strategi komunikasi pemasaran gunung tigo yang terakhir adalah tetap menjaga hati konsumen dengan melayani ramah sehingga konsumen senang untuk membeli dan bergabung menjadi pelanggan. Seperti yang di sampaikan Saipun mengatakan:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Dalam berjualan ini, kita harus ramah terhadap konsumen, ya walaupun kadangkala ada ciri-ciri pembeli yang kurang sabar, padahal baru sampai tapi tidak mau menunggu antri kita kasih pemahaman aja seperti sabar ya bapak, ibuk kan bapak, ibuk baru sampai kami kasih dahulu yang duluan, kadang ada mereka yang ngerti ada juga yang tiba-tiba hilang di tempat (pulang).”⁷⁴

Banyaknya peminat sate gunung tigo di Kabupaten Karimun mengajarkan owner serta karyawan sate gunung tigo tetap sabar menghadapi berbagai macam sifat konsumen yang berbeda, strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan dengan layanan ramah sate gunung tigo ini telah diterapkan dari owner sate gunung tigo kepada para karyawan sate gunung tigo, sebagaimana salah satu karyawan sate gunung tigo yakni Suryadi mengatakan:

“alhamdulillah sate gunung tigo ini baik di Taman Bunga ataupun poros ramai peminatnya, setiap harinya pasti ada aja yang merajuk gara-gara kelamaan satenya, semua tergantung pembelinya, ada yang sabar nunggu, ada yang cetus, ada yang langsung pulang aja karena satenya kelamaan, tetapi selama saya kerja disini yang agak susah di hadapi itu pembeli yang udah cerewet perajuk lagi, tetapi biarpun begitu tetap kami layani dengan ramah, karena bos nyampaikan kepuasan pelanggan adalah prioritas utama kami.”⁷⁵

Ungkapan yang telah disampaikan oleh suryadi pada wawancara benar adanya, hal ini diakui oleh konsumen sate gunung Tigo yang berpendapat bahwa Nita mengatakan pada saat peneliti melakukan wawancara:

“ Sate gunung tigo ini dari rasa nya enak, walaupun terkadang kalau kita mau pesan keseringan kita ngantri dulu jadi lama, kadang bisa sampai satu jam setengah kita nunggu kadang kita cetus juga sama karyawan atau

⁷⁴ Sapun, *Owner Sate Gunung Tigo*, Hasil Wawancara Pribadi 7 Mei 2023

⁷⁵ Suryadi, *Karyawan Sate Gunung Tigo*, Hasil Wawancara Pribadi, 15 Mei 2023, Pukul 20.58

kadang saya tuju pemiliknya langsung, tetapi mereka tetap melayani dengan ramah, jadi aturan kita kesal jadi sedikit kuranglah kesalnya karena mereka ramah dalam melayani pelanggan, jadi nggak ke bawa emosi antara pembeli dengan penjual”⁷⁶

Ungkapan Nita pada saat peneliti melakukan wawancara juga diakui oleh Dani sebagai konsumen yang senang akan hal ramahnya pelayanan sate gunung tigo. Dani mengatakan bahwa

“untuk sate ini saya akui abang ipun atau abang iwar ni pandailah ambil hati pembeli, kit ani pesan lama antarnya kadang kita mau ngamuk di kasih penjelasan sabar ya ada yang lebih dulu tadi, tetapi pas sampai porsinya lumayan untuk lambung saya yang kelaparan nunggu ini sate, tetapi semua luluh dengan pelayanan walaupun mereka capek tetapi mereka kayaknya jangan sampe terapkan muka yang masam kepada konsumen, selain layanannya yang ramah juga terluluhkan porsi serta rasa satenya yang enak hehe”⁷⁷

Berdasarkan ungkapan salah satu karyawan sate gunung tigo mereka di terapkan untuk mengambil hati konsumen dengan layanan ramah walau secapek apapun mereka menghadapi sifat konsumen yang berbeda, serta hal yang di sampaikan juga oleh konsumen Nita dan Dani mengenai pelayanan sate gunung tigo ini cukup Ramah, strategi komunikasi pemasaran sate gunung tigo dalam pelayanan kepada konsumen ini cukup menarik di terapkan dalam perbisnisan jual beli.

⁷⁶ Nita, *Konsumen Sate Gunung Tigo*, Hasil Wawancara Pribadi 7 Mei 2023

⁷⁷ Dani, *Konsumen Sate Gunung Tigo*, Hasil Wawancara Pribadi 7 Mei 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 5.3 Konsumen Sate Gunung Tigo di Taman Bunga

Hasil dokumentasi tersebut menunjukkan bahwa, sekelompok anak pramuka yang sedang menikmati Sate Gunung Tigo di Taman Bunga. Terjalinnya hubungan baik antara penjual dengan pembeli merupakan suatu strategi yang menguntungkan bagi penjual dan suatu kenyamanan bagi pembeli. Pada gambar tersebut, terlihat meja Sate Gunung Tigo ada rombongan, hal ini karena Sate Gunung Tigo berhasil mengambil hati Masyarakat Kabupaten Karimun (Konsumen) untuk memilih Sate Gunung Tigo dalam menikmati Kuliner di Kabupaten Karimun.

5.1.4 Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Didalam strategi pemasaran, penjualana langsung atau *personal selling* masih dianggap sebagai cara yang paling mudah untuk membuat komunikasi secara langsung dengan target konsumen dari market yang ada. Penjualan personal yang diterapkan oleh Sate Gunung Tigo dalam memasarkan produknya, yakni dengan cara komunikasi secara langsung antara penjual dengan calon pelanggan dalam memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan serta membentuk pemahaman terhadap suatu produkpelanggan yang nantinya akan mencoba dan datang membeli lagi. Penjualan personal pada Sate Gunung Tigo mampu memberikan

penyayanan dengan sebaik mungkin sesuai dengan strategi pemasaran Sate Gunung Tigo kepada Masyarakat Kabupaten Karimun ataupun Konsumen dari Sate Gunung Tigo itu sendiri. Dalam pemasaran tentu adanya produk yang di pasarkan oleh penjual kemudian di beli oleh si pembeli. Produk merupakan segala sesuatu yang di tawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, di pegang, dan dibeli, atau di konsumsi. Begitu juga pemasaran yang dilakukan oleh sate gunung tigo, menawarkan kepada konsumen tentang sate yang mereka jualkan kemudian dilihat oleh konsumen dan di beli. Sate gunung tigo dalam menjalankan bisnis usaha makanan kuliner sate, yang pertama sekali di perhatikan oleh sate gunung tigo ialah citra rasa kualitas sate gunung tigo.

Citra rasa dari kualitas sate merupakan strategi pertama sekali yang diperhatikan serta di jaga, hal ini menjadikan sate gunung tigo berbeda di mata konsumen. seperti yang di sampaikan oleh owner sate gunung tigo melalui wawancara yaitu Saipun mengatakan :

“Persaingan kuliner ini banyak di Karimun, biarpun saingannya banyak ini menjadikan tantangan tersendiri untuk kami (sate gunung tigo) dalam menjaga pelanggan, ya kami menarik minat pelanggan pertama sekali tu harus di perhatikan citra rasa kualitas sate ini, pertama sekali kuahnya ini khas turun temurun yang di berikan oleh almarhum bapak mertua abang saya, kemudian pengolahan daging, dan bentuk sate yang akan dintarkan kepada konsumen”⁷⁸

Dalam dunia bisnis, sebagaimana yang telah di sampaikan oleh Owner Sate Gunung Tigo pada hasil wawancara, dalam dunia bisnis makanan hal yang pertama sekali harus dijaga dan diperhatikan yaitu kualitas rasa yang memiliki ciri khas tersendiri agar di kenal oleh konsumen. Seperti yang telah di katakana Saipun bahwasannya Kabupaten Karimun ini banyak sekali pilihan menu kuliner, ada yang berbeda dagangannya ada pula yang sama jualan sate, tetapi biarpun dagang yang dijual sama, Saipun mengatakan bahwa rezeki tidak bakal ketukar serta dalam

⁷⁸ Saipun, Owner Sate Gunung Tigo, Hasil Wawancara Pribadi, 7 Mei 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan pemasaran rasa kualitas makanan dijaga selalu, hal ini merupakan strategi pemasaran pada sate gunung tigo yang pertama kali harus di perhatikan, karena persaingan dunia bisnis lumayan ketat.



**Gambar 5.4 Bentuk Produk
Sate Gunung Tigo**

Produk merupakan elemen penting pada rancangan sebuah program pemasaran yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Seorang membeli suatu produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut namun juga merupakan suatu Tindakan untuk memenuhi kebutuhannya dan keinginannya.⁷⁹

Pendapat owner tentang citra rasa kualitas merupakan hal pertama sekali yang harus di perhatikan dalam dunia bisnis, hal ini juga di sampaikan oleh konsumen mengenai citra rasa kualitas sate gunung tigo yaitu Dani salah satu Konsumen sate gunung tigo mengatakan:

“ya, saya akui sate gunung tigo ini memang enak mulai dari kuahnya ciri khas tersendiri kuah dari sate gunung tigo ini seperti kuah tepung memang sate ini asal dari padang, dan biasanya padang identik dengan yang pedas, tapi sate ini tidak pedas menyesuaikan dengan lidah

⁷⁹ Sarastuti.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*orang melayu, dan kuah kacangnya pun enak, untuk daging dari sate ini tebal-tebal gak takut rugi mungkin abangnya, dan untuk rasa dari sate ini kasih nilai sembilan per sepuluh lah ya*⁸⁰

Dari Hasil Observasi Wawancara, Dani selaku konsumen mengakui bahwa kualitas rasa Sate Gunung Tigo tidak di ragukan lagi, mulai dari olahan daging yang tebal, porsi ketupat yang sesuai keinginan konsumen serta hal yang utama yakni kuah dari Sate Gunung Tigo yang memiliki ciri khas tersendiri. Kepuasan konsumen dari strategi komunikasi pemasaran gunung tigo merupakan kesenangan serta prioritas dari sate gunung tigo, selain menerapkan strategi komunikasi pemasaran, dengan cara menjaga citra rasa kualitas yang berbeda sate gunung tigo juga menerapkan yang kedua dengan cara harga yang ramah di kantong.

Selain menerapkan strategi pemasaran dengan pelayanan yang ramah (pemasaran secara langsung) kepada Masyarakat Kabupaten Karimun ataupun Konsumen, Sate Gunung Tigo juga memanfaatkan kecanggihan teknologi yaitu *Whatsapp* sebagai bahan promosi penjualan agar konsumen bisa memsani sate melalui *Whatsapp* saja. Pada awalnya Sate Gunung Tigo ini hanya berfokus kepada pemasaran langsung saja, tetapi pada akhir tahun 2019 seluruh dunia di serang oleh penyakit yang bernama *Corona*. Tidak hanya menyerang penyakit, corona juga menyerang krisis ekonomi di seluruh dunia. Penyakit *corona* merupakan penyakit yang menular sehingga tahun 2020 awal pemerintah memberlakukan lockdown kepada seluruh warga negara Indonesia untuk tetap di rumah saja.

Pemberlakuan perintah untuk aktivitas dilakukan di rumah saja menjadi kebingungan bagi para pedagang, karena pendapatan uang di lakukan dengan hasil berdagang sehari-hari. Yang dimaksud jika jualan maka dapatlah uang, jika tak jualan tidak adalah masukkan sehari-hari aturan pemerintah harus memutarakan pedagang kaki lima termasuk sate untuk mempertahankan usahanya agar tetap berdiri di tengah pandemic. Dilanda oleh kebingungan, akhirnya sate gunung tigo menggunakan strategi komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan *Whatsapp*

⁸⁰ Dani, *Konsumen Sate Gunung Tigo*, Hasil Wawancara 7 Mei 2023, Jam 20.30 Wib

sebagai media promosi serta melakukan pengantaran pada saat massa pandemic Covid-19.

Hal ini disampaikan Saipun dalam wawancara melalui via *whatsapp* Saipun mengatakan:

“pada saat pandemic kami menggunakan whatsapp sebagai media promosi dan juga pengantaran satu tetap kami layan, hal ini karena karena ada aktivitas larangan keluar rumah dibatasi jadi sate ini sepi kami manfaatkan whatsapp sebagai media promosi, whatsapp aja yang kami terapkan, karena whatsapp ini yang saya simpan no nya yang saya kenal jadi tak terlalu susahlah, kalau posting ig atau fb orangnya kadang kurang jelas”.⁸¹

Brdasarkan hasil penelitian melalui wawancara Bersama Saipun bahwasanya Sate Gunung Tigo untuk memudahkan Masyarakat Kabupaten Karimun ataupun Konsumen tetap (Pelangan) memesan Sate sudah bisa menggunakan via *whatsapp* hal ini berlaku apabila pemesanan Sate diatas lima saja.

5.1.5 Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung atau *direct marketing* pada Sate Gunung Tigo merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan pemasaran jual beli secara langsung baik pembelian secara langsung ke lokasi ataupun pemesanan melalui *whatsapp*. Pada pemasaran langsung, Sate Gunung Tigo mengandalkan pemilihan lokasi jualan yang letaknya strategis, pemilihan lokasi jualan yang strategis berpengaruh besar pada pendapatan hasil jualan, pemilihan lokasi jualan merupakan salah satu strategi dalam pemasaran. pemilihan lokasi jualan Sate Gunung Tigo terletak sangat strategis, tepatnya di Taman Bunga dan Poros, hal ini karena dua tempat ini banyak dikunjungi masyarakat Kabupaten Karimun, karena berdekatan dengan pelabuhan domestic dan rumah sakit umum daerah.

⁸¹ Saipun, *Owner Sate Gunung Tigo*, Haisil Wawancara Pribadi 7 Mei 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Taman Bunga ini cukup unik bagi masyarakat Kabupaten Karimun terutama kalangan anak muda, karena tempat ini memberikan kenyamanan tersendiri, hal ini di benarkan oleh Putera yang mengatakan

“Taman Bunga ini, memang tempat kuliner yang nikmatlah, harga makanan di sini standar, penjualan jarang ada yang judes, makanan enak-enak disini terutama sate ajo (sate gunung tigo) kalau duduk disini paling enak pesan sate ajo, mau porsi banyak porsi kuli ajo bagi ta pelit-pelit, dah kuah enak lagi apalagi kuah tepungnya ajo, mendukunglah kalau makan sate ajo ni di taman bunga ini sebab suara gelombang laut tu ramah di telinge saye kak hehe”⁸²

Ucapan putera merupakan salah satu yang mengatakan Taman Bunga merupakan tempat yang strategis dalam menikmati kuliner, terutama kuliner Sate Gunung Tigo.



Sumber: Google

Gambar 5.5 Kuliner Taman Bunga

Ungkapan Putera selaku penikmat Kuliner Taman Bunga mengakui bahwa Taman Bunga ini cukup strategis dalam memasarkan kuliner, hal ini karena tempat Taman Bunga ini merupakan tempat kuliner terfavorit di Kabupaten Karimun

⁸² Ega Putera, “Konsumen Sate Gunung Tigo” Hasil Wawancara Pribadi pada 10 Mei 2023, Pukul 20.07 Wib

dengan suasana Tepi laut yang di Iringi suara ombak laut, serta tempat ini bersebelahan dengan pelabuhan domestic Karimun. bukan hanya pendatang luaran Karimun saja yang senang dalam memilih tempat kuliner, orang luaran karimun yang memasuki karimun juga senang duduk di Taman Bunga ini.

Kesenangan konsumen dalam memilih tempat kuliner tentu saja merupakan suatu keuntungan bagi para pedagang Taman Bunga, hal ini juga di sampaikan oleh sahabat almarhum Ajo Saman atau salah satu pedagang kaki lima taman bunga, Ruslisson mengatakan bahwasanya:

“Taman Bunga ini memang banyak peminatnya dari kalangan muda sampai kalangan tua, karena untuk masalah harga kuliner ini kami tetapkan sesuai standar (tidak banyak mengambil keuntungan) karena penikmat kuliner disini bukan yang bekeluarga saja tetapi anak sekolah juga, kita sama tau aja bahwasanya anak sekolah bagaimana, dan menu pilihan makanan disini juga banyak dengan masing-masing orang jualan mempertahankan rasa kualitas sendiri dan bagaimana mereka mengambil hati konsumen agar menjadi pelanggan.”⁸³

Ungkapan konsumen serta pedagang pada hasil penelitian melalui wawancara yang tertera di atas dan berita kuliner Taman Bunga, bahwasanya konsumen mengakui bawa Taman Bunga sangat Banyak di minati terutama sekali pada kalangan anak muda, karena tempat ini merupakan tempat yang strategis berpatokan pada atap langit, berlantaikan pada tanah, bersampaingan dengan tepi pantai dan di bantu dengan suara ombak yang tenang, suasana di Taman Bunga sangat dapat untuk bertukar pikiran dan berdiskusi, tidak lupa juga menikmati kuliner yang ada di Taman Bunga Karimun salah satunya sate gunung tigo beserta kepik ubi atau kerupuk jangek.

⁸³ Ruslisson, *Sahabat Ajo Saman*, Hasil Wawancara Pribadi, 7 Mei 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 5.6 Taman Bunga di Sore Hari

Hasil Dokumentasi diatas merupakan gambaran taman bunga di sore hari sebelum pedagang datang semua, tampak terlihat pembeli masih hanya beberapa orang saja. Pada dokumentasi tersebut, terlihat taman bunga di sore hari sangat indah yang berada tepi laut Karimun. berdasarkan dokumentasi, tampak Taman Bunga di sore hari juga di sukai para pengunjung, apalagi jika duduk di taman bunga di waktu sore hari, disertai dengan makan Sate Gunung Tigo, seperti ungkapan Konsumen Dani mengatakan:

“Taman Bunga ini kalau lagi beruntung sore harinya bagus, karena matahari terbenam disini enak liat sunsetnya di sore hari apalagi balik dari jogging di coastal langsung kesini makan sate selain bagus buat photo-photo sunsetnya, tempat ini estetik versi alam menurut saya, karena sore hari sunset dan malam hari bisa kelihatan bulan juga disini yang baru timbul. Menurut saya, tempat ini oke sekali di jadikan kuliner, rasa kuliner di Taman Bunga ini enak, tempat mendukung, apalagi menikmati sate Gunung Tigo dengan keripik ubinya.”⁸⁴

⁸⁴ Dani, *Konsumen Sate Gunung Tigo*,. Hasil Wawancara Pribadi, Pada 7 Mei 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ungkapan Dani, selaku konsumen serta penikmat sate gunung tigo beserta keripik ubinya, dari segi kuliner Taman Bunga merupakan tempat yang oke dalam menikmati Kuliner.



Gambar 5.7 Taman Bunga Di Malam Hari

Hasil Dokumentasi kedua merupakan gambar yang diambil pada malam hari di taman bunga, tepatnya gambar ini di ambil di meja lokasi sate gunung tigo, berdasarkan hasil foto dokumentasi tersebut, terlihat meja bagian sate gunung tigo lebih ramai orang duduk di bandingkan meja lainnya, dari gambar tersebut di kategorikan peminat sate gunung tigo ini banyak, hal ini karena sate merupakan makanan yang tidak membuat terlalu kenyang tetapi bisa ganjal nahan rasa lapar di perut.

Dari kedua gambar tersebut merupakan hasil dokumentasi yang peneliti ambil pada sore hari dan malam hari. Tampak dari kedua gambar tersebut Taman Bunga ini memang tempat makanan yang strategis dari tempat, kemudian harga kuliner di taman bunga ini menyesuaikan dengan harga kantong anak sekolah begitu juga strategi dari sate gunung tigo. Tak heran jika kuliner dari sate gunung tigo ini ramai diminati Masyarakat Kabupaten Karimun.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 5.8 Gerobak Sate Gunung Tigo Taman Bunga

Gambar sate gunung tigo di atas, gambar tersebut merupakan sate gunung tigo di tempat utama yakni Taman Bunga, sate gunung tigo taman bunga ini cukup unik, gerobaknya kecil saja dengan dua ban, tetapi masyarakat Kabupaten Karimun mana yang tidak tau dengan Sate gunung tigo ini, dan bisa di katakana pendatang luaran Karimun juga tertarik akan hal sate gunung tigo taman bunga ini, karena strategi pemasaran sate gunung tigo ini berbeda dari yang lain.

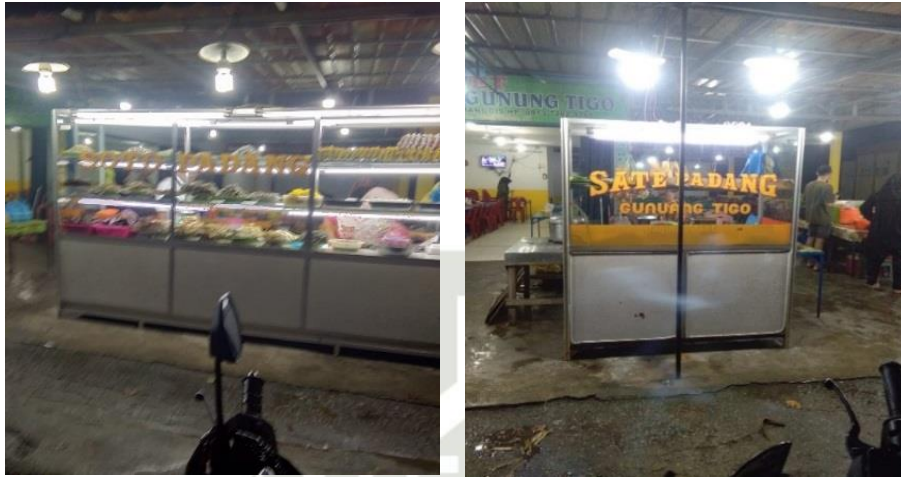
Keuntungan membuka usaha sate di taman bunga, hal ini terlintas di pikiran Azhar untuk membuka cabang lagi di poros. Pemilihan lokasi sate gunung tigo ini telah di sampaikan melalui wawancara, Saipun mengatakan bahwa:

“alhamdulillah rezeki di taman bunga ini bisa buat buka cabang lagi di poros, lokasi cabang kami pilih di poros karena poros ini merupakan tempat yang lumayan strategis juga yang terletak di keramaian yaitu antara rumah sakit umum daerah, menurut kami pemilihan lokasi di poros ini strategis lah untuk dilakukan jualan tak hanya sate kami juga menyediakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menu tambahan makanan rumah gitu kayak ikan asin, ayam rawit, nasi goreng, dan lain sebagainya.”⁸⁵



Gambar 5.9 Sate Gunung Tigo Cabang Poros

Dokumentasi gambar yang telah diambil, merupakan gambar yang diambil usaha sate gunung tigo cabang poros, cabang di poros ini tidak hanya menjual sate saja, tetapi menjual menu tambahan seperti makanan rumah ikan asin, ayam, nasi goreng, dan lain sebagainya.

Tempat di Taman Bunga yang sangat strategis untuk membuka usaha kuliner, hal ini tentu saja menguntungkan bagi Azuar dan keluarga, hal ini membuat sate gunung tigo mempunyai cabang di poros, tidak hanya jualan sate tetapi cabang sate gunung tigo di poros mampu membuat buka menu baru seperti menu rumahan aneka ikan asin, ikan basah, ayam-ayaman, soto, nasi goreng dan kuliner lainnya, serta tidak lupa juga aneka macam jus yang telah di kembangkan Azuar dan Keluarga seperti gambar yang tertera diatas.

5.2 Pembahasan

Dalam pembahasan ini penulis akan mengulas hasil penelitian yang telah penulis jelaskan sebelumnya, pembahasan ini ditujukan untuk mengetahui dan

⁸⁵ Sapun, *Owner Sate Gunung Tigo*, Hasil Wawancara Pribadi 7 Mei 2023

memahami Strategi Komunikasi Pemasaran Kuliner Pedagang Kaki Lima Sate Gunung Tigo Pada Masyarakat Kabupaten Karimun Kepulauan Riau. Dalam pembahasan ini penulis menjelaskan beberapa analisa yang berkaitan dengan teori yang penulis gunakan sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertising*)

Sate Gunung Tigo dalam penjualan tidak memanfaatkan iklan ataupun media social sebagai strategi pemasaran bagian promosi kecuali *Whatsapp*, hal ini karena menurut *Owner* Sate Gunung Tigo melakukan promosi atau pemasaran cukup menyulitkan, dan menurut *Owner* Sate Gunung Tigo bahwasannya penjualan melalui promosi atau pemasangan iklan tentunya nanti akan ada hal penjualan melalui antar, sedangkan pada Kabupaten Karimun sendiri pemesanan antar atau yang disebut *Gofood* belum masuk ke Kabupaten Karimun, keterbatasan pemesanan online hanya dilakukan di *Whatsapp* saja untuk saat ini, karena *whatsapp* merupakan aplikasi yang dimana kontakannya tercantum jelas siapa saja konsumennya, dan pemesanan melalui *whatsapp* ini bisa dilakukan pengantaran apabila pemesanan lebih dari lina bungkus sate saja.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan suatu bentiuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Tidak hanya itu pada konsepnya sales promotion digunakan untuk memotivasi konsumen agar melakukan aksi dengan membeli produk yang dipicu dengan adanya penawaran produk dalam jangka waktu terbatas.

Dalam mengambil minat beli Masyarakat Kabupaten Karimun ataupun konsumen, tentu saja Sate Gunung Tigo menerapkan strategi pemasaran dengan melakukan promosi penjualan, yaitu dengan melakukan pembelian lima gratis satu ataupun pembelian banyak dapat potongan harga. Tidak harus berpatokan pembelian banyak baru bisa mendapatkan harga miring, selain itu Sate Gunung Tigo menjual Sate dengan harga yang cukup

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

standar dan terjangkau terutama pada kalangan anak sekolah yang *budgetnya* terbatas.

Penerapan harga *discount* maupun terjangkau ini Sate Gunung Tigo telah berhasil menarik hati Masyarakat Kabupaten Karimun ataupun konsumen dalam menikmati Kuliner. Sehingga Sate Gunung Tigoo ini selain citra kualitas yang selalu dijaga dan juga di inggat oleh Masyarakat Kabupaten Karimun harganya juga menyesuaikan dengan kantong, dengan harga 18 *ribu* hingga 20 *ribu rupiah*.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan Masyarakat dalam Komunikasi pemasaran merupakan suatu Upaya untuk membangun sebuah citra kualitas produk. Dalam suatu pemasaran untuk menarik minat beli konsumen ataupun masyarakat dengan menjaga Hubungan baik kepada Masyarakat ataupun Konsumen. Pada strategi komunikasi pemasaran Sate Gunung Tigo, telah menerapkan dan menjaga hubungan baik dengan Masyarakat Kabupaten Karimun, hal ini bertujuan agar pembeli (Konsumen) merasa nyaman akan hal layanan yang ramah pada pemasaran. Sate Gunung Tigo telah berhasil mengambil hati Masyarakat Kabupaten Karimun ataupun Konsumen dengan strategi komunikasi pemasaran yang telah di terapkan. Seperti pelayanan yang ramah dalam melayani konsumen, ataupun harga yang menyesuaikan dengan standar.

4. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Menurut Kotler *Personal Selling* (Penjualan tatap muka) merupakan penyajian lisan dalm suatu pembicaraan dengan satu atau dengan beberapa pembeli potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan. Hal ini sama dengan yang disampaikan oleh Tjiptono mengatakan bahwa komunikasi langsung atau tatap muka antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan mencoba kemudian membelinya.⁸⁶

Pemasaran Sate Gunung Tigo pada penjualan personal dengan menetapkan sasaran konsumen (pembeli) dengan cara selain mempromosikan pemasaran sate melalui mulut ke mulut, Sate Gunung Tigo menerapkan serta menjaga kualitas agar citra usaha Sate Gunung Tigo tetap baik di pandangan Masyarakat Kanupaten Karimun.

Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung pada Sate Gunung Tigo telah memilih lokasi yang strategis untuk melakuakn jual beli, pemilihan lokasi yang strategi merupakan salah satu strategi dalam pemasaran yang berhasil diterapkan oleh Sate Gunung Tigo. Pemilihan lokasi jualan Sate Gunung Tigo, Sate Gunung Tigo memilih Taman Bunga sebaga Pemasaran karena tempat ini cukup strategis membuka usaha pada penjualan kaki lima. Taman Bunga merupakan salah satu tempat kuliner kaki lima yang disenangi oleh Masyarakat Kabupaten Karimun, karen tempat ini selain tempatnya di keramaian antara pelabuhan domestic Tanjung Balai Karimun, tempat ini juga berada di tepi laut Kabupaten Karimun dengan suasana yang memiliki ciri khas tersendiri.

Cabang kedua Tanjung Balai Karimun yaitu Poros yang berdekatan dengan keramain diKabupaten Karimun juga tepatnya di Rumah Sakit Umum Daerah Karimun Dan juga Kantor Dinas Bupati Karimun, yang dimana tempat ini juga ramai di Tanjung Balai Karimun. pemilihan lokasi penjualan tentu saja sangat berpengaruh penting pada strategi pemasaran.

Selain Sate Gunung Tigo berhasil memilih lokasi pemasaran, Sate Gunung Tigo juga memanfaatkan pemesanan online pada whatsapp saja, pemesanan melalui via whatsapp ini, konsumen bisa menghubungi *Owner* dari Sate Gunung Tigo yaitu Azuar ataupun adik *Owner* yaitu Saipun.

⁸⁶ Mega Fareza Dellamita, D H Achmad Fauzi, dan Edy Yulianto, "Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan. Studi pada PT Adira Quantum Multifinance Point of Sales (POS) Dieng Computer Square Malang," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)(Online)*, 9.2(2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.