

RAHASIA DI BALIK RAMAINYA PEMBELI : STRATEGI KEWIRAUSAHAAN PEDAGANG RISOL DI SEKITAR KAMPUS UINSU

Zaniarti¹, Dinda Galuh Parwati², Salsa Billa Dwi Rianto³, Murni Qori⁴

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

zainartimm60@gmail.com¹, dindagaluhparwati@gmail.com²,

salsabillahdwirianto@gmail.com³, murniqoritanjung@gmail.com⁴

Abstract

This study aims to analyze the entrepreneurial strategies of rissole vendors around the UIN North Sumatra campus in attracting consumer interest. The study used a descriptive qualitative approach, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The results indicate that the high number of buyers is influenced by several key factors: consistent taste, affordable prices, strategic sales locations, friendly service, and consistent operating hours. These simple yet consistent strategies are able to build customer loyalty even without intensive digital promotions. This study concludes that the success of rissole vendors is influenced by a combination of product quality, price, service, location, and operational consistency. These findings are expected to serve as a reference for MSMEs in developing effective and sustainable business strategies.

Keywords: entrepreneurship, rissole vendors, purchasing interest, business strategy, MSMEs

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kewirausahaan pedagang risoles di sekitar Kampus UIN Sumatera Utara dalam menarik minat beli konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ramainya pembeli dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu konsistensi kualitas rasa, harga yang terjangkau, lokasi penjualan yang strategis, pelayanan yang ramah, serta konsistensi jam operasional. Strategi sederhana namun konsisten tersebut mampu membangun loyalitas pelanggan meskipun tanpa promosi digital yang intensif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan usaha pedagang risoles

Article history

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

dipengaruhi oleh kombinasi kualitas produk, harga, pelayanan, lokasi, dan konsistensi operasional. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi usaha yang efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: kewirausahaan, pedagang risoles, minat beli, strategi usaha, UMKM

1. Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan salah satu penggerak utama dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Sejak krisis ekonomi tahun 1997 yang menyebabkan instabilitas ekonomi dan meningkatnya angka pengangguran akibat pemutusan hubungan kerja secara besar-besaran, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berkembang sebagai solusi dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Aprilia & Defrizal, 2025). Perkembangan UMKM hingga saat ini menjadi pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Indonesia memiliki keberagaman kuliner yang menjadi bagian dari identitas budaya dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui sektor UKM/UMKM. Peran UMKM sangat strategis dalam menyerap tenaga kerja, memperluas pemerataan pendapatan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi hingga ke wilayah pelosok. (Dewi Astria Aulia, 2025). Di sektor kuliner, khususnya makanan ringan, persaingan antar pedagang semakin ketat terutama di lingkungan kampus yang menjadi pusat aktivitas mahasiswa dan masyarakat sekitar. (Rosmita, Surianti, Herman, & Adera, 2024).

Persaingan jajanan kampus menciptakan dinamika tersendiri, karena konsumen memiliki banyak pilihan makanan dengan harga yang relatif terjangkau. Namun, fenomena menarik ditemukan pada salah satu pedagang risoles di sekitar kampus yang mampu menarik jumlah pembeli lebih ramai dibandingkan pedagang sejenis. Kondisi ini mengindikasikan adanya strategi usaha tertentu, seperti kualitas produk, harga, pelayanan, serta cara promosi yang membedakan usaha tersebut dari kompetitor. (Putri Nadya Amanda, 2025). Keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan strategi pemasaran yang tepat, termasuk pemanfaatan media digital dan media sosial sebagai sarana promosi visual. (Mardhotillah, Rahmi, Awaliyah, & Ahmad, 2023).

Penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak membahas strategi UMKM dan perilaku konsumen secara umum, namun masih terbatas yang secara khusus mengkaji pedagang makanan ringan skala kecil di lingkungan kampus, terutama dalam konteks persaingan jajanan mahasiswa dan perbedaan daya tarik antar pedagang sejenis. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut.

Perkembangan tren konsumsi di kalangan generasi muda seperti Gen Z dan milenial mendorong pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi dalam hal rasa, kemasan, dan konsep produk agar tetap relevan dan menarik minat pasar. (Sabrina, Fiyara, Andarini, & Kusumasari, 2025). Inovasi dan kreativitas dalam pengelolaan usaha juga berperan penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis dan membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar. (Aqilah Cindy Hapsari, Edy Mulyantomo, 2023). Selain itu, konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas, kemasan, dan nilai tambah produk. Perkembangan digitalisasi dan e-commerce turut memperluas persaingan usaha, menuntut pelaku UMKM untuk memiliki strategi bisnis yang adaptif dan inovatif. (Benita Azlia, Cindy, & Difani Cahya, Prastiwi, 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi usaha pedagang risoles dalam menarik minat beli konsumen serta faktor-faktor yang memengaruhi ramainya pembeli. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji peran

inovasi produk, strategi pemasaran, dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi usaha pedagang risoles dalam menarik minat beli konsumen serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi ramainya pembeli. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran inovasi, pemasaran, dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan keberlanjutan usaha makanan ringan di tengah perkembangan usaha kuliner yang semakin pesat.

2. Tinjauan Pustaka Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan kegiatan menciptakan dan mengembangkan usaha secara mandiri melalui kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan nilai ekonomi. Kewirausahaan berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Aprilia & Defrizal, 2025). Dalam konteks usaha mikro dan kecil, kewirausahaan menjadi fondasi utama dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. (Dewi Astria Aulia, 2025).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. (Putri Nadya Amanda, 2025). Pada sektor kuliner, UMKM berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan makanan praktis dan terjangkau. (Rosmita et al., 2024).

UMKM makanan ringan seperti risoles menjadi salah satu bentuk usaha yang banyak dijumpai di lingkungan kampus karena permintaan yang tinggi dari kalangan mahasiswa. (Sabrina et al., 2025).

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan serangkaian upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen serta menciptakan keunggulan kompetitif. Keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang tepat, meliputi pengelolaan produk, harga, promosi, dan distribusi. (Mardhotillah et al., 2023). Pemanfaatan media digital seperti Instagram dan platform online lainnya menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen. (Rosmita et al., 2024).

Pelaku usaha mikro kecil seperti pedagang risoles di sekitar kampus membutuhkan strategi kewirausahaan yang adaptif agar dapat menarik banyak pembeli dan mempertahankan usaha. Kombinasi antara orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan pemasaran yang efektif menjadi faktor penentu keberhasilan. (Budianto Kevin Alexander, 2025). Dalam sektor kuliner, strategi pemasaran meliputi penerapan bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi), segmentasi pasar, serta penentuan positioning agar produk sesuai dengan kebutuhan konsumen, khususnya mahasiswa, dan mampu bersaing di pasar. (Nurzaman, F., Yusman, F. N., & Hasanah, 2024).

Selain itu, dalam lingkungan kampus, strategi pemasaran perlu disesuaikan dengan karakteristik mahasiswa yang cenderung menyukai produk yang praktis, harga terjangkau, serta kemudahan akses. (Benita Azlia et al., 2025).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi kewirausahaan yang diterapkan pedagang risol di sekitar Kampus UIN Sumatera Utara. Pendekatan kualitatif dipilih agar peneliti dapat menggali

fenomena secara alamiah berdasarkan pengalaman, perilaku, serta interaksi langsung antara pedagang dan pembeli. Lokasi penelitian berada di kawasan pintu keluar samping Kampus UINSU, di mana pedagang risol yang menjadi objek penelitian beroperasi dan berinteraksi dengan mahasiswa sebagai konsumen utama.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kegiatan observasi langsung terhadap aktivitas jual beli, kondisi lapak, alur pelayanan, serta interaksi pedagang dengan pembeli. Selain itu, data primer juga diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pedagang risol dan beberapa konsumen yang sering membeli produk tersebut. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari jurnal, artikel ilmiah, dan laporan penelitian terdahulu yang relevan dengan strategi kewirausahaan UMKM dan perilaku konsumen.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengetahui praktik nyata strategi usaha yang diterapkan pedagang, seperti kualitas produk, kebersihan, harga, dan pelayanan. Wawancara digunakan untuk mendapatkan pemahaman lebih detail terkait alasan penggunaan strategi tertentu serta dampaknya terhadap minat pembeli.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model analisis Miles dan Huberman, yaitu melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyusun dan merangkum informasi penting dari hasil wawancara dan observasi. Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun temuan utama secara terstruktur sehingga mudah dibaca dan dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, di mana peneliti merumuskan jawaban atas rumusan masalah mengenai strategi kewirausahaan pedagang risol dalam menarik dan mempertahankan minat pembeli.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ramainya pembeli pada pedagang risol di sekitar Kampus UINSU bukan terjadi secara kebetulan, melainkan didukung oleh sejumlah strategi kewirausahaan yang diterapkan secara konsisten. Temuan-temuan ini muncul melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pedagang serta beberapa mahasiswa sebagai konsumen. Berikut pembahasan lengkap mengenai “rahasia” di balik tingginya minat beli tersebut.

1. Kualitas Rasa dan Konsistensi Produk sebagai Faktor Utama

Rahasia pertama yang ditemukan adalah kualitas risol yang stabil setiap hari. Pedagang menggunakan bahan yang sama dan mengikuti takaran yang telah ditetapkan sejak awal usaha dibuka. Kulit risol dibuat tipis namun tidak mudah sobek, isian padat, dan digoreng hingga

mencapai warna keemasan yang menarik. Konsistensi rasa inilah yang menciptakan pengalaman yang dapat diprediksi oleh mahasiswa, sehingga mereka merasa aman untuk membeli secara berulang.

Beberapa mahasiswa menyebutkan bahwa risol ini rasanya tidak pernah berubah setiap hari, selalu enak dan renyah. Konsistensi produk menjadi salah satu prinsip kewirausahaan yang membuat usaha kecil mampu bertahan di tengah persaingan jajanan kampus.

2. Harga Terjangkau dan Sesuai Kemampuan Ekonomi Mahasiswa

Faktor kedua yang menjadi rahasia ramainya pembeli adalah penetapan harga yang sangat terjangkau. Pedagang menetapkan harga risol di bawah rata-rata jajanan kampus lain, sehingga lebih mudah dijangkau oleh mahasiswa yang memiliki keterbatasan dana harian.

Harga yang murah bukan berarti kualitas rendah justru strategi ini menarik pembeli baru sekaligus mempertahankan pembeli lama. Harga yang stabil juga membuat mahasiswa dapat mengatur pengeluaran secara konsisten, sehingga risol menjadi pilihan camilan harian.

3. Lokasi Berjualan Sangat Strategis

Temuan berikutnya adalah pentingnya lokasi berjualan. Pedagang risol berjualan di titik yang mudah terlihat dan menjadi jalur aktivitas mahasiswa setiap hari. Lokasi berada di dekat pintu masuk kampus dan area lalu-lalang kendaraan, sehingga mahasiswa sering melihat pedagang ketika berangkat atau pulang kuliah.

Lokasi strategis ini menjadi rahasia yang jarang disadari pembeli mereka merasa risol tersebut sudah pasti ada dan paling mudah ditemukan. Dalam teori kewirausahaan, pemilihan lokasi merupakan aspek penting dalam mengoptimalkan volume penjualan.

4. Pelayanan Ramah dan Cepat

Pedagang risol menerapkan pelayanan yang ramah, membuat mahasiswa merasa nyaman saat membeli. Mereka menyapa pembeli, melayani dengan cepat, serta menerima pembelian dalam jumlah banyak tanpa mengeluh. Sikap ramah ini menciptakan hubungan emosional yang sederhana, tetapi kuat bagi mahasiswa.

Dalam konteks kewirausahaan, aspek pelayanan adalah bentuk customer relationship, yaitu strategi mempertahankan loyalitas pelanggan melalui interaksi positif.

5. Kecepatan Penyajian dan Sistem Stok yang Terkelola

Rahasia lain yang ditemukan adalah cara pedagang mengelola stok. Pedagang selalu membawa jumlah risol yang cukup sesuai perkiraan keramaian. Hal ini dilakukan berdasarkan pengalaman sehari-hari sehingga tidak terjadi kehabisan terlalu cepat atau sisa stok terlalu banyak.

Kecepatan penyajian juga menjadi faktor penting. Pedagang menyiapkan risol yang sudah goreng matang dan disimpan dalam kondisi hangat sehingga pembeli tidak perlu menunggu lama. Bagi mahasiswa yang terburu-buru, kecepatan ini sangat dihargai

6. Jam Operasional yang Konsisten dan Bisa Diprediksi

Pedagang selalu berjualan pada jam yang sama setiap hari, yaitu pada waktu-waktu yang bertepatan dengan aktivitas mahasiswa seperti jam masuk kuliah dan jam istirahat. Konsistensi ini membuat mahasiswa terbiasa dan mengetahui kapan pedagang hadir, sehingga risol menjadi bagian dari rutinitas harian mereka.

Dalam penelitian, konsistensi operasional seperti ini terbukti meningkatkan *brand recall* meskipun usahanya tidak memiliki nama resmi ataupun media sosial.

7. Kesan Homemade dan Nilai Emosional Produk

Meskipun sederhana, risol ini memiliki daya tarik khusus karena terlihat sebagai produk rumahan (*homemade*). Banyak mahasiswa merasa risol ini lebih aman dan natural dibanding jajanan modern yang terlihat terlalu komersial. Nilai emosional ini menciptakan persepsi positif dan menjadi rahasia lain di balik tingginya permintaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa ramainya pembeli pada pedagang risol di sekitar Kampus UINSU adalah kombinasi strategi kualitas produk, harga terjangkau, lokasi strategis, pelayanan ramah, dan konsistensi operasional. Meskipun tidak memakai media sosial, pedagang risol tetap berhasil menarik banyak pelanggan melalui strategi konvensional yang sederhana tetapi efektif.

Temuan ini sejalan dengan teori kewirausahaan UMKM yang menyebutkan bahwa kualitas, harga, pelayanan, dan lokasi merupakan pilar utama keberhasilan usaha mikro. Dalam konteks pedagang risol, rahasia yang ditemukan bukanlah sesuatu yang spektakuler, tetapi langkah-langkah kecil namun konsisten yang membangun loyalitas pelanggan dari waktu ke waktu.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ramainya pembeli pada pedagang risoles di sekitar Kampus UIN Sumatera Utara tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh penerapan strategi kewirausahaan yang sederhana namun efektif. Faktor utama yang mendorong tingginya minat beli konsumen meliputi kualitas rasa yang konsisten, penggunaan bahan yang terjaga, serta penyajian produk yang menarik dan higienis.

Selain kualitas produk, penetapan harga yang terjangkau sesuai dengan daya beli mahasiswa menjadi faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Lokasi berjualan yang strategis, yaitu berada di jalur aktivitas mahasiswa, turut memberikan kontribusi besar terhadap tingginya volume pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan lokasi usaha memiliki peran krusial dalam keberhasilan usaha mikro di lingkungan kampus. Pelayanan yang ramah, cepat, dan penuh keakraban menciptakan rasa nyaman bagi konsumen, sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang dan terbentuknya loyalitas pelanggan. Konsistensi jam operasional dan ketersediaan produk setiap hari juga menjadi faktor pendukung keberhasilan usaha, karena konsumen dapat memprediksi ketersediaan produk sesuai dengan rutinitas mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa keberhasilan pedagang risoles di sekitar kampus dipengaruhi oleh kombinasi antara kualitas produk, harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, pelayanan yang baik, serta konsistensi dalam menjalankan usaha. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lainnya dalam mengembangkan strategi usaha yang efektif dan berkelanjutan di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Aprilia, F. E., & Defrizal, D. (2025). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner di jalan Purnawirawan Raya Kota Bandar Lampung. *ECo-Buss*, 7(3), 1761-1773. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2058>
2. Aqilah Cindy Hapsari, Edy Mulyantomo, D. T. (2023). RAHASIA DI BALIK KESUKSESAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI ANEKA OLAHAN BANDENG, 21(4), 744-756.
3. Benita Azlia, F., Cindy, C., & Difani Cahya, Prastiwi, D. (2025). Strategi Inovasi Produk Risoles Mayoo Melalui Kegiatan Bazar sebagai upaya peningkatan daya saing UMKM. *Krepa: Kreativitas Pada Abdimas*, 1(3), 35-45.
4. Budianto Kevin Alexander, D. (2025). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UMKM KULINER (STUDI PADA MISS MOJITO), 10(2), 1123-1129.
5. Dewi Astria Aulia, F. R. D. (2025). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Kuliner Risol Mayo. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2946-2959.
6. Mardhotillah, A. F., Rahmi, Awaliyah, S. N., & Ahmad, F. (2023). Strategi Pengembangan Produk Risol Mayo Kekinian. *Anfatama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76-86.
7. Nurzaman, F., Yusman, F. N., & Hasanah, A. (2024). Analisis Strategi Marketing Pada UMKM

- Kuliner (Studi Kasus Bubur Ayam Abah Oong). *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 43-50.
8. Putri Nadya Amanda, S. (2025). Model Bisnis Produsen Risoles Tanpa Toko Fisik: Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Ritel di Era Digital, 1(1), 29-43.
9. Rosmita, R., Surianti, L., Herman, H., & Adera, A. T. (2024). Strategi Pengembangan Usaha UMKM Kuliner Di Kota Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4254-4264. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.8339>
10. Sabrina, J. A., Fiyara, N. S., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2025). Strategi Perencanaan dan Pengembangan Produk RISOLEGO: Risoles Bolognese sebagai Peluang Usaha UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 2(3), 11. <https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.720>