

## **MENGETAHUI MINAT KONSUMEN DALAM PEMILIHAN PRODUK DALAM MELAKUKAN KEWIRAUSAHAAN**

**Nurhasanah Nasution<sup>1</sup>, Yulia Novita<sup>2</sup>**

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

[nurhsnhhh13@gmail.com](mailto:nurhsnhhh13@gmail.com)

### **Abstrak**

Dalam menjalankan kewirausahaan tentunya kita mesti mengetahui apa yang diinginkan konsumen, baik kebutuhan maupun keinginan sesuatu. Oleh karena itu perlu mengecek atau memeriksa kegiatan-kegiatan masyarakat sekitar guna mengetahui produk apa yang pas untuk di jual ataupun di promosikan kepada masyarakat atau konsumen. Kebanyakan konsumen akan membeli suatu barang yang praktis, unik, dan menarik untuk dibeli. Begitu juga dengan makanan, ini bisa menjadi pembelajaran berguna kepada para kewirausahaan untuk mencapai target penjualan produk yang sempurna.

Keyword : Minat, Konsumen, Produk

### **Abstract**

In running entrepreneurship, of course, we must know what consumers want, both needs and desires. Therefore, it is necessary to check or check the activities of the surrounding community to find out what products are suitable for sale or promotion to the community or consumers. Most consumers will buy something that is practical, unique, and interesting to buy. Likewise with food, this can be a useful lesson for entrepreneurs to achieve the perfect product sales target.

Keywords: Interest, Consumer, Product

## **PENDAHULUAN**

Kewirausahaan merupakan suatu pekerjaan yang memperkenalkan barang yang dilakukan oleh individu. Kewirausahaan berperan penting dalam menciptakan pekerjaan baru, menyerap tenaga pekerja atau membangun lapangan pekerjaan, meningkatkan inovasi bagi masyarakat, dan bisa menjadikan meningkatnya tujuan dalam bersaing dengan luar negara.

Kewirausahaan sendiri adalah kemampuan untuk menciptakan atau mengelola sesuatu yang baru melalui proses kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya dalam mencari peluang sukses, memecahkan persoalan, dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan ataupun usaha yang sedang dijalankan.

Dalam melakukan kewirausahaan banyak hal yang harus di persiapkan, mulai dari apa yang di usahakan, lokasi, dan ide lain guna tujuan untuk memperlancarkan usaha. Salah satu yang sangat penting dilakukan dalam melakukan kegiatan kewirausahaan adalah target konsumen. Dalam menjual produk usaha perlu diingat bahwa masyarakat yang akan dijadikan konsumen tidak jauh beda dengan kita. Mereka akan memilah milih suatu produk untuk dibeli yang dimana hal itu akan dibeli jika dirasa cocok untuknya. Dan setiap manusia memiliki sifat dan kesukaannya yang berbeda-beda, oleh karena itu perlu adanya ide yang kreatif dalam memecahkan permasalahan ini.

Penulis akan menjelaskan bagaimana cara mendeteksi lebih tepatnya memahami, dan menganalisa cara memecahkan permasalahan tersebut. Oleh karena itu dalam penulisan ini hanya difokuskan untuk mengetahui minat masyarakat atau konsumen guna untuk memperlancar usaha yang akan dijalankan sebagai kewirausahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penulisan ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang dimana untuk menggali lebih dalam peran dalam menganalisa minat masyarakat ataupun konsumen sebagai calon pembeli produk untuk memperlancar hasil dalam penjualan produk.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari studi pustaka, yaitu dengan menelaah dua jurnal utama yang membahas tentang minat konsumen dalam menjalankan kewirausahaan. Yang pertama adalah jurnal yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Presepsi Resiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee*”. Yang kedua adalah jurnal yang berjudul “*Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Comerce* “. Dan untuk sumber data sekunder dalam penelitian ini, penulis akan mengambil beberapa data yang berada di jurnal lainnya, buku, website, ataupun melalui sosial media yang berhubungan dengan penulisan ini.

Supaya data yang diambil benar-benar akurat dan bisa dipercaya, peneliti juga melakukan triangulasi sumber. Artinya, data yang ditemukan dari satu jurnal akan dibandingkan dan dicocokkan dengan data dari sumber lain untuk memastikan kesesuaiannya. Dengan begitu, hasil akhir penelitian tidak hanya berdasarkan satu sudut pandang, tapi bisa mencerminkan kondisi nyata yang lebih objektif.

Melalui metode ini, penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bukan hanya secara akademik, tapi juga secara praktis. Tujuannya, agar strategi pengembangan kewirausahaan pemuda bisa dirancang dengan lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan mereka yang hidup di tengah era digital yang terus berkembang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kebutuhan akan barang konsumsi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. menegaskan ketergantungan manusia terhadap entitas eksternal, baik individu maupun barang, untuk mencapai kesempurnaan fungsinya dalam masyarakat. Kebutuhan akan akses terhadap barang-barang pokok mendorong terbentuknya sistem distribusi. Oleh karena itu sebagai kewirausahaan perlu mengetahui minat dan keinginan masyarakat dalam mengambil keputusan dalam penjualan produk.

Sebelum melakukan aksi dalam kewirausahaan, tentunya kita harus merancang rencana dalam menciptakan suatu produk untuk di perjualkan kepada calon konsumen. Oleh karena itu memperhatikan minat masyarakat menjadi salah satu faktor terpenting dalam lancarnya penjualan.(Misalnya & Masalaha, 2021)

Gaya hidup masyarakat saat ini ikut berubah karena adanya pengaruh dari perkembangan teknologi yang semakin berkembang, salah satu yang paling mencolok dari perkembangan teknologi tersebut adalah gadget atau smarthphone dan kecenderungan beraktivitas di dunia maya seperti berbelanja online atau lebih sering di sebut Online Shopping mulai digemari oleh masyarakat.(Sutedjo, 2021)

Terkadang masyarakat cenderung menginginkan belanja praktis dalam membeli suatu produk. Seperti zaman sekarang yang dimana beberapa masyarakat lebih memilih belanja online ketimbang pergi tunuk membeli suatu kebutuhannya. Disamping membeli yang praktis, konsumen juga tidak perlu menggunakan tenaga lebih dalam berbelanja seperti contoh harus keluar rumah. Hal ini menjadikan banyaknya para kewirausahaan yang berlomba-lomba dalam menjual produk online agar pembeli tertarik untuk membeli suatu barang.

Akan tetapi tidak semua konsumen gemar membeli suatu barang menggunakan jasa online, ada juga beberapa konsumen yang lebih suka pergi ke toko ataupun restoran dalam membeli suatu produk. Alasannya beberapa konsumen tersebut ingin melihat langsung

produk dari segi kualitas maupun kuantitas suatu produk yang ingin dibeli, tujuannya agar mereka bisa merasakan langsung calon produk yang akan dibelikannya. Hal ini menjadikan kewirausahaan harus mendalami dalam menganalisa dalam minat masyarakat.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengamati calon penjual yaitu:

1. Para kewirausahaan bisa keluar dan memperhatikan kegiatan masyarakat sekitar seperti daerah desa, kota, ataupun provinsi yang menjadi target dalam melakukan kewirausahaan.
2. Perhatikan juga hobby kebanyakan masyarakat dalam melakukan aktivitas, seperti contoh ketika masyarakat disuatu daerah sangat gemar menghias diri, bisa di pastikan sebagai kewirausahaan tau apa yang akan di jual.
3. Memberikan kepercayaan terhadap calon konsumen menjadi hal yang paling penting dan utama dalam melakukan kewirausahaan, seorang kewirusahaan wajib memberikan kepercayaan terhadap konsumen jika produk yang di jualnya bisa laris. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan promosi ataupun uji sample kepada konsumen untuk meningkatkan minat dalam membeli.
4. Dalam melakukan promosi seorang kewirausahaan wajib membuat para konsumen menjadi minat dalam membeli suatu produk, ini bisa dilakukan dengan membuat promosi menjadi menarik menggunakan ide yang kreatif yang dilakukan oleh seorang kewirausahaan.

Sebagai kewirausahaan harus memperhatikan ke-4 tersebut dalam melakukann atau mengetahui minat masyarakat ataupun calon konsumen dalam melakukan kewirausahaan, jika kewirausahaan dilakukan denga nasal-asalan dan tidak mementingkan kepercayaan konsumen, makan usaha tersebut tidak akan bertahan lama. Apa lagi masyarakat sangat sensitif dengan penipuan oleh karena itu sebagai kewirausahaan yang bijak jangan sampai mendapatkan ketidakpercayaan konsumen dalam memperjualkan suatu produk.

## **KESIMPULAN**

Kewirausahaan sendiri adalah kemampuan untuk menciptakan atau mengelola sesuatu yang baru melalui proses kreatif dan inofatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya dalam mencari peluang sukses, memecahkan pesoalan, dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan ataupun usaha yang sedang dijalankan.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengamati calon penjual yaitu:

1. Para kewirausahaan bisa keluar dan memperhartikan kegiatan masyarakat sekitar seperti daerah desa, kota, ataupun provinsi yang menjadi target dalam melakukan kewirausahaan.
2. Perhatikan juga hobby kebanyakan masyarakat dalam melakukan aktivitas, seperti contoh ketika masyarakat disuatu daerah sangat gemar menghias diri, bisa di pastikan sebagai kewirausahaan tau apa yang akan di jual.
3. Memberikan kepercayaan terhadap calon konsumen menjadi hal yang paling penting dan utama dalam melakukan kewirausahaan, seorang kewirusahaan wajib memberikan kepercayaan terhadap konsumen jika produk yang di jualnya bisa laris. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan promosi ataupun uji sample kepada konsumen untuk meningkatkan minat dalam membeli.
4. Dalam melakukan promosi seorang kewirausahaan wajib membuat para konsumen menjadi minat dalam membeli suatu produk, ini bisa dilakukan dengan membuat promosi menjadi menarik menggunakan ide yang kreatif yang dilakukan oleh seorang kewirausahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Misalnya, T., & Masalaha, L. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsuraya*, 6(1), 57–66. <https://doi.org/10.35968/jbau.v6i1.626>
- Sutedjo, A. S. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 3(2), 165–178. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v3i2.40>
- Meldarianda, R. dan Lisan, H. (2010). Pengaruh Store tmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 1412-3126.
- Raman, Arasu, and Viswanathan A. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on “Wireless Information Networks & Business Information System”*. WINBIS
- Rossiter, J.R., & L Percy. (1997). *Advertising Communication And Promotion Management*. New Communication And Promotion Management. New York: Mcgraw Hill
- Rubianti ,R., (2014). Minat Membeli Di Media Online Ditinjau Dari Tipe Kepribadian”. *Jurnal Online Psikologi*, Vol. 02 (1). Schwarzl, S., & Grabowska, M. (2015). Online marketing strategies: the future is here. *JOURNAL OF INTERNATIONAL STUDIES*.