



## Bay Tat Rika's Entrepreneurial Intention In The Governor's Patang Of Bengkulu City

### Intensi Berwirausaha Bay Tat Rika Di Pematang Gubernur Kota Bengkulu

Okta Nurul Huda <sup>1)</sup>; Anzori <sup>2)</sup>; Nirta Vera Yustanti <sup>3)</sup>  
<sup>1,2,3)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu  
Email: <sup>1)</sup> [hud@gmail.com](mailto:hud@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

Received [25 Februari 2026]

Revised [03 Mei 2026]

Accepted [07 Mei 2026]

#### KEYWORDS

Intention, Entrepreneurship,  
Bay Tad Rika.

This is an open access  
article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)  
license



#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Intensi Berwirausaha Bay Tat Rika di Gubernur Pematang, Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini berupa usaha kecil menengah yang bergerak di bidang produksi kue tradisional. Bay Tat Rika memproduksi kue tradisional dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas. Proses produksinya dilakukan secara manual dengan menggunakan peralatan sederhana. Kualitas produk yang baik dan konsisten menjadikan Bay Tat Rika sebagai pilihan konsumen. Bay Tat Rika menggunakan strategi pemasaran daring untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Pemasaran daring dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Bay Tat Rika juga menjalin kerja sama dengan toko dan kafe di Gubernur Pematang, Kota Bengkulu untuk meningkatkan penjualan.

#### ABSTRACT

This study aims to describe the Entrepreneurial Intention of Bay Tat Rika in Pematang Gubernur, Bengkulu City. This study uses qualitative research. Qualitative research is a research method used to examine natural object conditions, where the researcher is the key instrument and the results of qualitative research emphasize more on meaning. The type of this research is descriptive qualitative. The results of this study are a small and medium enterprise engaged in the production of traditional cakes. Bay Tat Rika produces traditional cakes using quality ingredients. The production process is carried out manually using simple equipment. Good and consistent product quality makes Bay Tat Rika a consumer choice. Bay Tat Rika uses online marketing strategies to increase sales and expand market reach. Online marketing is carried out through social media such as Instagram and Facebook. Bay Tat Rika also collaborates with shops and cafes in Pematang Gubernur, Bengkulu City to increase sales.

## PENDAHULUAN

Pengangguran masih menjadi permasalahan besar yang terjadi di Indonesia. Permasalahan ini kemudian dapat menimbulkan masalah lain yang saling berkaitan seperti meningkatnya tingkat kemiskinan yang kemudian mendorong untuk melakukan kejahatan akibat tidak adanya pendapatan sehingga tingkat kriminalitas di suatu negara menjadi meningkat (Ishak, 2018:35). Survei Badan Pusat Statistik (2024) mengatakan jumlah masyarakat yang menganggur di Indonesia pada Februari tahun 2024 berjumlah 8,4 juta, dimana 884.769 orang berasal dari lulusan Perguruan Tinggi di Indonesia. Pengangguran terjadi akibat jumlah lapangan pekerjaan tidak sebanding dengan jumlah masyarakat yang membutuhkan pekerjaan, selain itu pengangguran juga bisa terjadi akibat adanya ketidaksesuaian antara kemampuan yang dimiliki calon pekerja dengan kualifikasi dari pekerja yang dibutuhkan.

Salah satu upaya menurunkan angka pengangguran adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mencetak lebih banyak jumlah wirausaha sehingga akan menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan di Indonesia (Nurcahyani, 2019:65). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika (2024) mayoritas wirausaha yang ada di Indonesia berasal dari lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu sebanyak 39%. Sementara itu wirausaha yang berasal dari tingkat Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebanyak 5,5%, dari tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 10,1%, dari tingkat Sekolah Dasar (SD) sebanyak 6,9%, dari tingkat tidak tamat SD 3,6%, dari tingkat Diploma I/II/III sebanyak 4,7% dari tingkat Strata II dan Strata III sebanyak 2,4% sedangkan wirausaha yang berasal dari lulusan Diploma VI / Strata I hanya sebesar 28%.

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Andi, 2023:30) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan suatu negara menjadi maju adalah jika jumlah wirausahawan yang terdapat pada negara tersebut berjumlah 2% dari populasi penduduk di negara tersebut. Kemajuan dan

kemunduran sebuah negara dapat ditentukan oleh peranan dari berwirausaha, oleh karena itu Indonesia membutuhkan banyak pengusaha atau wirausahawan.

Intensi atau niat merupakan faktor psikologis yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu hal. Ajzen menggambarkan intensi sebagai suatu susunan dari tanda-tanda kesiapan seseorang dalam berperilaku. Intensi berwirausaha menggambarkan kekuatan seseorang untuk memiliki keinginan berinovasi dan berkreasi dalam berwirausaha. Seseorang yang memiliki intensi berwirausaha akan memusatkan pengalaman, perhatian, dan perilakunya pada kegiatan berwirausaha. Intensi berwirausaha menjadi tolak ukur seberapa kuat seseorang menjadi wirausahawan. Secara elementer, intensi berwirausaha menentukan seseorang untuk berwirausaha dan intensi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor (Firmansyah 2019).

Intensi digambarkan sebagai kecenderungan tertentu dari setiap individu untuk melakukan suatu tindakan atau serangkaian tindakan yang merupakan hasil dari proses berpikir secara sadar dan dapat mengarahkan perilaku seseorang (Parker, 2020:42). Apabila intensi tersebut mengarah ke suatu objek yaitu kewirausahaan, maka dapat diartikan seorang individu yang memiliki intensi kewirausahaan memiliki perhatian terhadap wirausaha, tertarik dan menganggap wirausaha merupakan hal yang menyenangkan, sehingga individu tersebut berhubungan secara lebih aktif dengan aktivitas wirausaha.

Intensi kewirausahaan dianggap sebagai prediktor terbaik untuk menentukan sikap kewirausahaan yang mampu menghasilkan aksi kewirausahaan, dan tanpa intensi wirausaha, maka langkah kewirausahaan lainnya tidak dapat dilanjutkan (Elnadi, 2021:51). Intensi kewirausahaan merupakan sebuah komitmen untuk memulai menjalankan wirausaha. Sebelum menjalankan sebuah wirausaha, terdapat sikap kewirausahaan yang didorong melalui intensi kewirausahaan, dengan begitu intensi kewirausahaan merupakan sebuah keadaan pikiran yang dibentuk sebelum sikap kewirausahaan terjadi (Krueger, 2020:23). Intensi kewirausahaan menjadi pelopor dari tindakan kewirausahaan yang terjadi.

Adanya intensi kewirausahaan dalam diri dapat dikatakan ketika terdapat keyakinan dalam diri sendiri yang memiliki niat untuk membuat wirausaha baru dan dengan sadar memiliki rencana untuk melakukannya di masa depan (Elnadi, 2021). Selain itu, intensi kewirausahaan juga mencerminkan keinginan, dan kesiapan dari individu dalam membuat atau menjalankan wirausaha sebagai pilihan karirnya.

Dewi (2020:23) menyatakan bahwa kewirausahaan sering kali dikaitkan dengan inovasi dan kreativitas. Ini mengacu pada kemampuan untuk mengidentifikasi peluang baru dan menciptakan nilai melalui pengembangan ide, produk, atau layanan yang unik. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses menciptakan dan mengelola usaha dengan tujuan menghasilkan keuntungan (Rahim, 2019:58). Ini melibatkan identifikasi peluang pasar, alokasi sumber daya, manajemen risiko, dan pengambilan keputusan strategis untuk mencapai keberhasilan finansial.

Kewirausahaan adalah suatu keinginan seseorang dalam melaksanakan upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan kemampuan dasar dan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat bagi diri sendiri dan orang banyak. Dalam hal ini, kewirausahaan merupakan bentuk daya pikir kreatif yang dibentuk berdasarkan inovasi untuk menciptakan sesuatu yang baru, memiliki nilai jual dan manfaat, serta menciptakan lapangan pekerjaan dan hasilnya bermanfaat bagi orang lain. Kewirausahaan sangat berhubungan erat dengan kreativitas dan inovasi. Dengan kreativitas dan inovasi seseorang dapat menciptakan hal baru yang bernilai tinggi dan mampu bersaing di dunia pasar global. Namun, tidak semua orang memiliki keinginan untuk berinovasi dan berkreasi. Banyak faktor yang dapat memengaruhi hal tersebut, salah satunya dari segi psikologis, yaitu intensi dalam berwirausaha (Roosmawarni, 2019:55).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di toko Bay Tat Rika beralamatkan di Jl. Dharma Wanita RT. 17, Pematang Gubernur, Kec. Muara Bangka Hulu, Kota Bengkulu dengan alasan lokasinya strategis tempatnya berada di pinggir jalan. Wawancara kepada Ibu Rika pemilik toko Bay Tat Rika. Usaha Bay Tat Rika tersebut didirikan oleh Ibu Rika yang merupakan wirausaha dari Kota Bengkulu. Usaha Bay Tat Rika terbentuk pertama kali pada tahun 2001 hingga saat ini dan sudah memiliki 2 cabang usaha atau lapak di Kota Bengkulu .

## LANDASAN TEORI

### Intensi Berwirausaha

Intensi atau niat merupakan faktor psikologis yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu hal. Intensi sebagai suatu susunan dari tanda-tanda kesiapan seseorang dalam berperilaku. Intensi berwirausaha menggambarkan kekuatan seseorang untuk memiliki keinginan berinovasi dan berkreasi dalam berwirausaha. Seseorang yang memiliki intensi berwirausaha akan memusatkan pengalaman, perhatian, dan perilakunya pada kegiatan berwirausaha. Intensi berwirausaha menjadi tolak ukur seberapa kuat seseorang menjadi wirausahawan. Secara elementer, intensi berwirausaha menentukan



seseorang untuk berwirausaha dan intensi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor (Firmansyah, 2019:45). Ajzen (2022:47) menjelaskan bahwa intensi merupakan suatu indikasi mengenai seberapa besar usaha individu yang dilakukan untuk melakukan suatu perilaku. Intensi merupakan hal yang berkaitan dengan kecenderungan individu untuk menampilkan suatu tindakan tertentu. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa intensi merupakan niat atau kemauan individu untuk melakukan suatu usaha dengan tindakan perilaku tertentu.

Menurut Dewi (2020:72) menyatakan bahwa kewirausahaan sering kali dikaitkan dengan inovasi dan kreativitas. Ini mengacu pada kemampuan untuk mengidentifikasi peluang baru dan menciptakan nilai melalui pengembangan ide, produk, atau layanan yang unik. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses menciptakan dan mengelola usaha dengan tujuan menghasilkan keuntungan (Rahim, 2019:58). Ini melibatkan identifikasi peluang pasar, alokasi sumber daya, manajemen risiko, dan pengambilan keputusan strategis untuk mencapai keberhasilan finansial.

Kewirausahaan adalah suatu keinginan seseorang dalam melaksanakan upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan kemampuan dasar dan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat bagi diri sendiri dan orang banyak. Dalam hal ini, kewirausahaan merupakan bentuk daya pikir kreatif yang dibentuk berdasarkan inovasi untuk menciptakan sesuatu yang baru, memiliki nilai jual dan manfaat, serta menciptakan lapangan pekerjaan dan hasilnya bermanfaat bagi orang lain. Kewirausahaan sangat berhubungan erat dengan kreativitas dan inovasi. Dengan kreativitas dan inovasi seseorang dapat menciptakan hal baru yang bernilai tinggi dan mampu bersaing di dunia pasar global. Namun, tidak semua orang memiliki keinginan untuk berinovasi dan berkreasi. Banyak faktor yang dapat memengaruhi hal tersebut, salah satunya dari segi psikologis, yaitu intensi dalam berwirausaha (Roosmawarni, 2019:76).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan atau berwirausaha merupakan kemampuan individu dalam menciptakan suatu bisnis baru dan dapat menghadapi resiko dengan ketidakpastian sebuah keuntungan dan pertumbuhan. Hal yang dilakukan dengan cara mengenali terlebih dahulu peluang dan memanfaatkan peluang tersebut untuk mencari sumber-sumber data. Intensi kewirausahaan dianggap sebagai prediktor terbaik untuk menentukan sikap kewirausahaan yang mampu menghasilkan aksi kewirausahaan, dan tanpa intensi wirausaha, maka langkah kewirausahaan lainnya tidak dapat dilanjutkan (Elnadi, 2021:63). Intensi kewirausahaan merupakan sebuah komitmen untuk memulai menjalankan wirausaha. Sebelum menjalankan sebuah wirausaha, terdapat sikap kewirausahaan yang didorong melalui intensi kewirausahaan, dengan begitu intensi kewirausahaan merupakan sebuah keadaan pikiran yang dibentuk sebelum sikap kewirausahaan terjadi (Krueger, 2020:45). Intensi kewirausahaan menjadi pelopor dari tindakan kewirausahaan yang terjadi (Jeffery, 2019:45).

Adanya intensi kewirausahaan dalam diri dapat dikatakan ketika terdapat keyakinan dalam diri sendiri yang memiliki niat untuk membuat wirausaha baru dan dengan sadar memiliki rencana untuk melakukannya di masa depan (Elnadi, 2021:23). Selain itu, intensi kewirausahaan juga mencerminkan keinginan, dan kesiapan dari individu dalam membuat atau menjalankan wirausaha sebagai pilihan karirnya. Yanto dalam Santi, dkk (2017:65) meyakini bahwa "Intensi berwirausaha adalah kemampuan untuk memiliki keberanian dalam memenuhi kebutuhan hidup dan memecahkan permasalahan kehidupan, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan sendiri". Menurut Ranto Prill (2017:40) "Enterpreneurial Intention adalah kecenderungan individu untuk mengambil tindakan kewirausahaan melalui peluang bisnis untuk menciptakan produk baru dan pengambilan resiko".

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Jenis penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna. Adapun jenis dari penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Karena pada penelitian ini menggambarkan gejala atau keadaan yang diteliti secara apa adanya dari data yang bersifat empiris atau peneliti terjun langsung kelapangan. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata gambar dan bukan angka (Sugiyono, 2022:27).

Analisis terdiri dari dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, diantaranya reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Lain halnya dengan Suwandi (2012:8) bukunya Metode Penelitian Kualitatif, menjelaskan bahwa "penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perseptif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif".

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### **Apa yang menjadi minat dan motivasi di mulainya wirausaha pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu?**

Berdasarkan hasil wawancara dari responden Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu Ibu Rika pada tanggal 21 Februari 2025 pukul 12.00 wib mengatakan minat saya untuk memulai wirausaha toko kue adalah karena saya suka membuat kue dan ingin membagikan kesenangan itu kepada orang lain. Saya juga ingin mengembangkan kreativitas saya dalam membuat kue dan menciptakan resep-resep baru yang uniknya, ingin membangun bisnis keluarga yang dapat diwariskan kepada generasi berikutnya. Motivasi saya adalah keinginan untuk sukses dalam bisnis toko kue Bay Tad dan membuat orang lain bahagia dengan kue-kue yang saya buat. Saya percaya bahwa dengan pengalaman, jaringan, dan sumber daya yang saya miliki, saya dapat mencapai tujuan saya dan membangun bisnis yang sukses.

Hal ini juga di sampaikan oleh karyawan di toko Bay Tad Rika oleh Ibu Suri Trisna pada tanggal 21 Februari 2025 pukul 13.00 wib bahwa minat dan motivasi Ibu Rika ini kuat, selalu suka membuat kue sejak kecil dan ingin membagikan kesenangan itu kepada orang lain, Ibu Rika ini juga berpengalaman dari kerja dengan orang lain sehingga bisa membuka usaha sendiri.

Berdasarkan hasil kesimpulan dari kedua responden bahwa minat dan motivasi untuk memulai wirausaha toko kue Bay Tad Rika adalah bahwa seseorang yang ingin memulai bisnis ini memiliki minat yang kuat dalam membuat kue, mengembangkan kreativitas, dan membangun bisnis yang sukses. Mereka juga memiliki motivasi yang kuat untuk membuat orang lain bahagia, mengembangkan komunitas, dan mencapai kesuksesan dalam bisnis.

Minat dan motivasi untuk memulai wirausaha toko kue Bay Tad Rika adalah kombinasi dari faktor-faktor internal dan eksternal yang mendorong seseorang untuk memulai bisnis ini. Faktor-faktor internal meliputi minat dan motivasi pribadi, sedangkan faktor-faktor eksternal meliputi pengalaman, jaringan, dan sumber daya yang tersedia. Wirausaha toko kue Bay Tad Rika memerlukan kombinasi dari minat, motivasi, dan faktor-faktor eksternal yang tepat untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis.

#### **Bagaimana proses di mulai wirausaha pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu?**

Berdasarkan hasil wawancara dari responden Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu Ibu Rika. Pada tanggal 22 Februari 2025, proses memulai wirausaha pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu dimulai dengan memahami resep dan proses pembuatan kue Bay Tat yang merupakan makanan tradisional khas Bengkulu. Bay Tat Rika menggunakan bahan-bahan seperti tepung terigu, santan, gula, telur, margarin, soda kue, vanila, dan selai nanas untuk membuat kue Bay Tat. Proses pembuatan dimulai dengan memanaskan santan hingga mendidih, kemudian mencampurnya dengan gula dan margarin setelah itu adonan cair didinginkan dan dicampur dengan telur yang sudah dikocok, Tepung terigu dan soda kue dicampur dan kemudian dimasukkan ke dalam adonan cair sedikit demi sedikit hingga terbentuk adonan yang padat. Adonan kemudian dicetak dan diberi selai nanas, lalu dipanggang dalam oven dengan suhu 150-175°C selama sekitar 10 menit. Dalam mengembangkan usahanya, Bay Tat Rika juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk memasarkan produknya dan meningkatkan penjualan.

Diperkuat oleh ibu Suri Trisna pada tanggal 23 Februari 2025 pukul 14.00 wib bahwa proses memulai wirausaha Bay Tat Rika dimulai dari mempelajari resep dan teknik pembuatan kue Bay Tat yang merupakan makanan tradisional khas Bengkulu. Kami menggunakan bahan-bahan alami dan proses pembuatan yang sederhana namun membutuhkan ketelitian.

Di perjelas kembali oleh ibu Tusni Dasmi pada tanggal 24 Februari 2025 pukul 13.00 wib yaitu selain memahami resep, kami juga fokus pada kualitas bahan dan proses produksi yang higienis. Kami memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk dan meningkatkan penjualan, sehingga Bay Tat Rika bisa dikenal luas di Kota Bengkulu.

Berdasarkan kesimpulan akhir, proses memulai wirausaha pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu melibatkan beberapa hal penting yaitu memahami resep dan teknik pembuatan kue Bay Tat yang merupakan makanan tradisional khas Bengkulu, menggunakan bahan-bahan alami dan proses produksi yang higienis, fokus pada kualitas produk dan ketelitian dalam proses produksi, serta memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk dan meningkatkan penjualan.

Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu memulai wirausaha dengan memproduksi kue tradisional Bay Tat yang terbuat dari adonan tepung terigu dengan selai nanas atau kelapa di bagian atasnya Berikut prosesnya:



1. Pengembangan Produk
  - a. Bay Tat Rika mengembangkan resep kue Bay Tat yang unik dan lezat untuk memenuhi kebutuhan konsumen lokal.
  - b. Produk ini menjadi favorit masyarakat Bengkulu dan sering disajikan pada acara kemasyarakatan.
2. Pemasaran
  - a. Bay Tat Rika menggunakan strategi pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.
  - b. Pemasaran online membantu meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk Bay Tat Rika.
3. Produksi
  - a. Proses produksi Bay Tat Rika dilakukan secara tradisional dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas untuk menjaga rasa dan tekstur kue.
  - b. Produksi harian mencapai 250 kotak per hari dengan harga yang kompetitif, yaitu Rp 23.000 per kotak.
4. Penjualan
  - a. Bay Tat Rika menjual produknya secara langsung di toko atau melalui penjualan online untuk mempermudah konsumen.
  - b. Strategi penjualan yang efektif membantu meningkatkan volume penjualan dan memperluas jaringan konsumen.

### **Berikut adalah proses pembuatan Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu:**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rika pada tanggal 25 Februari 2025 pukul 12.00 wib Proses pembuatan Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu adalah sebagai berikut: "Proses pembuatan Bay Tat Rika dimulai dengan menyiapkan bahan-bahan seperti tepung terigu, santan, gula, telur, dan lain-lain. Kemudian, kita membuat adonan cair dengan memanaskan santan dan mencampurnya dengan gula dan margarin. Setelah itu, adonan cair didinginkan dan dicampur dengan telur yang sudah dikocok".

Jawaban yang sama oleh ibu Tia Putri selaku karyawan Bay Tad Rika pada tanggal 26 Februari 2025 pukul 15.00 wib mengatakan proses pembuatan Bay Tat Rika dimulai dengan menyiapkan bahan-bahan seperti tepung terigu, santan, gula, telur, dan lain-lain, kemudian membuat adonan cair dengan memanaskan santan dan mencampurnya dengan gula dan margarin.

Di perkuat oleh Ibu Santi pada tanggal 27 Februari puku 13.00 wib menjelaskan setelah adonan cair siap, adonan utama dibuat dengan mencampur tepung terigu dan soda kue ke dalam adonan cair sedikit demi sedikit hingga terbentuk adonan yang padat, kemudian adonan dicetak dan diberi selai nanas sebelum dipanggang dalam oven. proses pengovenan sangat penting, dengan suhu oven sekitar 150-175°C dan waktu pengovenan sekitar 10 menit, sehingga Bay Tat Rika siap disajikan atau dijual.

### **Proses Pembuatan**

- a. Pengadaan Bahan: Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan Bay Tat Rika adalah tepung terigu, gula, telur, dan selai nanas atau kelapa.
- b. Pencampuran Adonan: Adonan dibuat dengan mencampurkan tepung terigu, gula, dan telur.
- c. Pengulenan Adonan: Adonan diulen hingga elastis dan siap untuk dibentuk.
- d. Pembentukan: Adonan dibentuk menjadi bentuk yang diinginkan dan diisi dengan selai nanas atau kelapa.
- e. Pengovenan: Bay Tat Rika dipanggang dalam oven hingga matang dan berwarna keemasan.
- f. Pengemasan: Bay Tat Rika dikemas dalam kotak atau plastik untuk siap dijual.

### **Kualitas dan Keamanan**

- a. Bahan Berkualitas: Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan Bay Tat Rika adalah bahan-bahan berkualitas untuk menjaga rasa dan tekstur kue.
- b. Proses Higienis: Proses pembuatan Bay Tat Rika dilakukan dengan cara higienis untuk menjaga keamanan pangan.

### **Waktu dan Biaya**

- a. Waktu Pembuatan: Waktu pembuatan Bay Tat Rika adalah sekitar 30 menit hingga 1 jam, tergantung pada jumlah produksi.
- b. Biaya Produksi: Biaya produksi Bay Tat Rika adalah sekitar Rp 10.000 hingga Rp 20.000 per kilogram, tergantung pada bahan-bahan yang digunakan.

### **Bagaimana pemasaran pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu?**

Berdasarkan hasil wawancara dari responden Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu Ibu Rika pada tanggal 27 Februari 2025 dengan jawaban Pemasaran pada Bay Tat Rika di Pematang

Gubernur Kota Bengkulu dilakukan melalui beberapa cara, yaitu memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk memasarkan produknya dan meningkatkan penjualan. selain media sosial, Bay Tat Rika juga melakukan pemasaran melalui penjualan langsung di tempat produksi dan mengikuti acara-acara kuliner di Kota Bengkulu. Jawaban yang sama oleh ibu Santi pada tanggal 27 Februari 2025 menekankan bahwa kualitas produk yang baik dan rasa yang lezat menjadi kunci utama dalam pemasaran Bay Tat Rika, sehingga pelanggan menjadi loyal dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Berikut adalah contoh pemasaran pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu:

1. Strategi Pemasaran
  - a. Media Sosial: Bay Tat Rika menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk dan meningkatkan kesadaran konsumen.
  - b. Pameran dan Event: Bay Tat Rika berpartisipasi dalam pameran dan event kuliner untuk mempromosikan produk dan meningkatkan kesadaran konsumen.
  - c. Kerjasama dengan Toko dan Kafe: Bay Tat Rika bekerja sama dengan toko dan kafe di Pematang Gubernur Kota Bengkulu untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.
  - d. Promosi Online: Bay Tat Rika menggunakan promosi online seperti diskon dan promo untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.
2. Berapa omset berbulan dan keuntungan pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu?

Omset bulanan Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu cukup impresif, dengan produksi harian mencapai 250 kotak per hari. Jika diasumsikan setiap kotak dijual seharga Rp 23.000, maka omset harian Bay Tat Rika sekitar Rp 5.250.000. Dalam sebulan, omsetnya bisa mencapai Rp 127.500.000. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi keuntungan Bay Tat Rika:

- a. Harga Jual: Harga jual kue Bay Tat Rika adalah Rp 17.000 per kotak.
- b. Biaya Produksi: Biaya produksi kue Bay Tat Rika meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead.
- c. Volume Penjualan: Volume penjualan kue Bay Tat Rika mencapai 250 kotak per hari.

Keuntungan Bay Tat Rika juga cukup signifikan. Namun, untuk mengetahui keuntungan pasti, perlu dilakukan analisis pendapatan dan biaya produksi. Berdasarkan penelitian tentang kue Bay Tat, analisis pendapatan dan keuntungan dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti harga jual, biaya produksi, dan volume penjualan. Berdasarkan kesimpulan beberapa informan, pemasaran Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu dilakukan melalui beberapa cara yaitu pemanfaatan media sosial seperti Instagram untuk memasarkan produk dan meningkatkan penjualan, penjualan langsung di tempat produksi, mengikuti acara-acara kuliner di Kota Bengkulu, serta kualitas produk yang baik dan rasa yang lezat menjadi kunci utama dalam pemasaran sehingga pelanggan menjadi loyal dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

### **Apakah faktor penghambat dan pendukung pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu?**

Berdasarkan hasil wawancara ibu Rika Selaku pemilik Kue Bay Tad menjelaskan faktor penghambat pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu adalah persaingan dengan produk sejenis yang sudah ada di pasaran, keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha, dan ketergantungan pada bahan baku yang berkualitas. Faktor pendukung pada Bay Tat Rika adalah kualitas produk yang baik dan rasa yang lezat, dukungan dari keluarga dan masyarakat sekitar, serta pemanfaatan media sosial untuk memasarkan produk dan meningkatkan penjualan.

Berikut adalah beberapa faktor penghambat dan pendukung pada Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu:

- a. Faktor Penghambat
  1. Persaingan: Bay Tat Rika menghadapi persaingan dari produk kue lainnya di Pematang Gubernur Kota Bengkulu.
  2. Biaya Produksi: Biaya produksi yang tinggi dapat mempengaruhi keuntungan Bay Tat Rika.
  3. Ketersediaan Bahan Baku: Ketersediaan bahan baku yang tidak stabil dapat mempengaruhi produksi Bay Tat Rika.
  4. Pemasaran: Pemasaran yang tidak efektif dapat mempengaruhi penjualan Bay Tat Rika.
- b. Faktor Pendukung
  1. Kualitas Produk: Bay Tat Rika memiliki kualitas produk yang baik dan konsisten.
  2. Lokasi Strategis: Lokasi Bay Tat Rika di Pematang Gubernur Kota Bengkulu sangat strategis dan mudah dijangkau.
  3. Pemasaran Online: Bay Tat Rika menggunakan pemasaran online untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.
  4. Kerjasama dengan Toko dan Kafe: Bay Tat Rika bekerja sama dengan toko dan kafe di Pematang Gubernur Kota Bengkulu untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.



## Pembahasan

Minat dan motivasi untuk memulai wirausaha toko kue Bay Tad Rika adalah kombinasi dari faktor-faktor internal dan eksternal yang mendorong seseorang untuk memulai bisnis ini. Faktor-faktor internal meliputi minat dan motivasi pribadi, sedangkan faktor-faktor eksternal meliputi pengalaman, jaringan, dan sumber daya yang tersedia. Wirausaha toko kue Bay Tad Rika memerlukan kombinasi dari minat, motivasi, dan faktor-faktor eksternal yang tepat untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis.

Motivasi berwirausaha merupakan keseluruhan daya penggerak di dalam diri seorang entrepreneur yang menimbulkan kegiatan entrepreneur yang menjamin kelangsungan dari kegiatan entrepreneur dan yang memberi arah pada kegiatan entrepreneur tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai (Venesaar, 2019). Motivasi berwirausaha adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas berwirausaha demi mencapai tujuan wirausaha (Koranti, 2019). Menurut Ratnawati & Kuswardani (2022). Bay Tat Rika memproduksi kue tradisional dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Proses produksi dilakukan secara manual dengan menggunakan peralatan yang sederhana. Kualitas produk yang baik dan konsisten membuat Bay Tat Rika menjadi pilihan konsumen. Bay Tat Rika menggunakan strategi pemasaran online untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Pemasaran online dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Bay Tat Rika juga bekerja sama dengan toko dan kafe di Pematang Gubernur Kota Bengkulu untuk meningkatkan penjualan.

Menurut Ajzen (2022) menjelaskan bahwa intensi merupakan suatu indikasi mengenai seberapa besar usaha individu yang dilakukan untuk melakukan suatu perilaku. Intensi merupakan hal yang berkaitan dengan kecenderungan individu untuk menampilkan suatu tindakan tertentu. Wijaya (2021) berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa intensi merupakan sebuah keyakinan atau tekad individu dalam melakukan aktivitas tertentu yang menghasilkan suatu keadaan yang dapat berkembang di masa depan. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa intensi merupakan niat atau kemauan individu untuk melakukan suatu usaha dengan tindakan perilaku tertentu.

Bay Tat Rika menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Persaingan dengan produk kue lainnya di Pematang Gubernur Kota Bengkulu juga menjadi tantangan. Bay Tat Rika berhasil meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran online. Kualitas produk yang baik dan konsisten membuat Bay Tat Rika menjadi pilihan konsumen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Bay Tat Rika merupakan usaha kecil dan menengah yang sukses di bidang produksi kue tradisional. Dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas dan proses produksi manual, Bay Tat Rika dapat mempertahankan kualitas produk yang baik dan konsisten. Strategi pemasaran online melalui media sosial dan kerja sama dengan toko dan kafe di Pematang Gubernur Kota Bengkulu juga efektif dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, Bay Tat Rika dapat menjadi contoh bagi usaha kecil dan menengah lainnya dalam mengembangkan bisnis di bidang kuliner tradisional.

### Saran

1. Meningkatkan Kualitas Produk
  - a. Bay Tat Rika dapat meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan bahan-bahan yang lebih berkualitas dan melakukan kontrol kualitas yang lebih ketat.
  - b. Bay Tat Rika dapat juga mengembangkan produk baru yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Meningkatkan Pemasaran Online
  - a. Bay Tat Rika dapat meningkatkan pemasaran online dengan menggunakan media sosial yang lebih efektif dan melakukan promosi yang lebih agresif.
  - b. Bay Tat Rika dapat juga menggunakan influencer marketing untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani & Nurcahyani. (2019). *Pengaruh Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada PT. Dirgantara Indonesia (Persero) Bandung) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas)*.
- Ajzen, I. (2019). *Attitudes, Personality and Behavior*. New York: Open University Press.

- Ajzen, I. (2022). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50:179-211.
- Al Mushowwiru, A. A., & Fitria, S. E. (2022). *Pengaruh Entrepreneurial Marketing terhadap Kinerja UMKM Sentra Kulit Garut Sukaregang*. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 17-29.
- Alma, Buchari. (2014). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Andi, A. (2023). *Studi Naratif: Intensi Berwirausaha pada Entrepreneur Bidang Kuliner*. Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Bosowa Makassar.
- Arief, Abdul Samad. dkk. (2019). *Metodologi Riset Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2020). *Persentase Bekerja dan Pengangguran*.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Indeks Pembangunan Manusia*. In *Badan Pusat Statistik* (Issue 73, pp. 26–27).
- Buchari Alma. (2019). *Kewirausahaan. Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfa Beta.
- Dewi Ratnawati, I. K. (2022). *Kematangan Vokasional dan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)*. *Jurnal Psikohumanika*, (III) No. 1.
- Dewi, S. K. S. (2020). *Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia*. Deepublish.
- Elnadi, Moustafa, dan Mohamed Heni Gaith. 2021. "Ekosistem Kewirausahaan, Efikasi Diri Kewirausahaan, dan Intensi Kewirausahaan dalam Pendidikan Tinggi Bukti dari Arab Saudi." *Jurnal Internasional Pendidikan Manajemen* 19(1):100458. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>.
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. 2019. *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Muhammadiyah University of Surabaya.
- Hendriyan, A. (2023). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Mahasiswa*. Skripsi, Universitas XYZ.
- Ishak, K. (2018). *Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Pengangguran Dan Inflikasi Terhadap Indeks Pembangunan Di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 7(1), 22–38.
- Kementrian Kesehatan dan Pendidikan Republik Indonesia. (2016). *Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan dan Kesehatan sebagai Bekal Lulusan yang Berkompeten*. *Jurnal Kesehatan dan Pendidikan Kewirausahaan Pada Siswa*, No: 42-59.
- Krueger, J. (2020). *Model-Model Persaingan Niat Kewirausahaan*. *Jurnal Business Venturing*, 15, 411–432.
- Parker, D. K. (2020). *Menumbuhkan Kemandirian dan Harga Diri Anak*. Jakarta: Prestasi Pustakarya.
- Rahim, A. R., & Basir, B. (2019). *Peran kewirausahaan dalam membangun ketahanan ekonomi bangsa*. *Jurnal Economic Resource*, 1(2), 130-135.
- Roosmawarni, A. (2020). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)* (Q. Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Santi, N., Hamzah, A., & Rahmawati, T. (2017). *Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha*. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 63–74.
- Sarwoko, E. (2011) *Kajian Empiris Niat Berwirausaha Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Jil. 16, No. 2, hal. 129-130.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryana. (2021). *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2019). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba empat.
- Zulkifli & Meifiani, N. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau*.