

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA ES NYIUR JAHE MAMA ICHA GAMBUT

Sahliani¹, Farida Yulianti², Apriya Santi³

¹⁾Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,NPM.18310039

²⁾Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK.069809131

³⁾Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK.061104512

Email:sahliani2908@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Strategi pemasaran pada Es Nyiur Jahe Mama Icha untuk meningkatkan minat beli konsumen dan (2) hal apa saja yang masih menghambat pelaksanaan pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen pada usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha. Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa penelitian kepustakaan, observasi, wawancara dan dokumentasi. penulis melakukan dengan wawancara kepada Ibu Mariatul Qibtiyah selaku pimpinan dan pemilik dari usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, (1) Strategi dalam meningkatkan minat beli konsumen pada usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha yaitu dengan strategi segmentasi, targeting, positioning dan khususnya dengan bauran pemasaran sudah diterapkan cukup baik walau belum sepenuhnya dilakukan, (2) Meningkatkan minat beli konsumen pada Es Nyiur Jahe Mama Icha, sebaiknya perusahaan lebih baik dan terencana lagi dalam melakukan kegiatan promosi yang dilakukan berkala dan terus menerus dan juga bisa memperluas pasar penjualan dengan cara salah satunya yaitu membuka cabang di daerah lain (3) Hal yang menjadi penghambat pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen pada Es Nyiur Jahe Mama Icha yaitu masih minimnya modal untuk lebih memperluas usaha, masih kurang tau cara memperbesar bisnis, kurang dalam menginovasi promosi dan produk, dan belum memaksimalkan 100 persen pemasaran online.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

This study plans to decide : (1) the promoting system for Mother Icha's Ice Nyiur Ginger to increment purchaser purchasing revenue and (2) what things are as yet upsetting the execution of advertising to increment buyer purchasing interest in Mom Icha's Ice Nyiur Ginger exchanging business. This sort of examination is engaging subjective exploration. Information assortment procedures in this concentrate as library research, perception, meetings and documentation. The creator directed a meeting with Mrs. Mariatul Qibtiyah as the pioneer and proprietor of the Mom Icha Ice Nyiur Ginger exchanging business.

In light of the consequences of the examination that has been completed, (1) The technique in expanding purchaser purchasing revenue in the Es Nyiur Jahe Mother Icha exchanging business, to be specific the division, focusing on, situating system and specifically the advertising blend has been executed very well despite the fact that it has not been completely carried out, (2) Expanding Shoppers purchasing revenue in Es Nyiur Jahe Mom Icha, the organization ought to be better and more arranged in doing limited time exercises that are done routinely and persistently and can likewise grow the deals market by one of them is opening branches in different regions (3) Things that become hindrances showcasing to increment customer purchasing revenue in Es Nyiur Jahe Mom Icha, in particular the absence of money to additionally extend the business, still not knowing how to develop the business, ailing in enhancing advancements and items, and not boosting 100% of web based promoting.

Keywords: Marketing Strategy, Consumer Buying Interest.

PENDAHULUAN

Keadaan perkembangan usaha di zaman sekarang sangatlah pesat dan cepat. Setiap usaha memiliki banyak tantangan baru untuk bertahan di persaingan usaha seperti sekarang, karena banyak usaha besar maupun Usaha Dagang dan sejenisnya yang bermunculan namun sangat disayangkan kenyataannya banyak pula juga yang tidak bisa bertahan karena keras dan pesatnya persaingan usaha sekarang. Salah satu contohnya usaha yang akan penulis teliti yaitu Usaha Dagang yang berkecimpung di dunia bisnis usaha kuliner yaitu Es Nyiur Jahe Mama Icha, usaha ini yaitu usaha yang fokus penjualannya yaitu produk makanan dan minuman yaitu produknya yaitu minuman Es Nyiur yang bahan dasarnya Es kelapa muda dari batok kelapanya langsung.

Usaha Dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha ini berdiri sudah lama dan bisa bertahan sampai hingga sekarang. Bertahan dan eksistensinya usaha Es Nyiur Jahe Mama Icha ini pastilah salah satu andil yang sangat besar yaitu dari strategi pemasaran yang diterapkan dalam menjalankan usaha ini, kalau tidak dikelola dengan baik dan tepat besar kemungkinan tidak bisa bertahan selama ini. Jadi Es Nyiur Jahe Mama Icha salah yakni salah satu usaha yang bisa dibilang tradisional atau ketinggalan dari jenis produk yang dijual jaman sekarang karena bukan menjual produk seperti minuman-minuman kekinian seperti yang banyak bermunculan sekarang ini, karena para usaha zaman sekarang pastilah banyak yang memilih membangun usaha minuman atau makanan kekinian yang lagi viral atau ramai dipasaran. dan akan lebih mudah pemasaran yang dilakukan para pelaku usaha yang lebih baru dan kekinian untuk menemukan minat beli para konsumen karena sesuai dengan

jamannya. Namun itulah tantangan sebenarnya untuk usaha sejenis seperti usaha Es Nyiur Jahe Mama Icha bagaimana penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk menemukan perhatian dan minat para konsumen terhadap produknya yang bukan produk kekinian seperti yang sekarang ini menemukan kekuatan dan eksistensi lebih dimata para konsumen.

Dan kenyataan umum dan universal saat ini dunia bisnis kuliner sangat berkembang pesat, ini terbukti dengan banyak nya jenis produk makanan dan minuman yang ditawarkan di tengah-tengah masyarakat. Dan dalam perekonomian saat ini, bisnis kuliner salah satu yang memainkan peran yang sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian, sebab bisnis membawa signal yang memberikan tanda apa yang sekarang dikehendaki masyarakat. Apalagi di jaman sekarang di bisnis kuliner varian jenis makanan dan minuman sangatlah beragam dari rasa, jenis, tampilan sampai dengan asal daerah/negara makanan tersebut.

Saat ini pertumbuhan sektor usaha terutama pada bisnis kuliner yang semakin maraknya bermunculan saat ini, yang berarti bertambahnya jumlah pesaing yang dapat menyebabkan kegagalan usaha membuat para pengusaha kuliner yang dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda sehingga para pengusaha kuliner harus memiliki keunggulan dan ciri khas untuk bersaing dengan para pesaingnya, agar usaha kita tetap eksis dan mengikuti perkembangan zaman sekarang, agar para pelanggannya tidak beralih kepada pesaing lain. Meningkatnya persaingan dalam bidang kuliner menyebabkan para pengusaha makanan berusaha selalu memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik kepada para

konsumennya.

Jadi yaitu hal yang menjadi fokus Usaha Dagang harus optimis dan memikirkan dengan matang bagaimana mempertahankan usaha yang dijalankan agar tetap bisa bertahan dan berkembang agar usaha kita bukan menjadi usaha yang hanya musiman saja yang diminati konsumen pada waktu yang sesaat. Karena banyak Usaha Dagang dan usaha sejenisnya yang hanya berpikir jangka pendek saja yang tidak memiliki strategi pemasaran yang berkelanjutan untuk kemajuan dan keberlangsungan usahanya kedepan, hanya modal ikut-ikutan trend, yang berakibat fatal karena besar kemungkinan usaha yang didasari seperti itu tidak akan bisa bertahan dengan persaingan yang ada dilapangan.

Dalam hal ini yakni mengenai strategi pemasaran yang telah dipakai dan diterapkan oleh Es Nyiur Jahe Mama Icha antara lain : pemilihan lokasi yang sangat strategis yang mudah dijangkau masyarakat, dan dari segi pelayanan diberikan pelayanan terbaik, dan dari segi varian rasa dan jenis makanan yang begitu beragam dan yang paling menjadi andalan yaitu kualitas dari produk yang dijual selalu dijaga.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variable lain. Jenis penelitian deskriptif yaitu jenis penelitian yang dilakukan dengan melakukan kegiatan di lapangan tertentu guna memperoleh data-data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian. Maka dalam pengumpulan data dan informasi yang bersumber dari lapangan dan akan dianalisis yang

bereknaan dengan seputar permasalahan yang berkaitan dengan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut : Observasi, Wawancara dan Dokumentasi

HASIL PENELITIAN

A. Analisis Deskriptif

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Mariatul Qibtiyah Usaha D Es Nyiur Jahe Mama Icha Gambut pada tanggal 30 Maret 2022 pada pukul 14.00 sampai dengan selesai. Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha yaitu dengan strategi pemilihan atau perumusan pasar yang dituju memakai segmentasi, targetting dan positioning. Selain itu, dengan mengembangkan marketing mix 4P yang bertujuan untuk menarik minat beli konsumen dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Untuk lebih jelas lagi mengenai strategi pemasaran yang diterapkan warung Es Nyiur Jahe Mama Icha Gambut dapat diuraikan sebagai berikut :

Pada tahap ini, analisa pasar akan di mulai dari menentukan segmentasi pasar, mengidentifikasi target pasar yang di tuju oleh perusahaan, dan mengidentifikasi posisi perusahaan berada diposisi mana dibandingkan para pesaingnya.

Analisa Segmentasi, Targeting, dan Positioning pada Es Nyiur Jahe Mama Icha yaitu sebagai berikut :

- a. Segmenting Consumer Markets
- 1) Segmentasi Berdasarkan Geografis atau Wilayah

Usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha dalam segmentasi

geografisnya memiliki fokus di wilayah Gambut Kabupaten Banjar dan sekitarnya saja karena pemasaran dipasarkan secara langsung jadi lebih mudah. Namun walau wilayah pemasarannya hanya daerah Gambut dan sekitarnya namun para konsumen usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha banyak juga dari wilayah lain dari dalam kota hingga luar kota bahkan pernah sampai konsumen maca Negara. Karena banyak yang berminat dan penasaran dengan Es Nyiur Jahe Mama Icha. Dari segi wilayah memang sangat mendukung dari segi suasana dan letak nya sangat strategis mudah dijangkau para konsumen. Karena terletak di pinggir jalan utama yaitu Jalan Ahmad Yani.

- 2) Segmentasi Berdasarkan Demografis
Segmentasi demografis ini membagi pasar berdasarkan variabel-variabel demografis yaitu usia, jenis kelamin, status perkawinan, ukuran keluarga, pendapatan, agama, suku, ras, pekerjaan dan sebagainya. Dari hasil wawancara usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha mencakup semua variabel dari segmentasi berdasarkan demografis karena es nyiur yakni minuman yang bisa dan aman dikonsumsi semua orang dan kalangan dari anak-anak sampai lansia tidak terkecuali.
- 3) Segmentasi Berdasarkan Psikografis
Dalam segmentasi ini pembeli dibagi menjadi berbagai kelompok berdasarkan sifat psikologis atau kepribadian, gaya hidup, sikap minat, dan nilai. Es Nyiur Jahe Mama Icha membidik semua kalangan baik kalangan atas maupun bawah, tetapi kebanyakan kalangan menengah keatas karena harga yang ditawarkan lumayan mahal dibandingkan harga pasaran es kelapa muda pinggir jalan lainnya, namun memang sesuai

dengan kualitas dan kuantitas yang didapatkan.

- b. Segmenting Business Markets
Penentuan segmentasi business markets / pangsa pasar sangat luas karena tidak ada batasan bertujuan untuk semua kalangan masyarakat Gambut Kabupaten Banjar dan sekitarnya.

- c. Segmenting Internasional Markets
Usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha belum mempunyai segmen pasar internasional untuk saat ini hanya saja untuk konsumen internasional memang sudah pernah ada beberapa kali namun untuk melakukan segmen pasar internasional belum ada.

- d. *Market Targeting*
Dari analisis segmentasi yang telah dilakukan, dapat diketahui maka target pasar yang dituju oleh usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha yaitu semua kalangan baik kalangan bawah, menengah maupun atas, tidak terpengaruh usia kalangan anak muda maupun tua. Menu yang paling diminati yaitu es nyiur jahe gula habang. Namun banyak juga konsumen yang memilih varian lain karena varian rasa yang ditawarkan cukup banyak oleh warung Es Nyiur Jahe Mama Icha Gambut, rasa yang disuguhkan enak, segar dan pastinya berbahan baku yang segar.

- e. *Positioning*
Usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha ini menanamkan produknya di benak para konsumen maka makanan dan minuman yang dihasilkan yaitu yang berkualitas baik, dan juga tampilan yang disajikan dibuat semenarik mungkin yang membuat para konsumen tertarik mau membeli. Bahan juga Es Nyiur Jahe Mama Icha berani menjamin bebas dari bahan pengawet dan pemanis buatan sehingga sangat aman dikonsumsi untuk siapa saja.

B. Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Berikut yaitu hasil wawancara

terhadap Ibu Mariatul Qibtiyah Pemilik sekaligus yakni pimpinan dari usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha sebagai narasumber penelitian mengenai fokus dan strategi perusahaan melalui bauran pemasaran (Marketing Mix), yaitu yaitu sebagai berikut :

1. *Product* (Produk)

Usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha Gambut yaitu suatu usaha yang menyediakan minuman khususnya es nyiur atau es kelapa muda berbagai varian rasa dan juga minuman serta cemilan ringan lainnya, yang ditawarkan kepada para konsumen, varian rasa yang ditawarkan begitu banyak pilihannya bertujuan untuk menemukan perhatian, kebutuhan serta kepuasan para konsumen yang memiliki selera yang berbagai macam dan berbeda-beda.

Strategi produk yang dilakukan usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha Gambut sangat menyadari maka strategi pengembangan produk sangatlah penting dan menjadi fokus khusus. Dengan berbagai cara yang dilakukan agar produk kita tidak mengecewakan para konsumen dengan menjaga dan mempertahankan cita rasa, tampilan penyajian, kebersihan penyajian, dan selalu menyajikan cita rasa yang khas dan unik yang menjadi ciri khas produk kita agar tidak mudah dilupakan para konsumen dengan kepuasan konsumen pasti akan timbal balik baik kepada usaha kita. Khususnya yang menjadi hal yang paling dijaga oleh ibu Mariatul Qibtiyah Selaku pemilik usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha beliau sangat menjaga cita rasa produk yang beliau suguhkan kepada para konsumen, beliau menjamin maka produk beliau selalu fresh dan bebas dari sarimanis/ pemanis buatan yang membahayakan konsumen.

2. *Price* (Harga)

Usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha sudah memiliki harga yang sudah terperinci yang ditetapkan oleh

pemilik dan dilampirkan secara langsung di buku menu yang tersedia, untuk harga yang ditawarkan Es Nyiur Jahe Mama Icha sudah sesuai dengan produk yang akan didapat oleh konsumen dari segi rasa kualitas, dan penyajian. Harga yang ditawarkan Es Nyiur Jahe Mama Icha terbilang cukup mahal dibandingkan dengan para pesaing es kelapa muda lainnya seperti yang dipinggir jalan yang memakai gerobakan, namun ada alasan dan sebab harga yang ditawarkan lebih mahal karena produk yang didapat juga berbeda dari segi rasa, kualitas, sampai dengan penyajiannya. Karena rasa, kualitas dan penyajian yang didapat yaitu satu butir full es kelapa muda dan ditambah dengan rasa yang memiliki banyak pilihan dan tempatnya nyaman yang mendukung konsumen untuk menikmatinya. Jadi terbilang sangat sesuai harga dan produk yang didapatkan. Dari harga, kualitas dan penyajian yang berbeda dan unik dari yang lain inilah yang menjadi ciri khas sehingga menarik minat beli konsumen untuk membeli.

3. *Place* (Tempat)

Tempat yakni suatu wadah yang mana dipakai sebagai tempat untuk memasarkan suatu produk. Tempat berperan sangat penting dalam marketing mix agar suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan maksimal yang memberi dampak produk yang ditawarkan dapat dengan mudah didapatkan oleh para konsumen yang membutuhkan dan dengan fasilitas tempat yang mudah dijangkau untuk menunjang kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Lokasi dari usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha bisa disebut sangat strategis untuk lokasinya, karena terletak tepat di pinggir jalan utama Ahmad Yani dan memiliki lahan parkir yang cukup luas dan tempatnya sejuk dibawah pepohonan yang sangat mudah dijangkau oleh semua kalangan masyarakat, dengan kelebihan

dari segi tempat yang dimiliki Es Nyiur Jahe Mama Icha berpengaruh kepada penghasilan dengan strategi lokasi ini penghasilan menjadi lebih bagus. Lokasi dari warung Es Nyiur Jahe Mama Icha terletak di Jalan Ahmad Yani KM 12,600, Gambut, Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan.

4. *Promosi* (Promotion)

Promosi yakni salah satu hal yang sangat penting bagi sebuah usaha karena melalui promosi inilah perusahaan memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas. Agar produk yang kita produksi dan jual diketahui oleh masyarakat yang bertujuan untuk menemukan perhatian, ketertarikan para masyarakat untuk membeli produk kita.

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha, pemasaran hasil produksi yang dilakukan oleh Es Nyiur Jahe Mama Icha yaitu dengan memakai benner atau spanduk yang dipasang didepan warung langsung, dan juga promosi yang dilakukan yaitu promosi dari mulut kemulut dari pemilik dan para pelanggan yang datang, dan juga ibu Mariatul Qibtiyah selaku pemilik beliau sangatlah ramah dan baik kepada pelanggan dan sering sekali beliau memberikan bonus gratis gorengan kepada para pelanggan beliau yang beliau lakukan yakni salah satu cara untuk menjalin hubungan baik dengan para pelanggan, karena beliau percaya dengan kita baik dan ramah kepada pelanggan kabar pelayanan baik yang diterima para pelanggan akan mudah tersebar dari para pelanggan itu sendiri jadi promosi melalui dari mulut kemulut yakni promosi andalan bagi beliau, dan juga Es Nyiur Jahe Mama Icha juga melakukan promosi melalui media sosial karena sudah sangat banyak tersedia artikel-artikel mengenai informasi penting dari Es Nyiur Jahe Mama Icha dari informasi alamat, menu, harga, sampai dengan kisah dari usaha Es Nyiur Jahe

Mama Icha. Jadi para konsumen sudah sangat mudah menemukan informasi mengenai warung Es Nyiur Jahe Mama Icha. Dengan cara promosi-promosi yang sudah dilakukan tersebut menemukan hasil yang cukup memuaskan dan sudah mendukung perkembangan usaha Es Nyiur Jahe Mama Icha.

Ada beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha yaitu sebagai berikut :

(1) Periklanan (Advertising)

Es Nyiur Jahe Mama Icha memakai spanduk di depan tempat produksi dan penjualan guna untuk memperkenalkan produk yang dijual agar para konsumen yang lewat bisa lebih mudah mengenali apa yang dijual dan ditawarkan, dan juga Es Nyiur Jahe Mama Icha juga terdaftar di googlemaps jadi para pelanggan dengan mudah mencari alamat dengan memakai aplikasi yang tersedia. Dan untuk menu dan harga beserta ulasan dari para konsumen juga ada tersedia di beberapa artikel kuliner.

(2) Penjualan personal (personal selling)

Usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha tidak memakai sales dalam proses promosi. Pelanggan langsung datang ke tempat dan dilayani langsung oleh para pelayan.

(3) Pemasaran langsung

Usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha melakukan komunikasi langsung kepada para pelanggan mereka yang bertujuan untuk menemukan kepuasan dan tanggapan baik dari para konsumen agar bisa menjalin hubungan baik dengan para pelanggan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Strategi untuk meningkatkan minat beli konsumen pada usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha yaitu sebagai

berikut :

1. Kenalilah Pelanggan Anda

Berpedomana maka pelanggan yaitu raja. Istilah tersebut memang sangat benar karena apabila sang raja senang dilayani dengan baik dan ramah, maka dia akan bahagia, dan apabila sebaliknya apabila dilayani dengan buruk dan tidak sopan dia akan marah dan kecewa. Seperti itulah juga sikap kita sebagai pengusaha harus lah mengenali dan memahami dengan baik apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen kita bagaimana pun kita harus bisa memuaskan dan memenuhi permintaan dari konsumen kita. Dengan cara inilah yakni salah satu strategi usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha untuk menarik minat beli konsumen, Karena minat beli pelangganlah yang kita cari agar usaha kita bisa berkembang dan berhasil. Dan dari situlah kita akan menemukan kelayakan pelanggan pada kita.

2. Menjalin hubungan dengan pelanggan

Sangatlah penting juga namanya menjalin hubungan dengan pelanggan kita usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha sangat menjaga hubungan baik dengan para pelanggan mereka, sesekali pemilik yaitu ibu Mariatul Qibtiyah beliau dengan ramah dan hangat selalu menyapa para pelanggan yang datang sampai ada beberapa pelanggan langganan yang sangat akrab berbincang dengan beliau, karena beliau percaya apabila kita menjaga hubungan baik kepada pelanggan kita pasti akan berdampak baik untuk usaha kita. Contoh di era teknologi seperti sekarang para pelanggan pastilah akan berhubungan dengan para pelanggan lain mereka pasti akan bertukar informasi dengan mudah tersebar, bahkan ada yang sampai menyebarkan informasi melalui situs publik. Jadi apabila ulasan dari pelanggan yang kita jaga hubungan baik dengan mereka pasti mereka akan memberi ulasan yang baik pula jadi dari ulasan dari para pelanggan kita bisa

memberikan dampak kepada minat beli konsumen yang yakni calon pelanggan kita.

Faktor penghambat pelaksanaan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen pada usaha dagang Es Nyiur Jahe Mama Icha yaitu sebagai berikut :

- 1) Masih kurangnya pembaharuan atau update promosi di media online karena masih saja mengandalkan promosi yang terdahulu yang sudah tersedia jadi mengani informasi terbaru masih belum dilakukan. Karena di media sosial memang sudah banyak informasi mengenai harga, lokasi, dan lain-lain. Namun masih kurangnya promosi online yang dilakukan berkala dan promosi seperti zaman sekarang agar promosi online bisa lebih maksimal.
- 2) Masih belum berani memperluas pemasaran dengan membuka cabang di tempat atau daerah lain, masih mau fokus dengan satu tempat saja.

PENUTUP

1. Strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh Es Nyiur Jahe Mama Icha sudah cukup baik untuk menghadapi persaingan dalam menarik minat beli konsumen namun masih kurang maksimal yaitu sebagai berikut :
 - (1) Pelayanan yang sangat ramah dan baik terhadap konsumen yang datang ke Es Nyiur Jahe Mama Icha.
 - (2) Mempertahankan kualitas dan cita rasa makanan yang selalu dijaga agar tidak berubah dari dulu sampai sekarang yang dijual di Es Nyiur Jahe Mama Icha.
 - (3) Promosi yang sangat menonjol yang dilakukan dengan cara tradisional yaitu dengan mengandalkan benner atau dari mulut kemulut.

2. Menjaga dengan baik hubungan dengan para pelanggan yang berpedoman maka pelanggan itu yaitu raja.

Untuk permasalahan mengenai cara mengatasi faktor penghambatnya yaitu sebagai berikut :

Mengenai permasalahan dan hambatan yang dihadapi Es Nyiur Jahe Mama Icha memang ada beberapa faktor namun yang ada salah satu yang sangat menonjol yang mempengaruhi kegiatan jual beli untuk menarik minat beli konsumen yaitu masih kurangnya promosi yang serius dan terencana dalam pemasaran yang dilakukan Es Nyiur Jahe Mama Icha karena masih bergantung pada promosi-promosi yang terdahulu tidak di update secara berkala yaitu untuk promosi yang baik yaitu promosi yang terus menerus dan selalu update, belum adanya cabang ditempat lain hanya ada satu untuk memperluas pemasaran dan hambatan yang juga berpengaruh yaitu cuaca dan musim sangat mempengaruhi tingkat minat beli konsumen mengalami kenaikan dan penurunan karena saat musim hujan para konsumen pasti akan berkurang minat belinya karena es kelapa muda pas dikonsumsi pada saat cuaca dan musim panas, dan juga cuaca dan musim mempengaruhi stock kelapa muda karena sering terjadi kelangkaan kelapa muda pada cuaca dan musim panas karena banyaknya permintaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albito, Anggi, 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.
- Assauri, S., 2015. Manajemen Pemasaran, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, 2019. *Analisis Kualitas Layanan Sistem Manajemen Apartur Responsif Terpadu Memakai Metode Servqual*. Universitas Muhammadiyah Riau.
- Bahri, Syaiful. 2016. *Pengantar Akuntansi Berdasarkan SAK ETAP dan IFRS*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Dayat M. 2019. Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. Jurnal Mu'allim, 1(2), 299-218.
- Ernawati, Dewi dan Widyawati, Dini. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Leverage. Dan. Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu & Riset. Akuntansi Vol.1.
- Fitria, S.E, 2018. *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Indihome, e-proceeding of Management, 5(3), 3245-3252*
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. 2014. *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Purnomo, E., & Wahyudi, A. B. (2020). Nilai Pendidikan Karakter dalam Ungkapan Hikmah di SD se-Karesidenan Surakarta dan Pemanfaatannya di Masa Pandemi. QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama, volume 12(2)
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran,. Makasar:CV Sah Media.

- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Satriadi, & dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sri Mulyani. 2016. Metode Analisis dan Perancangan Sistem. Bandung: Abdi SisteMatika.
- Sri Handayani. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Jurnal Non Eksakta* (Volume 4 Nomor 1).
- Stanton, William J. 2012. Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Stephanie & K. Marrus. 2014. Desain Penelitian Manajemen Strategik. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,. Kualitattif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D, penerbit. Alfabeta,Bandung.
- Suharno dan Sutarso, 2014. *Marketing In Practice*. Cetakan Pertama, Yogyakarta : Yogyakarta Graha Ilmu.
- Talumewo, dkk, 2016. Strategi Pasar Sebagai Pemediasi Antara Lingkungan Pemasaran Dengan Kinerja Pemasaran pada PT. BPR Prisma Dana Amurang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi.