

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA PONDOK CIK ROZA KELURAHAN THE HOK

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ilmu Manajemen Keuangan Syariah
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Oleh :

MAYANG ANGGRAINI
NIM. 504180039

**PRODI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I
2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mayang Anggraini
Nim : 504180039
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul **“ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA PONDOK CIK ROZA KELURAHAN THEHOK”** adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jambi, 29 maret 2022

Pembuat pernyataan,



Mayang Anggraini

NIM.504180039

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Jambi, 29 Maret 2022

Pembimbing I : Dr. Novi Mubyarto, S.E., M.E

Pembimbing II : Efni Anita, S.E., M.E.Sy

Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi

Jalan Arif Rahman Hakim Nomor 1

Telanaipura Jambi 36122

Website: <https://febi.uinjambi.ac.id>

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Di-

Jambi

NOTA DINAS


Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Mayang Anggraini NIM. 504180039 yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA PONDOK CIK ROZA KELURAHAN THEHOK”** telah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam Manajemen Keuangan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultha Thaha Saifuddin Jambi.

Demikianlah, persetujuan pembimbing ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dosen Pembimbing I



Dr. Novi Mubyarto, S.E., M.E

NIP.197903092003121001

Dosen Pembimbing II



Efni Anita, S.E., M.E.Sy

NIP. 198607172015032004

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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 Website: febi-iainstsjambi.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-65/D.V/PP.00.9052022

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok Cik Roza Kelurahan Thehok” yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Mayang Anggraini

NIM : 504180039

Tanggal ujian skripsi : 21 April 2022

Nilai munaqasyah : 81,71

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu(S.1) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Munaqasyah/Tim Penguji
Ketua Sidang

Dr. A. A. Miftah, M.Ag
NIP. 19731125/199603 1 001

Penguji I

Dr. A. Tarmizi, M.H.I
NIP. 19591210 198703 1 003

Penguji II

Muhammad Subhan, S.Ag., M.E
NIP. 19741120 201411 1 001

Pembimbing I

Dr. Novi Mubvarto, S.E., M.E
NIP. 19790309 200312 1 001

Pembimbing II

Efni Anita, S.E., M.E.Sy
NIP. 19860717 201503 2 004

Sekretaris Sidang

Beid Fitrianova Andriani, S.T., M.E
NIP. 2008091101

Jambi, 11 Mei 2022
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Dekan

Dr. A. A. Miftah, M.Ag
NIP. 19731125 199603 1 001

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

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : “Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak – banyak agar kamu beruntung.”

(QS. Al-JUMU’AH:10)¹

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

¹ Qs. Al-Jumu’ah Ayat 10, N.D.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas segala nikmat yang telah diberikan baik kesehatan jasmani maupun rohani. Shalawat beserta salam juga dipanjatkan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman zahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi dan segala perjuangan saya hingga di titik ini saya persembahkan kepada orang yang sangat saya sayangi dan saya cintai kedua orang tua saya, Bapak Erwansyah dan Ibu Robiyem. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, Bapak dan Ibu membuka lengannya untuk berdoa. Ketika yang lain menutup telinga mereka untuk saya, merea berdua membuka hati untuk saya. Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna untuk saya. Teruntuk kelima adik-adik kakak, Firmansyah, Sadam Faat Saynahum, Adinda Khusnul Khotimah, Annisa Humairah dan Nayla Adzakiyyah yang selalu menjadi penyemangat dan tak henti mengingatkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga kalian sehat selalu, diberikan kelancaran dan kebarokahan atas segala urusannya.

Teruntuk Ibu Rio Rozalia, terima kasih telah memberikan ilmunya, dukungan dan mengizinkan saya meneliti di Pondok Cik Roza. Teruntuk Kakak Shella Fazilla, terimakasih telah memberikan masukan dan dukungan yang sangat saya butuhkan pada saat saya mengerjakan skripsi ini, sehingga skripsi ini bisa saya selesaikan.

Tak lupa saya ucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada bapak Dr. Novi Mubyarto, S.E.,M.E selaku pembimbing I dan Ibu Efni Anita, S.E., M.E.Sy selaku dosen pembimbing II yang tulus dan sabar membimbing ananda dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada sahabat seperjuangan yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu, terimakasih telah membantu, menghibur dan mensupport saya selama menyelesaikan skripsi ini. semoga apa yang telah dilakukan menjadi amal ibadah yang berlipat ganda dan mendapat pahala disisi Allah SWT serta karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin...

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok Cik Roza Kelurahan Thehok. Sumber data yang digunakan didalam penelitian ini adalah data primer melalui informasi langsung dari orang yang diteliti, dan data sekunder melalui dokumentasi, wawancara dan kepustakaan. Sedangkan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing mix yang digunakan di Pondok Cik Roza adalah 7p yaitu memasarkan *product* yang memiliki ciri khas dengan *price* yang terjangkau, memiliki *place* yang cukup strategis, melakukan *promotion* melalui media online ataupun offline. Memiliki *people* yang cukup memadai, melakukan *process* yang baik dan tepat serta menerapkan *physical evidence* yang mendukung dalam usaha Pondok Cik Roza. Adapun strategi marketing mix yang kurang berjalan dengan baik yaitu *product* yang ditawarkan sering kali terjadi kekosongan, *promotion* yang dilakukan masih kurang maksimal serta *physical evidence* yang masih memiliki banyak kekurangan seperti tidak memiliki lahan parkir yang memadai, tempat yang digunakan masih sempit dan lain-lain. Hal inilah yang membuat omzet penjualan Pondok Cik Roza tidak mengalami peningkatan secara signifikan. Namun pihak owner dari Pondok Cik Roza tetap optimis bahwa usahanya akan berjalan dengan lancar sambil diiringi dengan melakukan perbaikan atas strategi marketing mix yang belum maksimal.

Kata kunci : Strategi Marketing Mix, Omzet Penjualan, Pondok Cik Roza

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil'alamin atas berkat dan rahmat Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat dan karunia-Nya serta kekuatan lahir dan batin kepada penulis. Sholawat beserta salam mudah-mudahan selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Beserta para keluarga, sahabat, dan umatnya yang selalu berusaha dan berupaya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Analisis Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok Cik Roza Kelurahan Thehok**”

Kemudian dalam penyelesaian skripsi ini, penulis akui tidak sedikit hambatan dan rintangan yang penulis temui baik dalam mengumpulkan data maupun dalam penyusunannya. Dan berkat adanya bantuan dari berbagai pihak. Terutama bantuan dan bimbingan yang diberikan pembimbing yaitu Bapak Dr. Novi Mubiyarto, S.E.,M.EI dan Ibu Efni Anita, SE., M.E.Sy, selaku pembimbing I dan II maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, hal yang pantas penulis ucapkan adalah kata terimakasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama sekali kepada yang terhormat.

1. Bapak prof. Dr. H. Suaidi Asy'ari, MA., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Dr. A.A. Miftah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Ibu Rafidah, S.E., M.E.I selaku wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Ibu Titin Agustin N, S.Si., M.Si., Ph.D selaku wakil Dekan II Bidang administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
5. Bapak Dr. Sucipto, M.A selaku wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Ibu Efni Anita, SE., M.E.Sy dan Bapak Ahmad Syahrizal, M.E selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
7. Bapak Dr. Novi Mubiyarto,S.E., M.E selaku Pembimbing I dan Ibu Efni Anita SE., M.E.Sy selaku Pembimbing II, terimakasih atas arahan dan bimbingannya semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikannya.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta Asisten Dosen yang telah memberikan materi pendidikan yang berharga selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

9. Seluruh karyawan dan karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulth Thaha Saifuddin Jambi yang telah memberikan pelayanan dalam masa perkuliahan sampai selesai.
10. Kedua orang tua Bapak Erwansyah dan Ibu Robiyem yang memberikan dorongan, doa, semangat dan limpahan kasih sayang.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini.

Terimakasih sepenuhnya atas jasa yang telah kalian berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar dan semoga amal kebaikan kalian semua dinilai oleh Allah Subhanallahu Wata'ala

Disamping itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu, apabila terdapat kesalahan mohon di maafkan sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun supaya bisa menjadi catatan untuk kedepan yang lebih baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penelitian selanjutnya.

Jambi, 29 Maret 2022

Peneliti,

Mayang Anggraini

NIM. 504180039

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI RELEVAN	
A. Kajian Pustaka	12
1. Strategi Pemasaran	12
a) Definisi Strategi Pemasaran	12
b) Konsep Strategi Pemasaran	13
c) Lingkungan Pemasaran	16
d) Konsep Pemasaran Perspektif Islam	17
e) Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	20
2. Penjualan	22
a) Pengertian Penjualan	22
b) Tujuan Penjualan	24
c) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

B. Studi Relevan	25
------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek penelitian	31
B. Metode penelitian	31
C. Jenis dan sumber data	32
D. Metode analisis data	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian	37
B. Hasil Penelitian	40
C. Pembahasan Hasil Penelitian	59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Implikasi	76
C. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

CURICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Omzet Penjualan Tahun 2017 – 2021	6
Tabel 1.2 Data Jumlah Konsumen Tahun 2021	8
Tabel 1.3 Data Gaji Karyawan Perbulan	8
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	25
Tabel 4.1 Profil Usaha	38
Tabel 4.2 Ciri – Ciri Usaha Mikro	39
Tabel 4.3 Daftar Harga Produk	63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi ekonomi merupakan siklus ekonomi dan perdagangan yang dapat dilakukan diseluruh dunia tanpa adanya hambatan serta batasan teritorial negara. Globalisasi ini memiliki hubungan yang begitu erat dengan perdagangan bebas. Dengan adanya era globalisasi seperti saat ini yang berkembang sangat luas, setiap produsen dapat dengan bebas memasarkan suatu produk dengan calon konsumennya masing-masing². Pemasaran Global adalah siklus pemasaran yang dilakukan oleh manajer pemasaran untuk mendistribusikan barang dan jasa keseluruh panca Asia dengan tujuan dapat meningkatkan penjualannya. Fungsi pemasaran global umumnya sama dengan pemasaran dalam negeri yakni melakukan penelitian pemasaran dan menganalisis permintaan. Namun yang menjadi pembedanya adalah tugas dari manajer pemasaran luar negeri dan manajer pemasaran dalam negeri. Untuk manajer luar negeri (global) tantangan yang dihadapinya adalah membuat sebuah planning atau rancangan mengenai program pemasaran yang optimal untuk masing-masing pasar luar negeri lainnya³.

Pemasaran terjadi apabila terdapat kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands) dari suatu barang atau jasa. Tujuan dari pemasaran adalah mencari konsumen baru dengan membuat suatu barang yang diinginkan para konsumen, memiliki nilai kegunaan yang tinggi, memberikan harga yang sesuai, memasarkan barang dengan mudah, mempromosikan suatu barang secara aktif serta mempertahankan konsumen (pelanggan) yang sudah ada dengan memegang prinsip terhadap loyalitas pelanggan⁴.

Dalam pandangan islam, kegiatan pemasaran dapat dilakukan apabila dihandasi dengan niat untuk beribadah kepada Allah SWT. serta diiringi dengan

² Made Resta Handika And Gede Sri Darma, "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Volume 15, No. 2 (April 2018): Hlm.194.

³ Anang Firmansyah And Didin Fatihudin, *Globalisasi Pemasaran (Marketing Globalization)*, Cet.1 (Yogyakarta: Deepublish, 2017), Hlm.69-70.

⁴ Mutia Arafah, Erni Alfisah, And Abdul Kadir, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Waroeng Pondok Bahari Banjarmasin Abstrak," *N.D.*, Hal.2.

usaha secara optimal dengan tujuan kesejahteraan bersama bukan untuk kebutuhan perorangan ataupun golongan. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk melakukan pemasaran dengan tujuan menjalin tali silaturahmi antara penjual dan pembeli, sebagaimana yang terdapat pada Hadist riwayat Muslim, Abu Dawud dan Ahmad yang berbunyi :

“Barang siapa yang ingin dilapangkan rezekinya atau dipanjangkan umurnya maka bersilaturahmiilah.”(HR. Muslim, Abu Dawud, dan Ahmad).

Dari pernyataan hadist diatas dapat kita simpulkan bahwa umat Islam dianjurkan untuk mencari rezeki yang halal serta menjalin tali silaturahmi. Allah SWT akan senantiasa memberikan rezeki terhadap hamba-Nya apabila menjalin tali silaturahmi antarsesama. Dalam Islam untuk melakukan transaksi jual beli, dianjurkan untuk saling bertemu dengan tujuan bisa menjalin tali silaturahmi antara produsen dan konsumen. Dengan begitu, mereka senantiasa telah berperan untuk saling membantu serta bekerja sama baik secara sukarela maupun adanya imbalan⁵.

Pada bulan maret 2019, siklus pertumbuhan ekonomi secara global mengalami krisis perekonomian termasuk Indonesia. Hal ini disebabkan karena adanya wabah yang disebut dengan Coronavirus Disease. Coronavirus merupakan kategori virus yang sangat berbahaya, mulai dari gejala-gejala ringan hingga berat. Akibat dari meluasnya virus ini, seluruh dunia termasuk Indonesia, merasakan dampak yang diterima karena virus covid-19. Akibat dari pandemi covid-19 ini, pertumbuhan ekonomi dunia mengalami penurunan termasuk di Indonesia. Salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah), terbukti pada tahun 1997, Indonesia mengalami krisis ekonomi dimana perusahaan-perusahaan besar banyak mengalami kebangkrutan hingga tidak menutup kemungkinan perusahaan itu

⁵ Veithzal Rivai Zainal Et Al., *Islamic Marketing Management*, Cet.1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), Hlm.18.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Jember

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Jember



tutup. Tetapi untuk Usaha Kecil dan Menengah masih dapat bertahan sehingga berperan aktif dalam menyelamatkan perekonomian khususnya di Indonesia⁶.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat aktif dalam perkembangan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM akan dapat bertahan apabila menerapkan sistem pengelolaan manajemen yang baik. Secara umum, pengelolaan manajemen terdiri dari bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM) serta keuangan. Kunci dari kesuksesan perencanaan (manajemen) itu terletak pada tingkat strategi. Mayoritas perusahaan atau unit usaha dalam kegiatan operasionalnya hanya terfokus pada pembuatan produk saja. Tanpa memikirkan bagaimana usaha tersebut dapat bertahan, berkembang serta bersaing dengan perusahaan yang lainnya⁷.

UMKM saat ini mengalami perkembangan yang begitu pesat dalam hal persaingan bisnis tanpa terkecuali pada pengelolaan makanan siap saji. Pengelolaan makanan merupakan suatu usaha yang begitu dominan di Indonesia, karena makanan merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi setiap harinya. Kemampuan untuk bertahan dan berkembang merupakan bentuk realitas yang harus dihadapi para pengusaha pada umumnya. Pada dasarnya permasalahan yang sering dihadapi pada usaha pengelolaan makanan yakni suatu inovasi yang dapat diterapkan sebagai salah satu strategi pemasaran dalam mempertahankan serta meningkatkan penjualannya.

Melihat kondisi pemasaran saat ini, pembisnis dituntut untuk menerapkan sistem strategi pemasaran yang efisien, sehingga produk atau barang yang dipasarkan tidak sebatas hanya laku. Namun, produk itu diharapkan dapat bertahan serta bersaing secara efektif. Kemampuan pengusaha dalam menilai

⁶ Sintia Safrianti And Veny Puspita, "Peran Manajemen Keuangan Umkm Di Kota Bengkulu Sebagai Strategi Pada Masa New Normal Covid-19," *Creative Research Management Journal* Volume 4 Nomor 1 (2021): Hal.62-76.

⁷ Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, And Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Di Jember)," *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* Vol. 29 No.1 (Desember 2015): Hlm.60.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Jember

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Jember



kekuatan ataupun kelemahan dari suatu produk serta dapat memprediksi kondisi internal perusahaan merupakan salah satu dari strategi pemasaran⁸.

Salah satu perencanaan yang dapat dilakukan dalam pemulihan dan menata kembali kondisi ekonomi di Indonesia yang melemah akibat dampak pandemi covid-19 ini adalah dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang tepat dalam menanggapi persaingan bisnis serta melakukan inovasi dan pembaharuan agar usaha yang kita miliki dapat bertahan dan berkembang secara terus menerus. Pemberlakuan pembatasan kegiatan yang ditetapkan oleh pemerintah kepada seluruh masyarakat terutama dalam kegiatan sosial seperti di cafe, restoran, hotel, bahkan rumah makan sekalipun. Hal ini sangat mempengaruhi terhadap penjualan bagi pelaku UMKM khususnya pada usaha Pondok Cik Roza, sehingga perlu adanya strategi pemasaran yang efektif untuk menanggapi kondisi usaha agar dapat bertahan. Dengan adanya strategi pemasaran bisa membantu dalam peningkatan penjualan serta dapat bertahan dan bersaing pada saat situasi pandemi covid-19 ini⁹.

Bauran pemasaran adalah salah satu strategi pemasaran dalam penyebaran informasi secara luas, pengenalan akan suatu produk atau jasa serta menciptakan sebuah penggambaran akan suatu produk. Oleh karena itu, bauran pemasaran (marketing mix) memiliki tingkat potensi yang tinggi dalam menerapkan strategi pemasaran¹⁰. Menurut Kotler definisi Bauran pemasaran (Marketing Mix) adalah Sekumpulan alat pemasaran (marketing mix) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Namun seiring berkembangnya zaman, teori ini berkembang. Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh Zeithaml and Bitner bahwa Bauran Pemasaran (Marketing Mix) adalah Elemen – elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh

⁸ Reza Fauzi Ikhsan, Abrista Devi, And Ahmad Mulyadi Kosim, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Kota Depok” 2, No. 2 (2021): Hal.125.

⁹ Elsyifaiqlima Elyani, Farida Yulianti, And Ervica Zamila, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Dirumah Makan Duta Rasa 26 Banjar Baru,” *Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad- Banjaribanjarmasin*, N.D., Hal.2.

¹⁰ christian A.D Selang, “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado,” *Jurnal Emba Vol.1 No.3 (June 2013): Hal 71-80.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen. Berdasarkan teori diatas maka Zeithaml dan Bitner mengemukakan bahwa dalam Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terdapat unsur 7P yang terdiri dari product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process¹¹. Sedangkan menurut perspektif Herman Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula bahwasannya pemasaran Syariah (Syariah Marketing) adalah suatu teknik pemasaran yang menunjukkan pada proses penciptaan, penawaran hingga pendistribusian dilakukan sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip islami.¹²

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yusnaeni, strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan penghasilan rumah makan panjalu ratulangi kota palopo dapat dilakukan dengan menerapkan strategi pemasaran pada peningkatan kualitas dari suatu produk, penetapan price yang sesuai, memilih lokasi yang sangat memadai, menerapkan promosi serta memberikan pelayanan yang sangat baik. Sehingga hal ini dapat meningkatkan penghasilan pada rumah makan panjalu¹³. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Gefriansyah mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penghasilan pada usaha UMKM di kota jambi pada studi kasus Exotis Coffe menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan pada Exotis Coffe adalah 4P yaitu dalam memasarkan suatu produk yang memiliki khas tersendiri, price yang cukup terjangkau, place dirumah produksi serta melakukan promotion melalui media online ataupun offline. Akan tetapi, pada strategi yang diterapkan di Exotis Coffe belum maksimal terlaksana karena pada place usaha Exotis Coffe jauh dari jalan umum sehingga menyebabkan konsumen kesusahan dalam mencari lokasi tersebut serta upaya yang dilakukan dalam promosi juga belum terlaksana secara maksimal.¹⁴

¹¹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2019), Hlm.47.

¹² Hilmiatus Sahla, "KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM" 5 (2019): hlm 59-60.

¹³ Yusnaeni, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Rumah Makan Panjalu Ratulangi Kota Palopo" (S K R I P S I, Palopo, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo, 2019), Hlm 53.

¹⁴ Gefriansyah, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Pada Usaha Umkm Di Kota Jambi (Studi Pada Exotis Coffee)" (Skripsi, Jambi, Universitas Islam Negeri (Uin) Sulthan Tahaha Saifuddin, 2021), Hlm 36.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN TAHAHA SAIFUDDIN
J A M B I

Dari beberapa pendapat para peneliti diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha kuliner yang bernama “Pondok Cik Roza” yang berada di The hok kota jambi . Peneliti memilih Pondok Cik Roza sebagai objek penelitian karena tertarik dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pondok cik roza, sehingga dapat bertahan kurang lebih 5 tahun. Pondok Cik Roza berdiri pada tanggal 26 mei 2017. Pondok Cik Roza mampu membuat konsumen atau pelanggan tertarik untuk datang kembali sehingga terciptalah loyalitas konsumen.

Berdasarkan pendapat Zeithaml dan Bitner, dalam Bauran Pemasaran (Marketing Mix) mempunyai unsur 7P sebagai berikut :

1. Produk (Product)

Usaha Pondok Cik Roza mempunyai berbagai macam produk makanan dan minuman. Pada menu makanan, Pondok Cik Roza memiliki 13 menu makanan dan memiliki 38 variant minuman.

Dari sekian banyak variant menu makanan dan minuman, hanya terdapat 5 menu yang sering di beli atau di minatin oleh banyak konsumen seperti Es Durian, Es Pokat, Pempek, Tekwan Model, dan Batagor. Namun yang paling dominan dibeli oleh konsumen atau pelanggan adalah Es Durian dengan topping coklat atau keju dan juga Es Pokat Kocok dengan topping coklat ataupun keju.¹⁵

2. Harga (Price)

Harga yang diterapkan pada Pondok Cik Roza sangatlah bervariasi, pada menu makanan harga yang diterapkan mulai dari harga Rp. 5.000 hingga Rp. 10.000, sedangkan untuk menu minuman harga yang diterapkan sekitar Rp. 5.000 hingga Rp. 30.000. Berikut penulis sajikan data omzet penjualan pada Pondok Cik Roza dalam beberapa tahun belakang :

Tabel 1.1
Data Omzet Penjualan Di Pondok Cik Roza
Tahun 2017 – 2021

NO	TAHUN	OMZET PENJUALAN
1.	2017	Rp. 185.000.000

¹⁵ Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza, November 9, 2021, Pondok Cik Roza.

2.	2018	Rp. 360.000.000
3.	2019	Rp. 264.000.000
4.	2020	Rp. 192.000.000
5.	2021	Rp. 126.000.000

Sumber : Owner Pondok Cik Roza

Berdasarkan data omzet penjualan pada Pondok Cik Roza yang telah disajikan, dapat kita lihat bahwa omzet penjualannya mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Semakin bertambahnya tahun omzet yang diperoleh pun semakin turun. Hal inilah yang menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi Pondok Cik Roza dan juga menjadi daya tarik saya untuk melakukan penelitian lebih lanjut.¹⁶

3. Lokasi (Place)

Pondok Cik Roza terletak di Jln. Soekarno – Hatta, samping hotel BW Luxury Kelurahan The Hok Kec. Jambi Selatan Kota Jambi. Untuk sarana transportasi cukup strategis karena lokasi Pondok Cik Roza berada tepat di pinggir jalan. Namun adapun kendala lokasi di Pondok Cik Roza adalah tempat yang digunakan masih terlalu kecil, sehingga terkesan lebih sempit dan sedikit kurang nyaman serta tidak adanya lahan parkir yang memadai.

4. Promosi (Promotion)

Dapat kita tinjau kembali pada omzet penjualan di Pondok Cik Roza setiap tahunnya mengalami fluktuasi, hal ini lah yang menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Pondok Cik Roza, bagaimana meningkatkan penjualan setiap tahunnya. Salah satu promosi yang telah diterapkan pada Pondok Cik Roza adalah penerapan Buy One Get One pada menu Tekwan Model dan Cappucino Durian setiap hari jum'at. Disisi lain strategi promosi yang telah dilakukan adalah melakukan pemasaran melalui Grab/Gojek, Shopee, Link Aja, Mitra bisnis, Facebook, dan Instagram. Namun untuk pengaplikasian Grab/Gojek, Shopee, Link Aja dan juga Instagram masih belum terlaksana dengan maksimal. Dalam arti kata

¹⁶ Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



aplikasi ini hanya sekedar terdaftar namun untuk penggunaan secara aktif hanya dilakukan melalui Mitra Bisnis dan juga Facebook¹⁷.

5. Orang / SDM (People)

Pondok Cik Roza memiliki beberapa Sumber Daya Manusia yang ikut berperan dalam kegiatan pemasaran. Pondok Cik Roza dikelola oleh Ibu Rio Rozalia sekaligus pemilik Usaha Pondok Cik Roza dan juga satu orang karyawan serta beberapa konsumen (pelanggan). Berikut Peneliti sajikan Data Jumlah Konsumen pada tahun 2021 dan Data Gaji Karyawan perbulan di Pondok Cik Roza.

Tabel 1.2
Data Jumlah Konsumen Tahun 2021
Di Pondok Cik Roza

NO	WAKTU	JUMLAH KONSUMEN
1.	1 Hari	25 – 30 Orang
2.	1 Bulan	750 – 900 Orang
3.	1 Tahun	9.000 – 10.800 Orang

Sumber : Owner Pondok Cik Roza

Tabel 1.3
Data Gaji Karyawan Perbulan
Di Pondok Cik Roza

NO	JANGKA WAKTU	GAJI KARYAWAN
1.	1 Bulan	Rp. 1.000.000
2.	2 – 5 Bulan	Rp. 1.200.000
3.	>5 Bulan	Rp. 1.500.000

Sumber : Owner Pondok Cik Roza¹⁸

6. Proses (Process)

Kegiatan Operasional pada Pondok Cik Roza dilakukan setiap hari dari pukul 10.00 pagi hingga pukul 22.00 malam. Melakukan pelayanan yang terbaik terhadap konsumen sehingga dapat menumbuhkan rasa nyaman

¹⁷ Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza Ibu Roza, January 12, 2022.

¹⁸ Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza Ibu Roza.

konsumen atau sering disebut dengan Loyalitas Pelanggan. Transaksi pembelian dapat dilakukan secara mandiri datang ke toko atau bisa dilakukan dengan cara melakukan pemesanan melalui aplikasi yang telah disediakan oleh Pondok Cik Roza seperti whatsapp, facebook, instagram dan lain-lain.

7. Sarana fisik (Physical Evidence)

Hal inilah yang menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi Pondok Cik Roza dalam mengembangkan usahanya. Kurangnya memadai sarana dan prasarana dalam kegiatan usaha seperti tidak adanya lahan parkir yang mendukung, lokasi yang digunakan masih dikategorikan kecil (minimalis) serta tidak adanya unsur identitas usaha yang cukup mendukung seperti brosur ataupun katalog.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas. Peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi marketing mix serta kendala-kendala yang dihadapi pada Usaha Pondok Cik Roza dalam meningkatkan omset penjualannya, sehingga dapat dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok Cik Roza Kelurahan The Hok”**.

B. Identifikasi Masalah.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Pondok Cik Roza adalah menurunnya omset penjualan pada tahun 2019 hingga 2021. Dimana diketahui bahwasannya omzet penjualan pada Usaha Pondok Cik Roza dari tahun 2017 sampai 2021 mengalami fluktuasi. Sehingga dapat disimpulkan bagaimana strategi yang dapat dilakukan dalam memasarkan sebuah produk. Terkait dengan pemasaran, siklus dalam kegiatan pemasaran masih dilakukan secara tradisional, spontan, sehingga terkesan apa adanya serta tidak tersusun dengan bijak. Selain itu, dalam jangkauan pemasaran dan kemampuan promosi masih terbatas, kurangnya pemanfaatan media sosial dalam bersaing di dunia bisnis, dan untuk sarana fisik belum menyediakan parkir yang cukup memadai. Oleh karena itu, diperlukan strategi marketing mix pada Pondok Cik Roza agar dapat meningkatkan kualitas daya saing terutama pada bidang pemasaran.

C. Batasan Masalah.

Dalam penelitian ini, penulis membahas tentang Analisis Strategi Marketing Mix dalam meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok Cik Roza. Lokasi penelitian dilakukan di Jln. Soekarno-Hatta, samping hotel BW Luxury seberang Masjid Jami' As-Sa'adah dengan objek penelitian pada Pondok Cik Roza.

D. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi marketing mix yang diterapkan pada Usaha Pondok Cik Roza dalam meningkatkan omzet penjualan ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam strategi marketing mix pada Usaha Pondok Cik Roza untuk meningkatkan omzet penjualan ?
3. Bagaimana dampak omzet penjualan Pondok Cik Roza terhadap manajemen keuangan syariah ?

E. Tujuan Penelitian.

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis strategi marketing mix yang telah diterapkan pada Pondok Cik Roza dalam meningkatkan omzet penjualan.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi pada Pondok Cik Roza dalam meningkatkan omzet penjualan.
3. Untuk mengetahui dampak omzet penjualan pada Pondok Cik Roza terhadap manajemen keuangan syariah.

F. Manfaat Penelitian.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi akademisi dan juga sebagai sumber pustaka yang dapat memberikan informasi baik secara teoritis maupun empiris pada pihak yang akan melanjutkan penelitian ini mengenai analisis strategi marketing mix dalam meningkatkan omzet penjualan pada Pondok Cik Roza kelurahan The Hok.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi



2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat maupun akademisi serta membuka wawasan mengenai pentingnya analisis strategi marketing mix dalam meningkatkan omset penjualan pada setiap usaha khususnya di Pondok Cik Roza.

G. Sistematika Penulisan.

Tujuan dari sistematika penulisan ini adalah memberikan gambaran besar mengenai isi dari penelitian ini. Sehingga dapat terlihat perbedaan antara bab lainnya. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah :

BAB I (Pendahuluan)

Pada bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II (Kajian Pustaka dan Studi Relevan)

Pada bab ini membahas tentang teori-teori berdasarkan pendekatan secara konvensional maupun syariah mengenai masalah penelitian dan hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.

BAB III (Metode Penelitian)

Pada bab ini membahas mengenai objek penelitian, metode penelitian, jenis dan sumber data, serta metode analisis data.

BAB IV (Hasil Penelitian Dan Pembahasan)

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum dan objek penelitian serta menjelaskan inti dari penelitian, hasil analisis data dan pembahasan . data-data terkait penelitian dikumpulkan pada bab ini.

BAB V (Penutup)

Pada bab ini penulis memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran dilengkapi dengan daftar pustaka, lampiran dan curicullum vitae.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthar Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthar Jambi

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI RELEVAN

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Pemasaran

a. Definisi Strategi pemasaran

Menurut Steiner dan Milner, Strategi adalah suatu penetapan misi bagi suatu perusahaan ataupun organisasi dengan cara meningkatkan kekuatan intenal maupun eksternal, dan perumusan kebijakan yang sesuai sehingga tujuan yang diinginkan suatu perusahaan atau organisasi tercapai. Sedangkan Suryana mengatakan bahwa dalam strategi itu terdiri dari 5P, yaitu perencanaan (plan), pola (pattern), posisi (potition), perspektif (perspective) dan permainan (play)¹⁹.

Pemasaran (marketing) adalah suatu aktivitas yang rutin dilakukan dalam hal tukar-menukar barang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Nilai dari suatu barang yang di tukar berdasarkan perjanjian yang dilakukan antara kedua belah pihak tanpa adanya unsur yang dirugikan. Kegiatan tukar – menukar barang sering disebut dengan kalimat “Barter”. Barter adalah suatu tindakan tukar – menukar dalam bentuk barang tanpa adanya perantara uang dengan tujuan sebagai pemenuhan kebutuhan hidup manusia.²⁰

Strategi pemasaran merupakan kegiatan dalam mempromosikan suatu barang kepada konsumen dengan dilandasi perencanaan yang sangat mendukung. Sebelum melakukan pemasaran, sebaiknya manajer pemasaran melakukan observasi potensi pasar terlebih dahulu, sehingga dapat meminimkan akan terjadinya kegagalan. Strategi pemasaran dapat dilakukan oleh manajer pemasaran dengan memberikan inovasi terhadap suatu produk yang dipasarkan sehingga memunculkan sebuah keunikan dari produk

¹⁹ Ulfah Ainun Humairaa, *Apa Sih, Strategi Pemasaran Itu ?* (Makassar: Pustaka Taman Ilmu, 2021), Hlm.3-4.

²⁰ Redi Panuju, *Komunikasi Pemasaran:Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi-Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran* (Surabaya: Kencana, 2018), Hlm.1.

tersebut, hal inilah yang bisa menarik perhatian konsumen terhadap produk yang kita miliki. Menurut Agus Hermawan, strategi pemasaran itu sangatlah penting karena bisa mencegah terjadinya penurunan jumlah konsumen serta merosotnya daya saing suatu produk yang dipasarkan²¹.

Strategi pemasaran merupakan suatu usaha dalam menanamkan akan sebuah produk atau perusahaan di hati para pelanggan. Tujuan dari melakukan strategi pemasaran adalah untuk mencapai *how to win the market*. Komponen dalam strategi marketing terdiri dari pemetaan pelanggan, kelompok pelanggan, aspek psikografis dan lain sebagainya²².

Kesimpulan yang dapat ditarik bahwa strategi pemasaran adalah sebuah perencanaan (plan) yang tersusun dengan rapi sehingga dapat dijadikan rujukan atau bahan tinjauan yang akan dilakukan nantinya, kemudian tujuan dari suatu perusahaan itu pun dapat tercapai dengan baik.

b. Konsep Strategi Pemasaran

Bittel mengatakan bahwa strategi adalah sebuah plan yang memiliki prinsip untuk pencapaian tujuan dari perusahaan. Dalam KBBI, strategi diartikan sebuah perencanaan akan suatu kegiatan dengan tujuan mencapai sasaran khusus. Menurut beberapa pandangan, strategi adalah susunan program dalam mencapai tujuan perusahaan, dengan disertai tindakan - tindakan yang memadai dalam pencapaian sebuah tujuan dan sekaligus cara menanggapi lingkungannya. The American Marketing Association menyatakan :

“Marketing is the planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals”.

Makna yang terkandung dalam kalimat diatas bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan perencanaan dan menjalankan suatu konsep, penetapan harga, promosi dan penyaluran sebuah ide/pikiran, barang dan

²¹ Humairaa, *Apa Sih, Strategi Pemasaran Itu ?*, Hal.6-7.

²² Muhammad Subhan, “Strategi Pemasaran Syariah Pada Bmt Al-Amanah Dalam Meningkatkan Modal Dan Penyaluran Pembiayaan” Vol.2 No.1 (N.D.): Hlm 101.

jasa dengan tujuan menciptakan pertukaran yang dapat memuaskan tujuan individu dan organisasi.²³

Untuk memperdalam pengetahuan akan suatu fungsi pasar, maka ada beberapa serangkaian konsep inti yang terdapat dalam pemasaran sebagai berikut :

1. Kebutuhan adalah segala sesuatu hal yang digunakan secara terus-menerus atau suatu syarat yang digunakan sebagai dasar kehidupan manusia.
2. Keinginan adalah segala sesuatu yang memiliki daya tarik kuat untuk dimiliki ataupun dilakukan seperti rekreasi, traveling, hiburan dan lain sebagainya.
3. Permintaan adalah suatu keinginan terhadap suatu produk ataupun jasa dengan dilandaskan kemampuan untuk membayarnya.²⁴

Konsep dasar pemasaran dibuat dengan dilandasi tujuan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan serta keinginan pembeli (konsumen) dan dibatasi oleh tujuan laba serta pertumbuhan. Konsep pemasaran yang baik dapat diterapkan melalui kategori produk (3p) yakni produk yang mudah dalam penggunaannya, mudah dalam pembeliannya serta mudah dalam pemeliharannya. Dengan penggunaan konsep pemasaran yang baik dan tepat maka hasil dari penjualan itupun dapat meningkat sehingga dapat menunjang keberhasilan bisnis yang dilakukan.

Dalam penyusunan konsep pemasaran terdapat tiga elemen pokok yang harus diterapkan :

1. Orientasi konsumen, pembeli dan pasar

Konsumen (pelanggan) merupakan asset yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Maka dari itu, pemberian pelayanan serta perlindungan yang terbaik merupakan suatu bentuk tanggung jawab dari sebuah perusahaan. Kemampuan pasar dalam membaca selera pasar merupakan

²³ Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah" 7 (2017): Hal.263.

²⁴ Philip Kotler And Kevin Lane Ketler, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, 13 Edid 1 (Erlangga, 2008), Hal. 12.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



sebuah bentuk kreatifitas yang dapat membuat ataupun menciptakan produk yang akan dijualnya. Kebutuhan pembeli merupakan sebuah peluang bagi perusahaan dalam menciptakan suatu barang yang akan di pasarkan. pemasaran atau penjualan dapat berjalan dengan sukses apabila pasar tersebut membutuhkan serta menginginkan produk yang kita buat.

2. Volume penjualan yang menguntungkan

Banyak sekali permasalahan yang terjadi pada sistem pemasaran, namun tetap menjadi perhatian khusus bagaimana tindakan perusahaan memberikan kepuasan secara optimal kepada konsumennya. Selain dari kepuasan, masalah koordinasi dan integrasi dari seorang manajer pemasaran juga diperlukan dalam mengatasi permasalahan sistem pemasaran. jadi dapat disimpulkan bahwa kelancaran suatu pemasaran itu tergantung individu dan bagian dari perusahaan yang turut serta dalam upaya memberikan kepuasan konsumen sehingga tujuan perusahaan pun dapat tercapai.

3. Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa tujuan dari sebuah perusahaan adalah mendapatkan keuntungan ataupun laba. Keuntungan yang didapatkan digunakan untuk kegiatan operasional sehari-hari serta untuk pengembangan dan peningkatan usaha yang dimiliki dari sebuah perusahaan itu sendiri. Beberapa pendapat mengatakan bahwa laba yang didapatkan merupakan tujuan umum dari perusahaan. Disamping laba, hubungan antara perusahaan dengan konsumen juga merupakan suatu hal yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Mengapa demikian, karena suatu perusahaan memiliki konsekuensi seluruh kegiatan perusahaan yang harus diarahkan untuk mengetahui keperluan serta kepuasan konsumen di lapangan.²⁵

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



²⁵ Achmad Gozali, *Teori Dan Praktik Pemasaran Barang Dan Jasa* (Jakarta: Cv Rizky Aditya, 2013), Hal.4-7.

c. Lingkungan Pemasaran

Lingkungan pemasaran adalah kekuatan serta pelaku secara keseluruhan yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam melakukan transaksi bisnis secara efektif dan efisien dengan pesaingnya. Lingkungan perusahaan terdiri dari lingkungan mikro dan lingkungan makro. Dimana yang kita ketahui bahwasannya lingkungan mikro terdiri dari peran-peran pelaku yang cakupannya lebih kecil atau lebih dekat dengan perusahaan, dengan tujuan membentuk koneksi penghantar nilai dari suatu perusahaan dan mengasah kemampuan dalam pelayanan konsumen. Lingkungan mikro disebut juga dengan lingkungan internal perusahaan. Manajemen berperan aktif dalam hal ini, karena tim manajemen mempengaruhi pengambilan keputusan, penyaluran, pemasok serta perantara pemasaran.

Sedangkan lingkungan makro terdiri dari kekuatan sosial yang bersifat lebih luas dan mempengaruhi seluruh lingkungan mikro. Kekuatan dalam lingkungan makro ini seperti demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik, dan juga budaya. Lingkungan Demografi adalah studi yang mempelajari tentang karakteristik populasi manusia seperti struktur usia yang berubah, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman, perubahan profil keluarga dan juga perubahan populasi geografis. Lingkungan ekonomi adalah lingkungan yang mempengaruhi pola pembelian dan daya beli. Lingkungan alam adalah lingkungan yang terdiri dari kelangkaan bahan mentah, tingginya tingkat populasi serta intervensi pemerintah dan juga manajemen sumber daya alam. Lingkungan teknologi adalah upaya pemanfaatan teknologi seiring dengan perkembangan zaman yang semakin canggih dan serba instant terutama teknologi informasi. Lingkungan politik terdiri dari badan hukum yang membatasi tindakan pemasaran seperti perubahan global. Untuk lingkungan budaya terdiri dari kekuatan yang dapat mempengaruhi nilai, persepsi, selera dan perilaku sosial²⁶. Suatu barang atau jasa dapat dipasarkan berdasarkan pandangan mereka sendiri.

²⁶ Wardaya, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*, Hm.24-28.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Misalkan, sasaran Master Card adalah para petualang atau adventurers yang mungkin ingin menggunakan kartu kreditnya secara tepat dalam memperoleh pengalamannya dari kehidupan dirinya. Seiring dengan perkembangan budaya, Para konsumen dapat melakukan pembelian tanpa harus menggunakan uang tunai yang sifatnya terbatas, dalam arti kata konsumen itu dapat melakukan transaksi pembelian melalui kartu kredit saja.²⁷

d. Konsep Pemasaran Perspektif Islam

Menurut perspektif islam, manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan penciptaan nilai (value creating activities) yang dilakukan oleh siapapun sehingga tumbuh dan bermanfaat dengan dilandasi kejujuran, keadilan, terbuka, dan tidak ada unsur yang dirugikan sesuai dengan anjuran dalam islam. Pentingnya memiliki jiwa islami dalam dunia bisnis merupakan kualitas terbaik dalam pemasaran. Salah satu-nya menerapkan konsep keadilan dalam dunia bisnis yang berimplikasi dengan keadilan sosial dan ekonomi. Manusia merupakan makhluk ciptaan allah yang memiliki taraf dan derajat yang sama di mata Allah SWT. Walaupun terkadang memiliki perbedaan secara fisik, seperti warna kulit, bahasa dan taraf ekonomi. Hal yang membedakan di hadapan Allah SWT adalah tingkat ketakwaannya terhadap sang pencipta.

Rasulullah saw. Telah mengajarkan kepada umatnya untuk berbisnis dengan menerapkan nilai-nilai etika bisnis yang islami. Dalam kegiatan ekonomi ataupun bisnis, islam melarang melakukan tindakan-tindakan yang bathil. Kegiatan ekonomi dapat dilakukan apabila memiliki unsur keridhoan antara satu dengan yang lainnya, seperti yang tercantum pada QS. An-Nisa (4): 29. Sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبِطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ، وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ، إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩).

²⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Bisnis Pemasaran* (Depok: Rajawali Pers, 2019), Hlm.198.

Artinya : “Wahai orang – orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu”²⁸.

Berdasarkan penggalan ayat al-qur’an diatas, dapat disimpulkan bahwa islam sangat menganjurkan kepada umatnya untuk melakukan perdagangan dengan baik. Sebagaimana yang telah di contohkan oleh rasulullah saw. Sebelum diangkat menjadi seorang rasul, beliau merupakan pedagang yang sukses. Salah satu faktor penyebab keberhasilannya yakni dalam berdagang beliau selalu mengutamakan kejujuran, karena menurutnya apabila kita melakukan perdagangan dengan jujur tidak akan menimbulkan kerugian sedikitpun terhadap barang dagangannya, melainkan keberhasilan yang didapatkan. Untuk itu, islam menganjurkan kepada umatnya khususnya pembisnis/pedagang untuk melakukan perdagangan dengan jujur sebagaimana yang telah di contohkan oleh Rasulullah saw.²⁹

Konsep pemasaran islami merupakan suatu kegiatan yang dilakukan berdasarkan nilai-nilai islam. Menurut perspektif Herman Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula tentang pemasaran syariah (Syariah Marketing) adalah suatu teknik pemasaran yang menunjukkan pada proses penciptaan, penawaran hingga pendistribusian dilakukan sesuai dengan akad dan prinsip – prinsip islami. Berdasarkan perspektif Herman Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula terdapat 4 karakteristik dalam syariah marketing yaitu :

1. Robbaniyah (ketuhanan)

Suatu kegiatan pemasaran syariah yang bersifat religius, artinya seluruh proses kegiatan pemasaran ini dilakukan atas dasar syari’at islam yang merujuk pada Al-qur’an dan Hadist. Seseorang yang melakukan pemasaran syariah walaupun dia tidak mampu melihat adanya keberadaan Allah swt. dia akan selalu berprasangka baik kepada

²⁸ *Q.S An-Nissa (4) : 29* (Al-Qur’an Terjemah Dan Tajwid, N.D.), Hal.83.

²⁹ Zainal Et Al., *Islamic Marketing Management*, Hal.10-16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Allah bahwasannya Allah swt senantiasa selalu mengawasinya, sebab segala sesuatu yang kita lakukan pasti akan dihisab di yaumul akhir nanti. Sebagaimana yang tercantum pada QS. Al-Zalzalah ayat 7-8 yang berbunyi:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ (٧)، وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ (٨).

Artinya : “Maka Barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat (balasan) semua perbuatannya (7). Dan barang siapa mengerjakan kejahatan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat (balasan) nya” (8)³⁰.

2. Akhlaqiyyah (Etika)

Pada umumnya, dalam melakukan pemasaran syariah seseorang akan menjunjung tinggi etika dalam proses kegiatan itu. Karena pada dasarnya konsep dari pemasaran syariah adalah kegiatan yang mengandung nilai-nilai moral serta etika tanpa membedakan agama apapun.

3. Al-waqi’iyyah (Realistis)

Konsep pemasaran syariah ini bersifat realistis (masuk akal) atau fleksibel, sehingga dalam kegiatan pemasaran ini tidak harus monoton seperti tradisi pada negara arab. Namun kegiatan pemasaran bisa dilakukan seperti biasanya tanpa melanggar aturan dalam hukum islam.

4. Insaniyyah (kemanusiaan/humanistis)

Pada konsep insaniyyah, kegiatan pemasaran syariah dapat dilakukan oleh siapapun tanpa membedakan ras, suku, agama dan lainnya. Konsep pemasaran Humanistis ini bersifat menyeluruh atau universal. Sehingga Insaniyyah ini merupakan konsep pemasaran tentang derajat kemanusiaan.³¹

³⁰ Q.S. Al-Zalzalah (99) Ayat 7-8 (Alqur’an Terjemah Dan Tajwid, N.D.), Hal.599.

³¹ Hilmiatus Sahla, “Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam” 5 (2019): Hlm.59-60.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNTHHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

e. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Kotler menyatakan bahwa bauran pemasaran (marketing mix) adalah sekumpulan alat pemasaran (marketing mix) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Menurut Kotler dan Keller, bauran pemasaran dikategorikan menjadi 4p (the four p of marketing) yaitu product, price, place, dan promotion. Dimana untuk product (produk) terdiri dari jenis – jenis suatu produk, kualitas, gambaran (desain), ciri, nama merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi dan imbalan. Untuk price (Harga) terdiri dari menu harga, diskon (potongan harga), masa periode pembayaran, dan syarat kredit. Untuk place (tempat/lokasi) terdiri dari jaringan pemasaran, jangkauan pemasaran, pengelompokan, lokasi, persediaan (stock), transportasi. Sedangkan promotion (promosi) terdiri dari iklan, promosi penjualan, sales penjualan, public relation/kehumasan, dan pemasaran secara langsung. Sedangkan menurut persepsi Zeithaml dan Bitner bahwa bauran pemasaran (Marketing Mix) adalah Elemen – elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen. Dimana teori ini memiliki unsur 7P yaitu sebagai berikut ³²:

1. Product (Produk)

Produk adalah segala sesuatu konsep objek dan proses yang memiliki nilai akan kegunaan suatu barang atau jasa yang kemudian akan diberikan kepada calon konsumennya. Perlu diperhatikan dalam sebuah produk bahwa konsumen tidak hanya membeli suatu produk karena bentuk fisik akan suatu produk itu saja, namun konsumen sekaligus membeli akan manfaat dan nilai dari produk tersebut.³³

2. Harga (Price)

Pentingnya pengusaha dalam memikirkan penetapan harga jual suatu produk dilakukan secara tepat dan akurat karena pada umumnya

³² Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, Hlm. 48.

³³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), Hal. 92.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



harga yang tidak tepat akan sangat berpengaruh terhadap daya tarik pembeli untuk membeli barang tersebut. Oleh sebab itu, pada dasarnya tiap pengusaha melakukan penetapan harga akan suatu barang dan jasa dilakukan atas dasar biaya produksinya ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkannya.³⁴

3. Lokasi (Place)

Berdasarkan penegasan Suhardi Sigit bahwa lokasi merupakan suatu perantara pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang ataupun jasa dari produsen ke calon konsumen (pelanggan). Sedangkan menurut David Revzan yang dikutip dari Basu Swastha, saluran pemasaran adalah suatu jalan yang dilalui oleh arus barang ataupun jasa dari produsen ke perantara yang berujung pada pemakai (konsumen).³⁵

4. Promosi (Promotion)

William Shoell mendefinisikan bahwa Promosi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh marketer melalui komunikasi dengan calon audiensnya dalam proses membagi ide, informasi dan perasaan audiens. Tujuan dalam melakukan promosi adalah untuk memberikan suatu informasi, menarik perhatian calon konsumen serta dapat memberi pengaruh dalam meningkatkan penjualannya.³⁶

5. Orang/SDM (People)

Orang (people) adalah suatu peran yang dilakukan oleh tiap-tiap pelaku dalam mempengaruhi konsumennya. Elemen – elemen dari people ini adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan lainnya. Semua tindakan karyawan (pegawai) bahkan dari segi penampilan ataupun cara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

³⁴ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua)*, Kedua (Yogyakarta: Bpfe, 2017), Hal.158.

³⁵ Danang Sunyoto, *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi Dan Kasus)* (Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service), 2014), Hlm.172.

³⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), Hal.179.

berpakaian karyawan pun juga sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen serta keberhasilan penyampaian barang ataupun jasa.³⁷

6. Proses (Proses)

Kotler dan Keller mendefinisikan proses adalah suatu tindakan perusahaan dalam melakukan operasional perusahaan dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumennya sehingga terciptanya Loyalitas Konsumen (Pelanggan).³⁸

7. Sarana fisik (Physical Evidence)

Sarana fisik adalah suatu tindakan yang secara rill berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk di dalam sarana fisik antara lain lingkungan fisik, bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya seperti tiket, sampul, dan label.³⁹

Dari pemaparan bauran pemasaran (marketing mix) diatas dapat disimpulkan bahwa begitu besar pengaruh yang akan didapatkan apabila menerapkan bauran pemasaran sebagai strategi pemasaran. Dimana pada strategi ini dapat membantu memasarkan barang atau jasa kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan terkhusus pada Pondok Cik Roza dalam mencapai target sarannya.

2. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang akan dilakukan setelah pembuatan dari suatu produk. Dimana yang kita ketahui bahwasannya penjualan sangat mempengaruhi perusahaan untuk kedepannya, Karena dari kegiatan penjualan perusahaan itu akan mendapatkan sebuah profit atau keuntungan yang akan menjadi titik kemajuan dari suatu perusahaan. Dalam siklus penjualan hendaknya tiap- tiap perusahaan dapat menerapkan sistem

³⁷ Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, Hlm.62.

³⁸ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2018), Hlm.100.

³⁹ Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, Hal.64.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



pelayanan yang terbaik bagi konsumennya sehingga dapat memunculkan rasa kepuasan pada setiap konsumen. Apabila konsumen memiliki rasa kepuasan itu, besar kemungkinan konsumen itu akan terus berbelanja di tempat ini dan menjadi pelanggan setia dalam jangka panjang. Para penjual diharuskan untuk memiliki sebuah seni dan keahlian dalam mempengaruhi orang lain dalam hal positif untuk meningkatkan penjualan, sehingga tujuan dari suatu perusahaan dapat terwujud sesuai apa yang telah di rencanakan.

Nitisemito menyatakan bahwa penjualan adalah “ suatu kegiatan dalam memperlancar penjualan barang dan jasa dengan cara tindakan – tindakan yang aktif dan dinamis, sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan dari setiap perusahaan”. Sedangkan menurut Swasta, penjualan adalah “Tindakan yang dilakukan para pengusaha dalam memperhatikan dari pengelolaan suatu produk, kemampuan dalam menentukan harga yang sesuai, dan kemampuan dalam penyaluran serta promosi yang bijak”⁴⁰.

Salah satu indikator dalam keberhasilan suatu perusahaan itu tergantung pada besar – kecilnya volume penjualan yang akan dicapai selanjutnya. Pada dasarnya apabila volume penjualan suatu perusahaan itu rendah maka profit atau keuntungan yang akan dicapai pun rendah, begitu juga sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan volume penjualan sehingga profit yang dicapai pun akan memuaskan. Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi dalam naik turunnya volume penjualan yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal merupakan faktor yang lingkupannya terdapat didalam perusahaan itu sendiri seperti penurunan terhadap kualitas barang, kurangnya pelayanan yang baik, sering terjadinya kekosongan barang yang diminta, terjadinya penurunan komisi penjualan, penumpukan terhadap pemberian piutang, minimnya salesman, minimnya promosi serta penetapan harga yang terlalu tinggi. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang

⁴⁰ Anik Amatun, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Rumah Makan Embun Pagi Bengkulu” (Skripsi, Bengkulu, Universitas Bengkulu, 2006), Hal.31-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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





ruang lingkungannya diluar jangkauan perusahaan seperti adanya perubahan baru dari selera konsumen, semakin banyak nya pesaing baru, dan munculnya barang pengganti.⁴¹

b. Tujuan Penjualan

Umumnya, tujuan dari penjualan yaitu suatu tindakan dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan sehingga menghasilkan profit sesuai yang telah direncanakan sebuah perusahaan. Pada dasarnya, tujuan dari penjualan dapat tercapai apabila prosedur dalam penjualan itu telah dilaksanakan sesuai apa yang di targetkan oleh perusahaan.

Pencapaian tujuan perusahaan merupakan suatu perkiraan dalam tingkat penjualan yang telah di rencanakan pada lingkungan pemasaran tertentu. Target penjualan merupakan perkiraan terhadap tujuan penjualan berdasarkan strategi pemasaran dan lingkungan pemasaran tertentu. Apabila target dari penjualan itu tercapai maka besar kemungkinan perusahaan akan mendapatkan profit sesuai yang telah direncanakan.⁴²

c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

1. kemampuan penjual

Transaksi jual beli terhadap barang dan jasa terjadi apabila terdapat dua belah pihak yang saling mempengaruhi, dimana penjual merupakan pihak pertama dan pembeli merupakan pihak kedua. Disini, penjual harus dapat meyakinkan pembeli untuk mencapai target penjualan. Dimana pihak dari penjual harus memahami terkait dengan produk yang ditawarkan seperti dari jenis dan karakteristik barang, price sebuah produk, garansi dan lain – lain.

2. kondisi pasar

Pasar merupakan suatu tempat bertemunya antara si penjual dan pembeli. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kondisi pasar adalah

⁴¹ Mulyani, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Bakmi Witosari 2 Purwokerto Timur” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019), Hlm.30.

⁴² Widia Resti Ayu, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo” (Skripsi, Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), Hlm.42-43.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai bahan dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

jenis pasarnya, pengelompokan pembeli dan segmen pasar, daya belinya, tingkat pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

3. modal

Usaha yang dilakukan penjual dalam menjangkau calon konsumen atau pembelinya. Apabila posisi pembeli jauh dari lokasi penjual, maka tindakan yang dapat dilakukan adalah membawa produk kepada calon konsumen atau pembelinya. Dan itu merupakan suatu modal dalam mencapai penjualan.

4. kondisi organisasi perusahaan

Pada umumnya, kondisi perusahaan besar dan kondisi perusahaan kecil sangatlah berbeda. Hal ini dikarena ruang lingkup perusahaan yang berbeda. Misalkan dalam masalah penjualan, untuk perusahaan besar masalah penjualan akan diatasi oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) sedangkan untuk perusahaan kecil masalah penjualan akan diatasi oleh orang yang juga melakukan fungsi – fungsi lainnya, hal ini terjadi karena dari segi jumlah tenaga kerjanya yang berbeda serta sarana dalam mendukung penjualan juga tidak sekomplit yang dimiliki perusahaan besar.

5. Faktor lain

Pada kegiatan periklanan, pemberian hadiah, kampanye dan lainnya akan mempengaruhi penjualan. Umumnya Kegiatan ini akan terus dilakukan oleh perusahaan besar. Namun, untuk perusahaan kecil kegiatan ini akan jarang dilakukan karena memerlukan modal yang cukup besar.⁴³

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



⁴³ “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Bakmi Witosari 2 Purwokerto Timur,” Hlm.33.

B. Studi Relevan

Tabel 2.1
Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Anik Amatun (2006)	Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatk an Omzet Penjualan Pada Rumah Makan Embun Pagi Bengkulu	kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah pada penerapan strategi pemasaran rumah makan embun pagi bengkulu telah menerapkan variasi menu yang beragam dengan citra rasa khas serta kelezatan dari masakan yang disajikan, pelayanan yang terbaik, adanya pemberian diskon, dan menetapkan harga yang standar. Namun adapun kelemahan yang dimiliki rumah makan embun pagi bengkulu adalah kurangnya sarana promosi, lokasi yang kurang memadai dan tidak adanya personal selling. Disisi lain, peluang yang dimiliki rumah makan embun pagi bengkulu adalah lokasinya mudah untuk dijangkau, nyaman dan aman serta memiliki fasilitas hiburan yang memadai. Untuk ancaman bagi rumah makan embun pagi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

				bengkulu adalah maraknya pesaing pasaran yang menjual produk sejenis atau sama. ⁴⁴
2.	Lilis Wahidatul Fajriyah (2018)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaxo Ibu Pudji Ungaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam	kualitatif	Hasil yang didapat pada penelitian ini adalah dalam menerapkan strategi pemasaran pada tahubaxo ibu pudji ungaran dilakukan dengan strategi pemasaran secara islami, karakter yang diterapkan seperti ketuhanan, etika berbisnis serta humanistik. Selain itu, pada tahubaxo ibu pudji ungaran juga menerapkan segmenting dan targeting yang telah dicontohkan oleh baginda kita Nabi Muhammad SAW. Dan disisi lain, Tahubaxo ibu pudji ungaran juga melakukan market positioning (penetapan posisi pasar) dan internal development. ⁴⁵
3.	Yusnaeni (2019)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan	kualitatif	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pada rumah makan panjalu menerapkan strategi

⁴⁴ Amatun, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Rumah Makan Embun Pagi Bengkulu."

⁴⁵ Lilis Wahidatul Fajriyah, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaxo Ibu Pudji Ungaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Skripsi, Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi

		an Penghasilan Rumah Makan Panjalu Ratulangi Kota Palopo		pemasaran seperti peningkatan kualitas pada suatu produk, penetapan harga yang memadai, pemilihan tempat yang cukup strategis, melakukan promosi dengan bijak serta memberikan pelayanan yang terbaik. Namun, terdapat beberapa kendala dalam menetapkan strategi pemasaran ini seperti banyaknya pesaing dalam memasarkan produk yang sama serta lokasi yang kurang memadai. Disamping itu, pada rumah makan panjalu memiliki ciri khas citra rasa yang berbeda dari pesaing lainnya dan untuk area parkir rumah makan panjalu telah menyediakan tempat serta tukang parkir yang siap mengatur kendaraan konsumen. ⁴⁶
4.	Widia Resti Ayu (2020)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan	kualitatif	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu pada toko bag corner telah menerapkan strategi pemasaran melalui 4

⁴⁶ Yusnaeni, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Rumah Makan Panjalu Ratulangi Kota Palopo" (S K R I P S I, Palopo, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

		an Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo		kategori seperti segmentasi, targeting, positioning, diferentiation. Dan pada penerapan promosi, toko bag corner telah menerapkan 5 teori promosi seperti penjualan pribadi, periklanan, publikasi, promosi penjualan serta hubungan masyarakat. Namun, pada kategori segmentasi dan targeting belum terlaksana dengan baik. Sedangkan pada penerapan promosi penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat juga belum terlaksana dengan baik. Sehingga strategi yang telah diterapkan toko bag corner belum mampu untuk meningkatkan hasil dari penjualan. ⁴⁷
5.	Gefriansyah (2021)	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Pada Usaha	kualitatif	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang diterapkan pada Exotis Coffe adalah 4p yaitu produk yang dipasarkan memiliki ciri khas tersendiri, penetapan harga yang terjangkau, lokasi produksi

⁴⁷ Ayu, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo."

	UMKM Dikota Jambi (Studi Pada Exotis Coffe)		dilakukan di rumah dan untuk promosi dilakukan secara online dan offline. Namun untuk kelemahan yang dimiliki pada Exotis Coffe ini adalah penempatan produksi yang berada di rumah jauh dari jalan raya serta promosi yang dilakukan juga belum terlaksana dengan maksimal. Akan tetapi, owner dari Exotis Coffe tetap optimis dalam menjalankan usahanya serta melakukan perbaikan atas strategi pemasaran yang belum terlaksa dengan baik. ⁴⁸
--	--	--	---

Dari penjabaran Tinjauan Pustaka diatas, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian yang dilakukan oleh Yusnaeni (2019), Anik Amatun (2006), dan Gefriansyah (2021) dalam penetapan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan ataupun penghasilan dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Lilis Wahidatul Fajriyah (2018) dalam strategi pemasaran yang diterapkan berupa pemasaran yang lebih terfokus atau spesifik pada pemasaran islami. Untuk penelitian yang dilakukan Widia Resti Ayu (2020) strategi pemasaran yang diterapkan berupa segmentasi, targeting, positioning, dan diferentation. Adapun hal yang membedakan penelitian yang dilakukan sebelumnya adalah penulis melakukan penelitian dengan memfokuskan pada analisis strategi marketing mix dalam meningkatkan omzet penjualan dengan

⁴⁸ Gefriansyah, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Pada Usaha Umkm Di Kota Jambi (Studi Pada Exotis Coffee)" (Skripsi, Jambi, Universitas Islam Negeri (Uin) Sulthan Tahaha Saifuddin, 2021).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

menggunakan konsep 7P dan mengetahui kendala-kendala yang dihadapi pada Usaha Pondok Cik Roza yang berada di Jln. Soekarno – Hatta, Samping Hotel BW Luxury seberang Masjid Jami' As-Sa'adah Kelurahan The Hok Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Cik Roza yang berlokasi di Jln. Soekarno-Hatta, Samping hotel BW Luxury Seberang Masjid Jami' As-Sa'adah Kelurahan The hok Kec. Jambi Selatan Kota Jambi.

B. Metode Penelitian

Berdasarkan definisi penelitian yang ditegaskan oleh Steven Dukeshire & Jennifer Thurlow bahwa “Research is the systematic collection and presentation of information”. Penelitian adalah suatu alat yang digunakan dalam pengumpulan dan penyajian informasi berupa data secara sistematis. Menurut definisi Creswell adalah “research methods involve the form of data collection, analysis and interpretation that research proposes for the studies”. Metode penelitian adalah suatu tindakan yang melibatkan bentuk pengumpulan data, analisis dan interpretasi dalam melakukan sebuah penelitian yang digunakan sebagai studi (pembelajaran). Dalam melakukan metode penelitian terdapat 4 dasar yang terlibat dalam melakukan penelitian yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah adalah segala sesuatu tindakan penelitian yang dilakukan berdasarkan keilmuan yang bersifat rasional (masuk logika), empiris (dapat dilihat oleh indra manusia) dan sistematis (terarah dan tersusun)⁴⁹.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Dimana penulis melakukan pengamatan terhadap suatu objek yaitu Pondok Cik Roza melalui metode wawancara secara mendalam, observasi (pengamatan), sejarah hidup (biografi) dari owner usaha serta menganalisis tentang strategi marketing mix yang diterapkan pada usaha Pondok Cik Roza sesuai dengan teori ataupun pakar ilmun.⁵⁰ Metode penelitian kualitatif sering disebut dengan metode penelitian naturalistik dimana penelitian dilakukan berdasarkan kondisi yang alamiah (natural setting), metode penelitian kualitatif disebut juga dengan metode

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Edisi Kedua (Bandung: Alfabeta, 2019), Hlm.2.

⁵⁰ Cosmas Gatot Haryono, *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*, Cet.1 (Jawa Barat: Cv Jejak, 2020), Hal.36.

etnographi karena proses penelitian dilakukan karena faktor budaya. Metode kualitatif dilakukan berdasarkan data yang didapatkan dan dianalisis sesuai dengan sifat kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang dilakukan berdasarkan realitas kondisi yang sesuai dengan hukum alam. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah melakukan eksperimen terhadap suatu objek dengan menggunakan natural setting.⁵¹

Adapun karakteristik penelitian kualitatif yaitu latar alamiah, manusia sebagai alat (instrument), melakukan pengamatan, wawancara atau dokumentasi, analisis data secara induktif, menggunakan teori dan dasar (grounded theory), bersifat deskriptif, lebih memfokuskan pada proses dari pada hasil, adanya kriteria khusus dalam keabsahan data, desain yang bersifat sementara dan untuk hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama. Untuk penyajian data pada penelitian kualitatif ini berupa serangkaian kata-kata, gambaran atau dokumentasi dan bukan dalam bentuk angka⁵².

C. Jenis Dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Untuk data primer diperoleh dari sumber asli yang berhubungan dengan Pondok Cik Roza sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari laporan-laporan penelitian, buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah yang berhubungan dengan penelitian ini⁵³. Berdasarkan penegasan Eofland bahwa sumber data yang paling utama dalam melakukan penelitian kualitatif adalah serangkaian kata-kata dan kegiatan (tindakan) yang diiringi dengan data-data yang cukup mendukung seperti foto (gambar), dokumen (surat-surat) dan lain-lain. Sedangkan Menurut perspektif Lincon & Guba menyatakan bahwa pada saat pengumpulan data kualitatif bisa dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumen (catatan atau arsip). Wawancara dan observasi merupakan hal yang penting dalam penelitian kualitatif. Namun, untuk

⁵¹ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Hlm.18.

⁵² Lexy J And Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2013), Hlm.8-11.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), Hal 325.

memperkuat hasil dari penelitian perlu adanya data dokumen yang mendukung. Sehingga hasil dalam penelitian pun maksimal. Kemudian apabila data-data yang dibutuhkan telah terkumpul di tulis dalam catatan lapangan. Berikut langkah-langkah dalam mengumpulkan data penelitian kualitatif perspektif Lincon & Guba sebagai berikut :

1. Observasi (Observation)

Pengumpulan data melalui Observasi dilakukan untuk mengungkapkan kejadian dan kondisi pada lapangan secara nyata. Observer dapat melakukan pengamatan (observasi) secara langsung tanpa harus ikut berpartisipasi dalam aktivitas mereka. Berdasarkan tanggapan Williams mengaskan bahwa Observasi dapat dilakukan secara pasif. Artinya peneliti (observer) dapat hadir pada situasi peneitian namun tidak berperan aktif dengan silikon yang ada. Melakukan interview secara sistematis, dan melakukan pengkajian dokumen terhadap objek penelitian⁵⁴.

Berdasarkan penjabaran obervasi diatas, maka penulis dapat melakukan obervasi sebagai salah satu bahan data penelitian kualitatif. dengan cara melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang dilakukan Ibu Rio Rozalia selaku owner usaha Pondok Cik Roza secara langsung tanpa harus ikut hadir melakukan kegiatan aktivitas mereka.

2. Wawancara (Interview)

Pengumpulan data penelitian kualitatif selanjutnya dapat dilakukan dengan wawancara atau interview. Esterberg mengatakan bahwa interview adalah “*A Meeting Of Two Persons To Exchange Information And Idea Through Question And Responses, Resulting In Communication And Joint Construction Of Meaning About A Particular Topic*”. Wawancara adalah suatu kegiatan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide (pemikiran) melalui pertanyaan dan tanggapan dengan tujuan mengasilkan komunikasi dan kontruksi makna bersama tentang topik tertentu.

⁵⁴ Salim And Syahrums, *Metode Penelitian Kualitatif Konsep Dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan Dan Pendidikan*, Cetakan Kelima (Bandung: Citapustaka Media, 2012), Hm.114-118.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Jambi



Adapun macam-macam interview menurut Esterberg yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur. Pertama, wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan antara penanya dan penjawab dimana peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan dan alternatif untuk menjawabnya. Pada wawancara terstruktur ini, setiap responden diberikan pertanyaan yang serupa atau sama dan peneliti mencatat atau merekam jawaban dari responden. Pasti nya tiap responden memiliki pemikiran atau sudut pandang yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Kedua, wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara ini bersifat lebih terbuka dari wawancara terstruktur. Dimana, pihak yang diajak wawancara dapat memberikan pendapat serta gagasan pemikirannya. Pada saat wawancara berlangsung, pihak wawancara dapat menjadi pendengar aktif dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Ketiga, wawancara tidak terstruktur. Jenis wawancara ini dilakukan secara bebas dimana pihak peneliti tidak menyiapkan pedoman wawancara yang sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Dalam wawancara tidak terstruktur ini, peneliti belum mengetahui terhadap data yang akan diperoleh sehingga peran peneliti harus mendengarkan apa yang dikatakan responden secara aktif.⁵⁵

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada Owner Pondok Cik Roza yaitu Ibu Rio Rozalia dan beberapa karyawan (pegawai) serta konsumen pada Pondok Cik Roza. Adapun teknik yang dilakukan dalam wawancara ini adalah teknik wawancara terstruktur dan semi terstruktur. Dimana peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan untuk para responden yang tersusun dengan baik dan pihak responden juga dapat memberikan ide atau pemikirannya terhadap objek penelitian ini. Untuk teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara sampling Insidental . sampling Insidental adalah pengambilan sampel oleh siapapun yang kebetulan ada pada saat itu juga. Maksudnya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti

⁵⁵ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Hlm.304-306.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁵⁶

3. Dokumentasi

Guba dan Lincoln menyatakan bahwa dokumen adalah segala sesuatu bahan (data) yang digunakan dalam penelitian kualitatif baik secara tulisan maupun cuplikan film dan rekaman. Dokumen terbagi menjadi dua bagian yakni pertama, dokumen pribadi adalah suatu catatan diary seseorang tentang pengalaman, tindakan dan kepercayaannya. Dokumen pribadi ini terdiri dari buku harian, surat pribadi dan autobiografi (kisah seseorang tokoh yang ditulis oleh orang itu sendiri). Kedua, dokumen resmi adalah segala sesuatu bahan (data) yang bersifat resmi. Seperti memo, aturan-aturan, pengumuman dan lainnya⁵⁷.

Analisis dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari Pondok Cik Roza yang berlokasi di Jln. Soekarno-Hatta, Samping hotel BW Luxury Seberang Masjid Jami' As-Sa'adah Kelurahan The hok Kec. Jambi Selatan kota jambi dari arsip dan dokumentasi yang berada di Pondok Cik Roza yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Metode Analisis Data

Pada peneltian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif sehingga data yang diperoleh harus mendalam jelas dan sistematis. Berdasarkan pendapat Miles dan Huberman bahwa aktivitas dalam menganalisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus – menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (terpenuhi).⁵⁸ Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data interaktif. Analisis data interaktif ini dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data.

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data interaksi sebagai berikut :

1. Data Reduction (Reduksi data)

Reduksi data dapat dilakukan dengan cara membuat ringkasan tentang inti sari data yang telah terkumpul. Dari ringkasan-ringkasan yang terkumpul

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2018), Hal.156.

⁵⁷ J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm.216.

⁵⁸ *Metode Penelitian Manajemen*, Hal. 404.

inihah peneliti akan memperoleh tema dan pola pada data yang telah terkumpul. Hasil dari pengumpulan data yang direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, sehingga mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data yang selanjutnya.

2. Data Display (Penyajian Data)

Penyajian data dapat dilakukan melalui informan yang berhubungan dengan objek penelitian. Pihak informan dapat memberikan ide gagasan atau masukan terkait dengan penelitian yaitu pada usaha Pondok Cik Roza. Dari Penyajian data yang diperoleh, maka pihak peneliti dapat menganalisis serta menguraikan seluruh konsep yang berhubungan dengan topik penelitian.

3. Concluding drawing / Verification (Penarikan Kesimpulan)

Kesimpulan merupakan gambaran yang telah tersusun dengan utuh dari objek penelitian yaitu Pondok Cik Roza. Proses penarikan kesimpulan dapat dilakukan berdasarkan penyatuan informasi atau gagasan pokok yang telah tersusun secara sistematis pada penyajian data melalui informan tersebut⁵⁹.

Penulis melakukan penelitian dengan tujuan untuk mencari informasi secara akurat dari kondisi fenomena alam yang terjadi pada objek penelitian. Data yang didapatkan berasal dari hasil wawancara bersama Ibu Rio Rozalia selaku Owner Pondok Cik Roza serta karyawan dan juga konsumen yang berhubungan pada objek penelitian. Selain wawancara juga ada data pendukung untuk penguat penelitian seperti dokumentasi dan lain sebagainya. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis yang menggambarkan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok Cik Roza Kelurahan The Hok Kota Jambi.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), Hlm 337.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dan Objek Penelitian

1. Sejarah Pondok Cik Roza

Usaha Pondok Cik Roza merupakan usaha kuliner yang berada di kelurahan The Hok Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi. Usaha ini didirikan pada tanggal 26 Mei 2017 oleh Ibu Rio Rozalia sekaligus Owner dari Pondok Cik Roza. Awal mula sebelum berdirinya Pondok Cik Roza ini, suami saya yaitu Bapak Andi Kasmi hanyalah seorang pedagang durian yang setiap harinya berjualan di Pinggir jalan di daerah The Hok. Dimana yang kita ketahui bahwasannya dalam berjualan itu tidaklah selalu habis ataupun ramai pembeli. Hal ini pun juga dirasakan oleh Bapak Andi Kasmi selaku penjual durian, Saat durian itu tidak habis terjual. Durian-Durian ini akan membusuk hingga akhirnya menjadi Tempoyak. Akibat dari membusuknya durian ini karena tidak habis terjual, rasa dari durian ini pun berbeda sehingga nilai jual dari durian ini pun juga akan turun. Hal ini lah yang membuat Ibu Roza beserta suami berinisiatif untuk melakukan inovasi dalam pengelolaan terhadap durian tersebut sehingga terciptalah sebuah produk minuman yang berbahan dasar durian. Selain dari rasa nya yang lebih nikmat, harga jual dari minuman durian ini pun menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan menjual buah durian nya saja.⁶⁰

Untuk Buah Durian, Owner memperoleh dari hasil kebunnya sendiri karena Owner memiliki lahan kebun Durian sendiri di daerah Sumatra Barat tepatnya di daerah Pesisir. Langkah selanjutnya yang dilakukan oleh Ibu Rio Rozalia adalah menyewa Tanah dengan ukuran yang sangat minimalis di daerah The Hok tepatnya di deretan hotel BW Luxury. Kemudian tanah itu dibangun sebuah pondok kecil yang di gunakan sebagai tempat berjualan hingga saat ini. Lokasi yang digunakan ini tidak jauh dari tempat tinggal Ibu Rio Rozalia beserta keluarga. Pondok ini diberi nama “Pondok Cik Roza”.

⁶⁰ Rozalia, Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

Nama ini terdiri dari kata “Pondok” dan “Cik Roza”. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pondok dapat diartikan sebagai bangunan untuk tempat sementara. Sedangkan kata “Cik Roza” merupakan julukan dari istri Pak Andi yaitu Buk Roza.

Seiring dengan jalannya waktu Pondok Cik Roza tidak hanya menyediakan minuman durian saja namun juga menyediakan makanan seperti pempek, tekwan, batagor dan minuman lainnya seperti es pokat kocok, dogan dan lain sebagainya. Berikut penulis sajikan Profil Usaha Pada Pondok Cik Roza Kelurahan The Hok.

Tabel 4.1
Profil Usaha

Nama Usaha	Pondok Cik Roza
Pemilik Usaha	Rio Rozalia
Bidang Usaha	Makanan Dan Minuman Olahan
Jenis Produk	13 Menu Makanan Dan 38 Menu Minuman
Tahun Berdiri	2017
Jumlah Karyawan	1 Orang
Alamat Usaha	Jl. Soekarno – Hatta, Samping Hotel BW Luxury Seberang Masjid Jami’ As – Sa’adah Kelurahan The Hok Kecamatan Jambi Selatan

Sumber :owner Pondok Cik Roza

Berdasarkan penyajian tabel di atas, dapat di simpulkan bahwa Pada usaha Pondok Cik Roza memiliki 13 menu makanan dan 38 menu minuman. Untuk jumlah karyawan pada Pondok Cik Roza berjumlah 1 (satu) orang. Dimana satu orang bertugas sebagai owner nya langsung dan satu orang sebagai karyawan yang bertugas sebagai pengelola produksi, pengemasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

(packaging), pemasaran dan pengontrolan (quality control)⁶¹. Berikut peneliti menyajikan data ciri – ciri usaha Mikro.

Tabel 4.2
Ciri – Ciri Usaha Mikro

No	Usaha Mikro
1.	Jenis barang yang di jual itu tidak selalu tetap atau sama, artinya dapat berubah – ubah kapan pun
2.	Tempat usaha bisa berpindah – pindah kapan saja tidak menetap
3.	Tetap berkembang meski negara mengalami krisis ekonomi
4.	Belum pernah melakukan dalam hal administrasi keuangan, serta juga menggabungkan kekayaan keluarga dengan keuangan usaha
5.	Tenaga kerja yang di miliki biasanya sekitar 1-5 orang saja
6.	Pemilik usaha mikro biasanya jujur serta ulet dan juga mau untuk di bimbing apabila menerima pendekatan yang tepat
7.	Sulit untuk mendapatkan bantuan kredit dari perbankan
8.	Tidak sensitif terhadap suku bunga
9.	Usaha relatif kecil
10.	Non ekspor impor
11.	Lokasi usaha berada di lingkungan rumah
12.	Manajemen usaha di lakukan sendiri dengan sederhana

Sumber : <https://pajaknesia.id/ciri-ciri-usaha-umkm/>⁶²

Dari data yang telah di sajikan di atas, dapat kita simpulkan bahwa usaha Pondok Cik Roza ini merupakan kategori usaha mikro dimana dalam usaha ini memiliki ciri – ciri seperti data diatas yaitu jenis produk yang di jual itu dapat berubah kapan pun, tetap berkembang meski negara mengalami krisis ekonomi, tenaga kerja yang di miliki berjumlah satu orang, owner usaha ini jujur serta ulet, usaha relatif kecil, non ekspor impor dan manajemen usaha masih di lakukan sendiri dengan sederhana.

⁶¹ Rozalia.

⁶² “Ciri - Ciri Umkm Dan Contohnya,” [\(https://Pajaknesia.Id/Ciri-Ciri-Usaha-Umkm/Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah \(Umkm\)](https://Pajaknesia.Id/Ciri-Ciri-Usaha-Umkm/Usaha%20Mikro,%20Kecil%20Dan%20Menengah%20(Umkm)) (Blog), Accessed February 21, 2022, <https://Pajaknesia.Id/Ciri-Ciri-Usaha-Umkm/>.

B. Hasil Penelitian

1. Latar Belakang Berdirinya Pondok Cik Roza

Menurut Ibu Rio Rozalia yang menjadi latar belakang berdirinya Pondok Cik Roza ini adalah :

“ Yang menjadi latar belakang saya dalam usaha ini yaitu awalnya suami saya hanya seorang pedagang durian yang berjualan di pinggir jalan di daerah The Hok, karena saat berjualan durian ini tidak selalu habis setiap hari nya sehingga menyebabkan durian - durian ini membusuk, maka ujung – ujungnya bakal jadi tempoyak. Nah dari nilai jual saja sudah menurun gitu kan, harga jual tempoyak ini sangat murah jika di bandingkan nilai jual durian yang masih segar. Jadi saya berdiskusi dengan suami saya bagaimana mengelola buah durian ini agar nilai jual nya lebih tinggi, mudah untuk di pasarkan dan rasanya pun juga nikmat. Selain itu, berdirinya usaha pondok cik roza ini juga dilandaskan karena hobby saya yang suka minuman es.”

Selain itu, menurut Ibu Rio Rozalia peluang dalam membuka usaha Pondok Cik Roza ini adalah :

“ Peluang yang saya peroleh dari usaha ini itu tadi karena hobi, jadinya pembangkit motivasi bukan karena lihat-lihat orang sih. Memang karena hobi tadi di tekunin. Bukan karena rame orng musim es. Kalau karena musim-musiman biasanya orang cepat bosan, tapi ini memang karena hobi, ditekunin jadi dak bosan-bosan.”

Menurut Ibu Rio Rozalia, dalam menghadapi persaingan pasar pada Pondok Cik Roza melakukan dengan :

“ Karena es ini yang pertama kan dijambi bahkan di indonesia pun yang pertama es durian kocok ini kan, jadi karena menjadi pelopor yang pastinya jaga kualitas, jaga pelayanan, terus jangan takutlah rezeki kan udah di bagi-bagi.”

Strategi pemasaran yang digunakan pada Pondok Cik Roza berdasarkan pendapat Ibuk Rio Rozalia adalah :

“ Strategi pemasaran yang sudah dilakukan di Pondok Cik Roza berupa penetapan harga yang memadai, memanfaatkan sosial media, memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



diskon kepada pelanggan ataupun konsumen baru setiap pembelian dalam jumlah banyak dan juga memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen itu merasa nyaman, betah dan terus membeli produk yang ada di Pondok Cik Roza.”

Menurut Ibu Rio Rozalia, kelebihan dan kekurangan yang dihadapi Pondok Cik Roza adalah :

“ Kelebihan Pondok Cik Roza adalah dalam penggunaan bahan baku dipilih secara langsung oleh saya sendiri, terutama buah durian itu langsung saya panen dari kebun suami saya sendiri, sehingga rasa durian ini pun dapat saya pastikan lebih enak karena durian ini memang masak pada batangnya, dan bukan hasil peraman yang berhari – hari. Dan juga untuk bahan yang lain seperti pokat, dogan dan yang lainnya, itu saya yang terjun langsung ke lapangan sehingga kualitas dari produk itu pun juga terjamin. Sedangkan kekurangan Pondok Cik Roza adalah tempat yang digunakan masih terlalu kecil dan juga untuk lahan parkirnya belum tersedia dengan baik. Sehingga pada saat ramai pengunjung konsumen sedikit kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya.”

Adapun inovasi suatu produk yang direncanakan oleh Ibu Rio Rozalia pada Pondok Cik Roza adalah :

“ Inovasi yang telah saya rencanakan sih es krim duren. Rencana ini akan saya lakukan insyaallah dalam jangka waktu dekat ini yaitu bulan puasa. Jadi selain rasanya enak pastinya nyegerin dan pas untuk santapan saat berbuka puasa.”

Adapun penerapan protokol kesehatan di Pondok Cik Roza menurut Ibu Rio Rozalia adalah :

“ Di Pondok Cik Roza ini sangat menerapkan protokol kesehatan sesuai yang telah dianjurkan oleh pemerintah. Hal yang biasanya kami lakukan seperti menggunakan masker, mencuci tangan ataupun menggunakan hand sanitizer sebelum melakukan transaksi, dan juga menjaga jarak.”

Adapun dampak Omzet Penjualan terhadap Manajemen Keuangan Syariah menurut Ibu Rio Rozalia :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



“Kalo untuk pembukuan ya saya belum menerapkan secara maksimal. Karena kan gini saya tidak memakai struk pembelian jadi ya paling saya mencatat berapa pemasukan hari ini aja gitu, nah untuk pengeluaran juga begitu. Terus kalo pengalokasian dana nya ya itu tadi untuk modal usaha, kebutuhan rumah tangga, bayar cicilan dan ada juga lah saya sedekah walaupun gak banyak- banyak amat.”

2. Produk Pondok Cik Roza

Produk yang ditawarkan di Pondok Cik Roza ini menurut Ibu Rio Rozalia adalah :

“ Produk yang saya tawarkan itu seperti es kocok durian, es pokat, puncake, cappucino duren, adonan duren. Nah untuk menu yang lain seperti tekwan, batagor, pempek dan lain-lain. Itu hanya sekedar sambilan aja, ya bisa dibbilang sih iseng-iseng. ”⁶³

Produk yang terjual pada Pondok Cik Roza dalam sehari menurut Kakak novia sebagai karyawan adalah

“ Produk yang dijual di pondok cik roza itu ada es durin kocok, es pokat, terus ada tekwan, puncake dan batagor. Jadi dalam sehari itu ada 5 jenis produk yang terjual dalam sehari nya. ”⁶⁴

Adapun produk yang paling diminati di Pondok Cik Roza ini menurut Ibu Rio Rozalia adalah :

“ Dari sekian banyak jenis produk yang tidak pernah putus setiap harinya adalah es durian kocok sama es pokat kocok. Jadi ada 2 jenis produk yang selalu dipesan setiap harinya tidak pernah putus. ”⁶⁵

Sedangkan produk yang paling diminati di Pondok Cik Roza menurut Kakak novia sebagai karyawan adalah :

“ Untuk produk yang sangat diminati oleh konsumen dan menurut saya itu rutin tidak pernah putus adalah es durian kocok dan pokat kocok. ”⁶⁶

⁶³ Ibu Rio Rozalia, Hasil Wawancara dengan Pemilik Pondok Cik Roza, March 11, 2022.

⁶⁴ Kakak novi, wawancara bersama karyawanPondok Cik Roza, February 25, 2022.

⁶⁵ Rozalia, Hasil Wawancara dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

⁶⁶ novi, wawancara bersama karyawanPondok Cik Roza.

Adapun jika produk yang di jual kurang memuaskan konsumen, Ibu Rio Rozalia memilih untuk :

“ Jika produk yang saya jual kurang memuaskan cita rasa konsumen (pelanggan) saya memilih untuk berdiskusi langsung kepada konsumen itu, apa yang membuat dia merasa kurang puas dengan rasa produk itu. Sehingga saya dapat melakukan perbaikan terhadap kesalahan ini. Ya syukur – syukur mereka memberi tahu, karena menurut saya kepuasan konsumen adalah pokok utama dalam membuka suatu usaha. Jadi saya akan tetap terus berusaha memperbaiki semua kesalahan yang membuat konsumen saya itu tidak puas.”⁶⁷

Produk Pondok Cik Roza menurut Abang Ferdi sebagai seorang konsumen adalah sebagai berikut :

“ Untuk sekian banyak produk sih, saya lebih sering membeli es kocok durian dan es pokat. Dari pertama beli hingga sekarang gak ada perubahan sih, masih seperti yang dulu lah. Rasanya enak bikin nagih, gak ada bosan jika dimakan banyak.”⁶⁸

Adapun pendapat lain juga diutarakan oleh Kakak Fitri yang mengatakan bahwa :

“ Untuk produknya sih yang sering saya beli es pokat kocoknya, cappucina biasa, cappucina durian. Untuk rasa enak, itukan dia udah lama tuh disini udah terkenal dimana-mana, jadi tidak awam lah.”⁶⁹

Pendapat lain mengenai produk di Pondok Cik Roza menurut Kakak Eka selaku konsumen adalah :

“ Es kocok duriannya enak sih, disini itu coklat lumernya banyak, dan juga untuk porsi nya juga banyak.”⁷⁰

Sedangkan pendapat lain dari Kakak Puput selaku pelanggan di Pondok Cik Roza adalah :

⁶⁷ Rozalia, Hasil Wawancara dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

⁶⁸ Abang Rahmat and Abang Ferdi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 11, 2022.

⁶⁹ Kakak Fitri, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, February 25, 2022.

⁷⁰ Kakak Eka, Kakak Puput, and Kakak Essy, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, February 25, 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi



“ Rasanya itu loh, sangat menarik dan porsinya pun juga mantab sehingga membuat saya ketagihan untuk membeli nya.”⁷¹

Pendapat yang tidak jauh berbeda juga dikatakan oleh Abang Aldi selaku konsumen Baru di Pondok Cik Roza, yang mengatakan bahwa :

“ Untuk es kocok duriannya, Sangat memuaskan dengan Porsi sebesar ini.”⁷²

Adapun pendapat lain yang hampir sama juga disampaikan oleh Abang Reza, yang mengatakan bahwa :

“ Untuk produk yang sering saya beli itu es pokat kocok, es durian hanya itu saja sih, kalo rasanya enak, pokoknya ngulang lah. Nah untuk tampilannya pas lah dibidang mewah nian juga gak.”⁷³

Tidak jauh berbeda dengan beberapa pendapat diatas produk Pondok Cik Roza dimata konsumen Kakak Desmalia adalah :

“ Kalo saya sih sukanya varian pokat kocok topping coklat sih. Untuk rasanya manis, pas lah gak terlalu manis. Tampilannya menarik dengan menggunakan gelas yang bagus. Habis itu toppingnya melimpah.”⁷⁴

Menurut Abang Deni tentang produk di Pondok Cik Roza berpendapat bahwa :

“ Kalo untuk produk ya okelah, rasanya juga oke. Karena gini, dia kan sudah buka banyak cabang bukan disini aja. Ada yang dikota baru ada dimana-mana lah saya kurang tau juga . yang saya tau yang dikota baru sama yang disini karena deket kantor jadi lebih enak saya disini.”⁷⁵

Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Kakak Siska, mengatakan bahwa:

“ Untuk Produknya enak ya, dia punya kualitas tuh bagus karena dia porsi dan bahan baku nya itu tidak pelit. Ada durennya karena saya suka

⁷¹ Eka, Puput, and Essy.

⁷² abang Aldi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 1, 2022.

⁷³ Abang Reza, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

⁷⁴ Kakak Desmalia, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

⁷⁵ Abang Deni, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthra Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthra Jambi



duren dia ngasih nya lebih banyak sesuai permintaan saya. Jadi saya tertariklah dan bukan untuk sekali saja kesini akan tetapi untuk seterusnya.”⁷⁶

Menurut Kakak Sesy salah satu mahasiswa Universitas dinamika bangsa mengutarakan pendapat bahwa :

“ Saya sih baru dua kali kesini ya, jadi kemarin itu saya pesan nya durian kocok topping keju dengan milo, nah kalo sekarang durian keju dengan mix pokat. Rasanya sih enak lah. Kalo kemasan nya itu gimana ya kurang working gitu, jadi lebih di inovasikan lagi.”⁷⁷

Sedangkan menurut Abang Jojo yang tidak jauh berbeda dengan pendapat diatas bahwa :

“ Ya itu rasanya enak sih, cuman dari segi kemasannya aja lebih di inovasikan supaya bisa menarik lebih perhatian konsumen yang lainnya juga.”⁷⁸

Menurut Abang Rahmat selaku konsumen setia di Pondok Cik Roza mengatakan bahwa :

“ Rasanya enak sih, kemasannya bagus. Semuanya sih bagus, rasa nya juga enak sih menurut saya.”⁷⁹

Menurut Bapak Agung beliau berpendapat tentang produk cik Roza adalah :

“ Produk cik Roza ini menurut saya sih enak untuk es duren sama pokatnya, untuk yang lain gak tau juga saya ya karena saya sering nya dua jenis ini, nah untuk sekedar saran sih menurut saya agar-agar yang dimasukan kedalam es itu gak usah terlalu banyak gitu, lebih di inovasikan lagi lah jangan cuman agar-agar karena kan cik roza ini udah cukup lama adanya takutnya kalo cuman agar-agar saja bosan gitu kan.itu aja sih penilaian saya mengenai produk cik roza ini. Rasa pas, porsi nya juga banyak.”⁸⁰

⁷⁶ kakak siska, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

⁷⁷ abang Jojo and Kakak sessi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 11, 2022.

⁷⁸ Jojo and sessi.

⁷⁹ Rahmat and Ferdi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

⁸⁰ Bapak Agung and ibu tika, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi

Tambahan dari Ibu Tika selaku istri dari Bapak agung beliau sependapat dengan Bapak agung bahwa:

“ Ya dari rasa enak, porsi juga mengenyangkan lah. Cuman ya itu tadi bener kata suami saya bahwa agar-agar nya itu terlalu banyak. Dan coba boleh di inovasikan lagi jangan agar-agar terus dari dulu. Siapa tau dengan diinovasi kan bisa meningkatkan minat orang – orang untuk membelinya. ”⁸¹

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa para konsumen Pondok Cik Roza menyukai produk yang ditawarkan pada Pondok cik roza ini mulai dari segi kualitas rasa, kemasan dan juga porsinya.

3. Harga Produk Pondok Cik Roza

Adapun cara yang dilakukan Ibu Rio Rozalia di Pondok Cik Roza dalam hal menetapkan harga dari produk yang ditawarkan yaitu :

“ Dari segi harga sih sebenarnya saya tidak berani menentukan harga sendiri. Ya, karena menurut saya sih bisa merusak harga pasaran pada umumnya. Jadi dalam menentukan harga yang saya terapkan di pondok cik roza ini, pastinya meninjau dari kualitas produk yang saya punya, dari segi bahan baku yang digunakan dan juga sesuai dengan harga pasaran yang telah di tetapkan. ”

Cara yang digunakan oleh Ibu Rio Rozalia dalam menentukan harga diskon di Pondok Cik Roza adalah :

“ Biasanya sih saya memberikan diskon kepada konsumen yang membeli produk di pondok cik roza dalam jumlah yang banyak. Baik itu kepada pelanggan atau konsumen yang sudah sering berbelanja disini dan juga konsumen baru ya itung – itung diskon perkenalan lah. ”⁸²

Tidak hanya itu, dari segi harga konsumen Kakak Mila mengatakan bahwa harga produk di Pondok Cik Roza adalah :

⁸¹ Agung and tika.

⁸² Rozalia, Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

“ *Harganya sih sangat terjangkau untuk semua kalangan. Ya pas lah gitu dengan harga segini dan porsi segini. Dan menurut saya juga murah gitu karena apa, durennya itu loh banyak jadi puas saat makannya.* ”⁸³

Pendapat lain dari Kakak Desi selaku konsumen atas harga produk di pondok cik roza mengatakan bahwa :

“ *Menurut saya harga yang ditawarkan disini worth it sih. Karena kan untuk buah durian ini kan musim – musiman jadi ya wajarlah dengan harga segitu. Dan untuk harga segini sih gak mahal bagi orang yang emang benar – benar menyukai duren gitu.* ”⁸⁴

Sedangkan berdasarkan pendapat Adek Handika mengenai harga produk di pondok cik roza, mengatakan bahwa :

“ *Kalo harga sih cocok – cocok bae kak, gak terlalu mahal dan gak terlalu murah. Ya pas buat kantong anak sekolah seperti saya ini.* ”⁸⁵

Pendapat lain juga di ungkapkan oleh Abang Tri mengenai harga produk yang ditawarkan adalah :

“ *Harganya sih ekonomis, kadang juga saya dapat diskon kalo beli banyak sama ibuk roza. Ya terjangkau lah dari segi harga, baik untuk kalangan anak muda maupun orang tua.* ”⁸⁶

Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa harga produk yang di terapkan di pondok cik roza tergolong standar. Dalam arti kata harga ini dapat terjangkau oleh masyarakat jambi pada umumnya, baik untuk kalangan remaja maupun pada kalangan orang tua.

4. Lokasi Pondok Cik Roza

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa konsumen di dapatlah beberapa pernyataan yaitu menurut Bapak agung lokasi Pondok Cik Roza adalah :

“ *lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza cukup strategis karena posisinya di pinggir jalan ya jadi mudah dilihat saat melewati jalan ini.* ”

⁸³ Kakak Mila, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

⁸⁴ Kakak Dessi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

⁸⁵ handika ari prtama, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

⁸⁶ Abang Tri, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Tika, istri dari Bapak Agung mengatakan bahwa:

*“ ya saya sih setuju dengan suami saya, bahwa lokasinya strategis gitu dipinggir jalan, jadi mudah terjangkau. Dan tempatnya itu pas aja gitu di jalan kota gini semua pasti lewat sini kalau mau ke arah bandara. Pas lah gitu gak ada masalah. ”*⁸⁷

Pendapat yang serupa juga dikatakan oleh Abang Ferdi bahwa lokasi Pondok Cik Roza yaitu :

*“ kalau Lokasi gampanglah orang nyarinya. Terjangkau gitu dan gak terlalu jauh lokasinya dari pinggir jalan. ”*⁸⁸

Adapun pendapat lain menurut Adek Handika mengenai lokasi Pondok Cik Roza adalah :

*“ Untuk lokasi lumayan sih kak, cuman jalan gini agak susah aja untuk parkir. Kalau kita mendadak berhentikan bisa di tumbur kita dari belakang kak. ”*⁸⁹

Menurut Abang Tri, lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza adalah:

*“ Sangat strategis, cuman parkirnya aja yang agak di lebarin dikit gitu ya. ”*⁹⁰

Sedangkan lokasi menurut Abang Deni mengatakan bahwa lokasi yang digunakan adalah :

*“ Lokasinya sih bagus ya, apalagi untuk yang di The Hok ini ya. Karena untuk lokasi yang di The Hok ini pas di pertigaan simpang, di pinggir jalan. Apalagi dia buka sampe malam. Karenakan malam disini kan agak dicari juga jadi bisa membantu target ekonomi juga kan. ”*⁹¹

Adapun pendapat lain yang diutarakan oleh Kakak Novita tentang lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza :

⁸⁷ Agung and tika, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

⁸⁸ Rahmat and Ferdi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

⁸⁹ ari prtama, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

⁹⁰ Tri, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

⁹¹ Deni, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthra Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthra Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNTHRA THAHNA SAIFUDDIN
J A M B I

“ Kalau menurut saya ya kak, dari segi lokasi udah bagus strategis gitu cuman ada beberapa kendala aja mengenai lokasi ini. Pertama dari tempatnya agak sempit gitu ya jika untuk dalam jumlah yang lebih banyak gitu. Kedua suasana dalam ruangan ini agak membosankan gitu kak dan sedikit pengap. Nah untuk yang terakhir dari segi parkirannya itu gak ada, karena kan gini kak jikalau kita memarkirkan kendaraan di tepi jalan sembarangan pastinya kalo gak ditumbur dari belakang ya kena tilang polisi gitu kan karena memarkirkan kendaraan sembarangan. Kemudian jika di parkirkan agak keatas mengganggu jalan untuk pejalan kaki, jadi ya lokasinya ini agak mundur sedikit terus diperbesar sedikit, dihias ruangnya semenarik mungkin dan yang gak kalah penting nya ya itu lahan parkirannya.”⁹²

Dari penjabaran pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwasannya lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza untuk berjualan ini cukup strategis dan mudah dijangkau oleh banyak konsumen hanya saja ada beberapa saran atau kritikan dari konsumen mengenai lokasi yaitu dari segi luas bangunan yang digunakan masih terkesan sempit serta lahan parkirannya yang digunakan juga belum tersedia dengan baik.

5. Promosi Pondok Cik Roza

Menurut Ibu Rio Rozalia selaku Owner di Pondok Cik Roza beliau mengatakan bahwa :

“ Promosi yang sudah saya lakukan seperti sedekah di setiap hari jum'at yaitu Buy One Get One untuk produk cappucino durian dan juga tekwan. Selain itu promosi yang saya lakukan juga dilakukan melalui Facebook, Instagram, Grab/Gojek, Watshapp ya Pokoknya di Media Sosial lah.”⁹³

Sedangkan menurut Kakak Novia selaku karyawan di Pondok Cik Roza mengatakan bahwa :

⁹² Kakak Novita, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, February 25, 2022.

⁹³ Rozalia, Hasil Wawancara dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

“ Kalau promosi mungkin saya kurang aktif di media sosial, jadi promosi ini tergantung sama bos. Bos lah yang posting – posting gitu nah di media sosial bukan karyawan.”⁹⁴

Adapun promosi Pondok Cik Roza menurut konsumen Bapak Ridho adalah :

“ menurut penilaian saya pribadi ya kak, promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ini kurang aktif di media sosial, Karena mereka jarang sekali mengupload produk yang tersedia ini di media sosial. Saya juga mengetahui usaha ini karena saya sering lewat sini aja memperhatikan penjual-penjual di pinggir jalan kan. Melihat spanduk nya menarik akhirnya saya mampir untuk mencobanya.”⁹⁵

Pendapat lain dari Bang Ali beliau mengatakan tentang promosi yang dilakukan oleh Pondok Cik Roza adalah :

“ Kalau dari promosi ya masih kurang aktif ya kak menurut saya. Karena usaha ini masih kurang berperan di dalam media sosial, padahal untuk di zaman sekarang ini kan semua serba teknologi pastinya semua orang mempunyai hp/gadget ya kan dan untuk peluang dalam jualan pastinya juga besar apalagi di zaman corona seperti ini. Salah ya bukan corona lagi tapi emicron ya virus variant baru.”⁹⁶

Sedangkan menurut Kakak Novita tentang Promosi di Pondok Cik Roza ini yaitu :

“ Promosi di Pondok Cik Roza ini masih kurang kreatif kak menurut saya, melihat dunia bisnis zaman sekarang ini kan semakin ketat. Orang-orang pastinya menyiapkan strategi promosi yang sangat ampuh untuk menarik calon konsumennya. Dalam arti kata dunia persaingan bisnis sekarang ini semakin kuat gitu, jadi ya sekedar saran sih, seharusnya Pondok cik roza ini lebih ditingkatkan lagi dalam promosi bisa saja promosi yang dilakukan salah

⁹⁴ novi, wawancara bersama karyawan Pondok Cik Roza.

⁹⁵ Bapak Ridho, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

⁹⁶ Abang ali, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi



satunya memberikan endors kepada influence-influence jambi yang menjadi contoh atau banyak digemari oleh anak-anak muda.”⁹⁷

Sedangkan menurut Abang Madhi, promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza adalah :

“ Promosi yang dilakukan pondok cik roza ini udah bagus sih, cuman ya lebih di tingkatkan lagi. Misalkan gini yang saya ketahui kan untuk promosi yang dilakukan seperti Buy One Get One pada menu cappucino durian dan juga tekwan di setiap hari jum’at. Nah menurut saya promosi yang seperti ini terbatas gitu, sedangkan untuk di Pondok Cik roza ini saya lebih sering membeli es kocok durian ataupun es pokat nya. Jadi ya saya gak merasakan promosi yang diterapkan tadi begitu.”⁹⁸

Pendapat serupa juga dikatakan oleh Kakak Septia, mengatakan bahwa :

“ Promosi disini terbatas ya, karena yang saya tau itu cuman ada promosi Buy One Get One pada menu cappucino durian dan tekwan saja. Sedangkan tekwan disini juga jarang ada. Bahkan hampir tidak ada setiap harinya. Jadi terkesan kurang aktif aja promosi di pondok cik roza ini.”⁹⁹

Menurut Kakak Esy, promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza adalah :

“ Promosinya saya kurang tau sih untuk di media sosial kak, karena untuk pertama kali nya saya mengetahui usaha ini karena tempatnya aja strategis di pinggir jalan gitu kan jadi saya mampir untuk mencobanya. Dan akhirnya saya sih ketagihan untuk membeli es kocok duren nya.”¹⁰⁰

Adapun pendapat yang hampir sama menurut Abang Roy yaitu :

“ Untuk Promosi di media sosial saya kurang tau ya kak, soalnya saya mengetahui jualan ini ya karena letak nya aja strategis gitu jadi mudah terjangkau.”¹⁰¹

Dari beberapa pendapat di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa Pondok Cik Roza masih kurang aktif dalam melakukan promosi. Promosi yang

⁹⁷ Novita, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

⁹⁸ Abang Madhi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

⁹⁹ kakak septia, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

¹⁰⁰ Eka, Puput, and Essy, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹⁰¹ Abang Roy, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

dilakukan Pondok Cik Roza masih terbatas seperti penerapan Buy One Get One pada menu cappucino durian dan tekwan di setiap hari jum'at serta untuk promosi yang dilakukan pada media sosial itu masih kurang aktif untuk dilakukan. Jadi, masih banyaknya orang yang belum mengetahui tentang produk ini. Sehingga target penjualan dari Pondok Cik Roza ini pun sulit untuk dicapai.

6. Orang/Partisipan (People) Pondok Cik Roza

Adapun pendapat Kakak Novia, selaku karyawan di Pondok Cik Roza adalah :

*“ Pelayanan yang saya berikan kepada konsumen sih seperti biasanya ramah, ditanyain mau pesan apa, terus topping apa, ya seperti biasanya lah.”*¹⁰²

Dari segi penilaian Owner ataupun Karyawan, menurut Kakak Puput mengatakan bahwa :

*“ Menurut kakak sih, owner nya baik, ramah, murah senyum juga, begitu juga dengan karyawannya sih. Jadi ya puas lah untuk pelayananannya sehingga timbul rasa nyaman untuk membeli produk disini.”*¹⁰³

Sedangkan menurut pendapat Abang Reza, memiliki penilaian yang sedikit berbeda dengan Kak Puput tentang owner ataupun karyawan di Pondok Cik Roza, Abang Reza menilai bahwa :

*“ Kalo menurut saya nih dek, untuk pemilik usaha ini ramah, sopan santun ya ibaratnya itu welcome lah gitu. Nah saya sedikit kurang sih untuk karyawan nya. Karena terlalu monoton aja gitu buat saya. Coba saja karyawan nya lebih welcome dari ibuk roza pasti lebih asyik gitu kan.”*¹⁰⁴

Menurut pendapat Abang Jojo dan Kakak Sesy tentang Owner ataupun karyawan di Pondok Cik Roza, mereka berpendapat bahwa :

“ Karyawan nya baik ya, murah senyum, terus ditanya in mau pesan apa mas, mbak gitu kan. Ya tidak sombonglah. Nah kalo untuk owner ataupun

¹⁰² novi, wawancara bersama karyawan Pondok Cik Roza.

¹⁰³ Eka, Puput, and Essy, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹⁰⁴ Reza, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

pemilik usaha ini kami pun juga tidak tahu ya, soalnya belum pernah ketemu gitu kan.”¹⁰⁵

Pendapat serupa juga diutarakan oleh Kakak Fitri, yang mengatakan bahwa :

“ Kalau menurut saya sih, ibuk roza nya baik lah, sopan ya juga. Gak sombong juga, baik hati iya juga. Dia tuh gak pernah pelit juga dengan produk yang dia jual. Selalu banyak porsi yang diberikan kalo dilayanin dengan buk roza. Jadi sangat puaslah.”¹⁰⁶

Menurut Kakak Siska, selaku konsumen di Pondok Cik Roza mengutarakan bahwa :

“ Saya sih gak ada masalah dengan karyawan disini maupun pemilik usahanya. Karena menurut saya mereka sih sama-sama baik dalam pelayanan, sopan, tutur katanya juga lemah lembut. Enaklah gitu jadi lebih enjoy aja gitu.”¹⁰⁷

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa tindakan yang dilakukan baik dari pihak owner maupun karyawan di Pondok Cik Roza tidak ada masalah. Dimana owner maupun karyawan selalu bersikap baik, ramah, sopan santun dan juga terbuka kepada seluruh konsumen ataupun pelanggan di Pondok Cik Roza.

7. Proses di Pondok Cik Roza

Menurut Ibu Rio Rozalia. Proses yang dilakukan setiap harinya di Pondok Cik Roza adalah :

“ Saya jualan mulai dari jam 10 pagi hingga 10 malam. Terkadang juga tergantung kondisi cuaca lah gitu, karena saya ini kan jualan es ya gitu, jadi kalau hujan biasanya saya cepat tutup. Untuk dalam hal penyajian atau pembuatan produk pastinya akan saya lakukan dengan cepat. Nah kalau dari segi pelayanan konsumen. Misalkan nih posisi lagi rame, pastinya saya mendahulukan konsumen yang lebih dulu dalam memesan. Untuk konsumen

¹⁰⁵ Jojo and sessi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹⁰⁶ Fitri, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹⁰⁷ siska, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

yang lainnya saya suruh duduk dulu sambil menunggu pesanannya dibuat gitu.”¹⁰⁸

Sedangkan menurut Kakak Novia selaku karyawan di Pondok Cik Roza berpendapat bahwa :

“ Saat ramai pengunjung, Paling saya suruh duduk dulu konsumennya, atau antrian dulu mana yang duluan saya dahului. Mana yang ketinggalan pasti saya bilangi gitu.”¹⁰⁹

Adapun pendapat dari Abang aldi tentang proses yang dilakukan di Pondok Cik Roza :

“ Kalau dari segi pembuatan ya termasuk cepat, gak terlalu lama lah. Dari penyajian juga bersih, rapi, pokoknya memuaskan lah.”¹¹⁰

Menurut Kakak Desy memili pendapat yang sama dengan pendapat Abang Aldi yaitu :

“ menurut saya sih bagus-bagus aja semuanya, gak ada kurang nya. Semuanya Oke.”¹¹¹

Menurut Bapak Ridho, Beliau mengatakan bahwa :

“ Dari dulu sampai sekarang masih tetap bagus untuk pelayanan, dia pasti mendahulukan apa yang harus didulukan gitu. Penyajian nya cepat dan rapi juga sih. Namun yang jadi sedikit kendala bagi saya. Untuk akhir-akhir ini sering gak menentu gitu buka warungnya. Kadang cepat kadang lambat gitu. Mungkin karena faktor tidak ada karyawan juga ya.”¹¹²

Selain itu, menurut Kakak Eka memiliki pendapat yang berbeda dengan Bapak Ridho bahwa :

“ Menurut saya sih ada enak nya ada gak enak nya. Enaknya ya itu proses pembuatannya cepat jadi kita tidak perlu menunggu lama dalam proses pembuatan. Nah kalo yang gak enak nya itu kadang barang yang dipesan itu

¹⁰⁸ Rozalia, Hasil Wawancara dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

¹⁰⁹ novi, wawancara bersama karyawan Pondok Cik Roza.

¹¹⁰ Aldi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹¹¹ Dessi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹¹² Ridho, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

tidak ada, kadang juga bilanginya kosonglah gitu. Jadi kan sedikit kecewa saya nya gitu kak.”¹¹³

Pendapat yang sama juga diutarakan oleh Kakak Essy yang mengatakan bahwa :

“ Ya benar kadang produk yang dipesan itu gak ada atau kosong. Jadi ya jengkel saya nya kak. Apalagi kalo udah jauh-jauh dari rumah sampai sini gak ada produk yang di inginkan gitu kan. Udah pasti kecewa berat saya nya kak.”¹¹⁴

Dari berbagai pendapat diatas. Dapat kita simpulkan bahwasannya proses yang dilakukan pada Pondok Cik Roza cukup baik. Pondok Cik Roza mulai beroperasi dari pukul 10.00 pagi hingga 22.00 malam. Dari segi pembuatan ataupun penyajian cepat, rapi dan juga bersih. Namun terdapat sedikit kendala yaitu dari penyediaan stock barang atau produk yang sering kekosongan atau tidak ada sehingga menyebabkan konsumen sedikit merasa kecewa.

8. Sarana Fisik

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa konsumen didapatkan beberapa pernyataan yaitu menurut Abang Ali sarana fisik yang digunakan Pondok Cik Roza adalah :

“ Menurut saya, lingkungan yang digunakan bersih dan nyaman. Ruang yang digunakan memiliki desain yang menarik, pas- pas aja sih.”¹¹⁵

Menurut pendapat Abang Madhi, berpendapat bahwa sarana fisik yang digunakan Pondok Cik roza adalah :

“ Menurut saya okey-okey aja ya tempatnya, strategis gitu pinggir jalan mudah dijangkau karena terletak dikota, tempat nya gak terlalu besar dan gak terlalu keci juga sih.”¹¹⁶

Pendapat yang sama diutarakan oleh Abang Roy, berpendapat bahwa :

¹¹³ Eka, Puput, and Essy, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹¹⁴ Eka, Puput, and Essy.

¹¹⁵ ali, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹¹⁶ Madhi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

“ Sarana yang digunakan pas aja gitu ya, dari segi daftar menu ada, karyawan juga rapi, ada kipas angin, terus ada lampu-lampu gantung juga sehingga pastinya terlihat indah dimalam hari. ”¹¹⁷

Menurut pendapat Kakak Septia, sarana fisik yang digunakan Pondok Cik Roza adalah :

“ Kalau saya menilai, sarana yang digunakan sudah cukup memadai sih, dari segi daftar menu dia pake, desain ruangan juga menarik, kursi meja sederhana tapi okay-okay aja sih menurut saya. ”¹¹⁸

Menurut Abang Rahmat, berpendapat bahwa sarana fisik pada Pondok Cik Roza :

“ Barang yang digunakan sudah pas sih, kursi meja ada, kipas ada, terus tempatnya nyaman dan juga bersih. Mungkin tempat nya aja agak mundur dan diperluas sedikit soalnya untuk parkir motor yang agak repot menurut saya. ”¹¹⁹

Sedangkan menurut Kakak Mila, yang memiliki pendapat sedikit berbeda dengan yang lainnya yaitu :

“ Kalau dari sarana yang digunakan masih banyak kurangnya sih, mulai dari daftar menu nya sudah agak pudar tulisannya, terus tempatnya kecil, kipas anginnya juga gak puas soalnya cuman satu ya. Parkiran juga gak ada. Ya saya harap lebih di perhatikanlah untuk kedepannya. ”¹²⁰

Adapun pendapat yang sama dengan Kak Mila, menurut Kakak Desmalia sarana fisik yang digunakan Pondok Cik Roza adalah :

“ Menurut saya kak, sarana yang digunakan di Pondok Cik Roza ini masih banyak kurangnya. Andaikan saja sarana yang digunakan seperti tempat Es Bidadari yang di kobar pasti bisa meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung dan membelinya. ”¹²¹

¹¹⁷ Roy, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹¹⁸ septia, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹¹⁹ Rahmat and Ferdi, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹²⁰ Mila, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

¹²¹ Desmalia, wawancara bersama konsumen Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi



Sekian banyak pendapat yang diungkapkan oleh konsumen Pondok Cik Roza, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa sarana fisik yang digunakan masih banyak kekurangan seperti daftar menu yang digunakan sudah rusak (tulisan pudar). Tempat yang digunakan masih sempit dan tidak menyediakan lokasi parkir yang memadai. Jumlah kipas angin yang digunakan juga sedikit sehingga sedikit pengap dan panas. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan minat beli konsumen mengalami penurunan.

9. Faktor Penghambat Penerapan Strategi

Adapun kendala yang dihadapi oleh owner atau pemilik usaha dari Pondok Cik Roza adalah :

“ Yang menjadi kendala utama saya dalam mengembangkan usaha ini yaitu dari segi tempat sih, karena kan tempat ini masih terlalu sempit. Saya mau sih memperbesar ini tempat cuman ya posisi saya masih ngontrak, jadi susah mau untuk memperbesar tempat jualan nih. Disisi lain dari segi produk yang ditawarkan sering kali terjadi kekosongan stock bahan produk yang digunakan, promosi yang saya lakukan masih kurang aktif dalam penggunaannya seperti di Grab/Gojek, instagram, facebook, dan lain – lain. Paling saya sering posting di watshapp aja. Dan untuk promosi melalui media cetak juga belum di terapkan karena keterbatasan biaya juga sih. Nah kalo dari segi produk ya mungkin saat ini saya hanya terfokus pada menu es kocok durian dan es pokat kocok. Untuk menu lainnya saya stop dulu karena sedikit kerepotan sebab karyawan kan gak ada untuk bantu – bantu saya sekarang. Hal – hal yang saya sebutkan di ataslah yang menjadi penghambat perkembangan usaha di Pondok Cik Roza, jadi memang dari segi pendapatan kami belum mengalami peningkatan, ditambah lagi dengan adanya pandemi yang mana tingkat perekonomian menurun sehingga menyebabkan daya beli konsumen itu menurun. Selain itu, kita juga tidak bisa pergi kemana – mana. ”¹²²

¹²² Ibu Rio Rozalia, Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza, March 11, 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



a. Faktor Internal

Ditinjau dari segi faktor internal permasalahan yang di temukan Pondok Cik Roza adalah tidak mempunyai struktur organisasi yang memadai, sumber daya manusia yang dimiliki juga termasuk minim atau rendah. Karena Pondok Cik Roza juga salah satu yang bergerak di bidang jasa maka penghambat utamanya adalah karyawan yang belum memadai. Disisi lain distribusi barang juga belum efektif untuk skala daerah, hal ini disebabkan produk yang dihasilkan masih baru masuk pasar. Sehingga masyarakat masih banyak yang belum mengetahui akan produk ini. Persoalan lainnya adalah karyawan di Pondok Cik Roza terbilang masih sedikit atau belum maksimal, akan tetapi pada bulan – bulan tertentu atau musim tertentu, Pondok Cik Roza sangat membutuhkan karyawan untuk memasarkan produknya. Untuk mengatasi persoalan tersebut Pondok Cik Roza biasanya memaksimalkan kinerja karyawan sehingga terkadang banyak pesanan yang terlambat pengiriman atau pelayanan yang terlalu lama yang menyebabkan konsumen akan jenuh dan bosan dalam menunggu pesanannya.

b. Faktor Eksternal

Sedangkan meninjau dari faktor eksternal, permasalahan yang dihadapi Pondok Cik Roza yaitu pada produk Pondok Cik Roza menawarkan dengan harga yang bervariasi pada setiap produknya sehingga kendala yang dihadapi saat ini adalah persaingan produk es kocok durian dan es pokat kocok yang mana diluar sana banyak juga yang menjual produk yang sejenis bahkan juga telah memiliki nama yang sangat terkenal. Selain itu, pandemi yang berkepanjangan merupakan salah satu penghambat peningkatan pendapatan. Hal ini dikarenakan banyak orang yang hanya memilih untuk dirumah saja mengkonsumsi makanan yang seadanya. Hal itu juga merupakan penghambat dalam memasarkan produknya di Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



10. Dampak omzet penjualan terhadap manajemen keuangan syariah

Omzet penjualan yang diperoleh pada Pondok Cik Roza di kelola belum sesuai dengan manajemen keuangan syariah. Sebagaimana wawancara bersama pihak owner Pondok Cik Roza menyatakan bahwa:

“Kalo untuk pembukuan ya saya belum menerapkan secara maksimal. Karena kan gini saya tidak memakai struk pembelian jadi ya paling saya mencatat berapa pemasukan hari ini aja gitu, nah untuk pengeluaran juga begitu. Terus kalo pengalokasian dana nya ya itu tadi untuk modal usaha, kebutuhan rumah tangga, bayar cicilan dan ada juga lah saya sedekah walaupun gak banyak- banyak amat.”

Berdasarkan pernyataan dari Ibu Rio Rozalia selaku pihak Owner-nya bahwasannya hasil yang diperoleh setiap harinya di porsikan sesuai kebutuhan seperti untuk keperluan modal dalam mengembangkan usahanya dan sebagian digunakan untuk bersedekah. Namun yang menjadi permasalahannya yaitu Pondok Cik Roza belum menerapkan pembukuan atau pengelolaan keuangan secara baik dan sehat. Sehingga pihak owner sedikit mengalami kesulitan dalam menentukan keuntungan serta kerugian secara tepat dan akurat. Ditambah lagi dengan gaya hidup yang terlalu mengikuti perkembangan dunia sehingga sulit sekali untuk menyisihkan sebagian hasil penjualan sebagai bentuk tabungan atau investasi di masa yang akan datang.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Strategi pemasaran merupakan salah satu tindakan yang dilakukan untuk mempengaruhi calon konsumen atau pelanggan. Teknik pemasaran yang baik didukung dengan adanya strategi pemasaran yang efektif. Melihat kondisi saat ini, kondisi dimana persaingan dunia bisnis semakin kuat maka, setiap pengusaha dituntut agar pandai dalam memilih strategi pemasaran yang pas sesuai usaha yang dilakukannya. Umumnya, tujuan dari setiap pengusaha adalah mencapai hasil yang maksimal, memperoleh laba, serta menjunjung pertumbuhan usahanya. Apabila hal ini tercapai penghasilan akan mudah diperoleh dan bahkan lebih dari sebelumnya, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan dan penghasilan suatu perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Strategi Marketing Mix yang diterapkan pada usaha Pondok Cik Roza dalam meningkatkan Omzet penjualan

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari suatu konsumen. Produk dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu produk barang (benda berwujud) dan produk jasa (tidak berwujud). Produk barang ini meliputi Makanan, minuman dan benda- benda lainnya. Sedangkan pada produk jasa meliputi jasa dokter, jasa perhotelan, jasa perbankan dan jasa lainnya.¹²³

Menurut pendapat Kottler yang menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar sebagai pemenuhan kebutuhan maupun keinginan konsumen. Namun jika ditinjau dari perspektif islam, syariah islam mempunyai batasan tertentu mengenai definisi produk. Dalam pandangan islam ada beberapa hal yang perlu di perhatikan ketika menawarkan sebuah produk, yaitu :

- a. Produk yang dijual dibutuhkan oleh semua orang
- b. Produk yang ditawarkan harus jelas baik dalam segi ukuran, takaran dan komposisi serta menggunakan bahan yang baik
- c. Produk yang dijual tidak rusak ataupun cacat
- d. Produk yang diperjualbelikan adalah produk halal
- e. Produk yang dijual tidak mengandung unsur gharar ataupun penipuan
- f. Produk yang dijual tidak mencampur anatara kualitas yang rendah dengan kualitas yang baik.

Dalam sebuah Hadist Rasulullah disebutkan yang artinya :

“ tidak dihalalkan bagi seorang muslim menjual barang yang cacat.

Kecuali ia memberitahukannya”. (HR Ibnu Majah dan Ibnu Hambali)

Pernyataan ini juga dipertegas dalam Al-Qur’an Surah al-Muthaffifin (83): 1-3 yang artinya :

¹²³ Kasmir And Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)* (Depok: Kencana, 2017), Hm.52.

“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”.

Uraian diatas menjelaskan tentang hukum menjual produk yang cacat dan disembunyikan adalah haram. Artinya, produk barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen haruslah yang berkualitas sesuai yang dijanjikan.¹²⁴

Berdasarkan Hasil wawancara yang dilakukan peneliti Bersama Owner Pondok Cik Roza yaitu Ibu Rio Rozalia bahwa “Saat ini Pondok Cik Roza menawarkan berbagai macam produk olahan durian dan juga pokat seperti es durian kocok dengan topping coklat dan keju, es pokat kocok dengan topping coklat dan keju, serta puncake durian”¹²⁵. Pondok Cik Roza juga telah menerapkan produk sesuai dengan syari’at islam. Dimana kualitas produk yang diperjual belikan sangat baik dan pastinya halal untuk dikonsumsi semua kalangan, baik dari kalangan anak – anak, remaja sampai tua.

2. Harga

Harga merupakan sejumlah nominal uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang ataupun jasa. Penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menetapkan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan juga menyebabkan tidak lakunya produk yang ditawarkan di pasaran. Tujuan dari penetapan harga yakni sebagai berikut :

- a. Untuk bertahan hidup
- b. Untuk memaksimalkan harga
- c. Untuk memperbesar market share
- d. Mutu produk

¹²⁴ Hamdi Agustin, *Study Kelayakan Bisnis Syariah* (Depok: Pt Rajagrafindo Persada, 2018), Hal.98.

¹²⁵ Rozalia, Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi



e. Karena pesaing¹²⁶

Dalam menentukan harga tidak boleh menggunakan cara – cara yang dapat merugikan pembisnis lainnya. Islam tidak melarang dalam mengambil keuntungan. Namun, untuk mengambil keuntungan itu janganlah terlalu berlebihan. Karena, jika harga yang diterapkan itu wajar maka pedagang tersebut pasti akan unggul dalam kuantitas. Dengan kata lain, mendapat banyak keuntungan dari banyaknya barang yang terjual, maka semakin tampak nyata lah keberkahan rezekinya. Dalam islam juga dianjurkan untuk menetapkan harga sesuai dengan kondisi barang yang dijual.

Pada suatu ketika, Rasulullah pernah marah saat melihat seseorang pedagang menyembunyikan jagung basah dibawah jagung kering, kemudian si pedagang menjualnya dengan harga tinggi. dalam sebuah Hadist Rasulullah mengatakan :

“ Mengapa tidak engkau letakkan yang kebasahan itu di atas bahan makanan itu, sehingga orang – orang dapat mengetahui keadaannya. Barang siapa menipu, maka ia bukanlah masuk golongan kita ”. (HR Muslim)

Dari kutipan Hadist diatas, dapat kita simpulkan bahwa islam mengajarkan kita bagaimana cara berdagang yang jujur. Dalam penentuan harga itu juga sangat berpengaruh terhadap usaha yang kita lakukan. Islam telah menegaskan bahwa dalam penentuan harga hendaklah disesuaikan dengan kondisi barang yang ditawarkan.¹²⁷

Berdasarkan teori diatas, penulis melakukan penelitian langsung turun kelapangan yang menunjukkan bahwa strategi harga yang diterapkan telah sesuai dengan teori yang ada. Berdasarkan hasil penelitian wawancara bersama salah satu konsumen pada Pondok Cik Roza yaitu kakak Dessy :

“ Menurut saya harga yang ditawarkan disini worth it sih. Karena kan untuk buah durian ini kan musim-musiman jadi ya wajarlah dengan harga

¹²⁶ Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi), Hlm. 54.

¹²⁷ Agustini, *Study Kelayakan Bisnis Syariah*, Hlm. 99-100.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi



segitu. Dan untuk harga segini sih gak mahal bagi orang yang emang benar-benar menyukai duren gitu.”¹²⁸

Sementara itu wawancara bersama Ibu Rio Rozalia selaku owner Pondok Cik Roza bahwa :

“ Dari segi harga sih sebenarnya saya tidak berani menentukan harga sendiri. Ya, karena menurut saya sih bisa merusak harga pasaran pada umumnya. Jadi dalam menentukan harga yang saya terapkan di Pondok Cik Roza ini pastinya meninjau dari kualitas produk yang saya punya, dari segi bahan baku yang digunakan dan juga sesuai dengan harga pasaran yang telah ditetapkan.” Berikut penulis sajikan harga produk yang tersedia di Pondok Cik Roza kelurahan Thh Hok.

Tabel 4.3
Daftar Harga Produk Pondok Cik Roza

NO	NAMA PRODUK	HARGA (Rp)
1.	Es Kocok Durian Topping Coklat	15.000
2.	Es Kocok Durian Topping Keju	15.000
3.	Es Pokat Kocok Topping Coklat	10.000
4.	Es Pokat Kocok Topping Keju	10.000
5.	Puncake Durian	10.000

Sumber : Owner Pondok Cik Roza¹²⁹

Dari penjabaran tabel diatas, penulis menyimpulkan bahwa dari sekian banyak produk yang ada di Pondok Cik Roza hanya terdapat 5 jenis produk yang tersedia setiap harinya. Hal ini dikarenakan stock barang yang digunakan masih banyak kosong atau tidak tersedia kembali. Nah, jika kita tinjau dari segi harga yang ditetapkan Pondok Cik Roza sangatlah ekonomis sehingga bisa dijangkau untuk seluruh kalangan masyarakat jambi baik itu anak – anak, remaja, maupun orang dewasa dan tua.

¹²⁸ Dessi, Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza.

¹²⁹ Rozalia, Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

3. Lokasi / Distribusi

Distribusi merupakan suatu kegiatan perusahaan dalam mengelola produk yang dimilikinya sehingga mudah untuk diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran dengan cara memasarkan produk tersebut. Distribusi ini terdiri dari jenis hubungan, perantara, penyimpanan, lokasi dan transportasi.

Dalam menentukan place atau saluran distribusi, secara islami perusahaan harus mengutamakan tempat- tempat yang sesuai dengan target pasaran, sehingga dapat berjalan secara efektif dan efisien. Pada dasarnya, perbedaan antara bisnis islam dan non islam terletak pada aturan operasional yang menjadikan halal dan haram dari suatu produk tersebut dan juga dalam menentukan marketing mix juga harus dilandaskan dengan prinsip – prinsip islami yaitu keadilan dan kejujuran.

Tujuan dari distribusi adalah mempercepat barang agar sampai ke tangan konsumen atau pasar pada waktu yang telah di tetapkan. Adapun kriteria dalam memenuhi kebijakan distribusi yaitu ketepatan dan kecepatan waktu tiba di tangan pembeli, keamanan suatu produk dari kerusakan, sarana kompetisi dalam memberikan kecepatan dan ketepatan memenuhi kebutuhan konsumen

Dalam islam juga melarang adanya ikhtikar atau penimbunan suatu barang. Sebab ikhtikar akan menyebabkan berhentinya saluran distribusi yang pada akhirnya terjadinya kelangkaan. Hal ini pula juga mengakibatkan harga akan suatu barang itu naik atau meningkat. Adapun hadist yang menjelaskan larangan tindakan ikhtikar sebagai berikut.

“ *Tidaklah orang melakukan ikhtikar itu kecuali ia berdosa.*” (HR Muslim, Ahmad, dan Abu Dawud).¹³⁰

Lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sangat strategis, dimana lokasi penjualan terletak di pinggir jalan umum di tempat keramaian dan jalan lintas ke arah bandara baru. Berdasarkan hasil wawancara bersama salah satu konsumen Pondok Cik Roza sebagai berikut :

“ Lokasinya sih bagus, apalagi untuk yang di Thehok ini ya. Karena untuk lokasi yang di Thehok ini pas di pertigaan simpang, dipinggir jalan.

¹³⁰ Agustin, *Study Kelayakan Bisnis Syariah*, Hlm. 103.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Apalagi dia buka sampe malam. Karenakan malam disini kan agak dicari juga jadi bisa membantu target ekonomi juga lah.”¹³¹ Adapun lokasi atau saluran distribusi pada Pondok Cik Roza telah diterapkan sesuai dengan prinsip – prinsip islam. Dimana lokasi yang digunakan cukup strategis dan dapat terjangkau oleh banyak konsumen. Serta Pondok Cik Roza juga menerapkan keadilan dan kejujuran dalam usaha nya.

4 Promosi

Promosi merupakan suatu alat yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang mereka jual sehingga produk atau barang tersebut dapat terjual sesuai dengan target yang telah ditentukan.

Tujuan dari promosi adalah memberikan informasi kepada konsumen tentang potensial kualitas barang atau produk yang mereka jual serta mengingatkan konsumen akan keunggulan produk yang ditawarkan.¹³² Adapun beberapa sarana promosi yang digunakan dalam meningkatkan penjualan yaitu:

- a. Periklanan (advertising) adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumennya.
- b. Promosi penjualan (sales promotion) adalah promosi yang dilakukan untuk menarik pelanggan agar segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Atau suatu insetif jangka pendek untuk mendorong pembeli atau penjualan produk maupun jasa.
- c. Publisitas (publicity) adalah kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya.
- d. Penjualan pribadi (personal selling) adalah suatu tindakan promosi yang dilakukan melalui salesman dan salesgirl. Bagi sebagian perusahaan

¹³¹ Deni, Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza.

¹³² Agustin, Hal. 100.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



personl selling dilakukan oleh petugas customer service atau service assistance.¹³³

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis secara langsung, Pondok Cik roza telah melakukan promosi melalui personal selling dan periklanan di sosial media seperti Watshapp, Facebook, Instagram, Grab / Gojek, Mitra Bisnis dan linkAja. Namun untuk pengaplikasian nya lebih aktif dilakukan melalui via watshapp saja. Hal ini dikarenakan pihak owner belum menguasai ilmu digital marketing atau pemasaran secara digital.

Pada dasarnya promosi yang dilakukan sudah baik, namun alangkah baiknya apabila promosi yang dilakukan ditingkatkan lagi dan disesuaikan dengan syari'at islam yang memegang teguh etika promosi kepada calon konsumennya. Seperti menghindari kebohongan, berlebihan dalam promosi dan menjaga kejujuran dan janji. Dan perlu diingatkan bahwasannya segala tindakan yang kita lakukan selalu diawasi oleh Allah SWT. maka berhati – hati dalam menjaga aktivitas promosi.¹³⁴

5. Orang atau Partisipan (People)

Orang (people) adalah seluruh pelaku yang memainkan peran dalam proses penjualan sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. elemen – elemen dari people adalah pegawai perusahaan (karyawan), pemilik usaha (owner) dan juga konsumen (pelanggan). Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan pun juga memiliki pengaruh terhadap persepsi konsumen atau peningkatkan omzet penjualan.

Orang (people) dalam marketing-mix ini adalah orang – orang yang terlibat langsung dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan dan factor yang memegang peranan penting bagi semua orgnisasi. Maka tiap karyawan dituntut agar memiliki skill (kemampuan), sikap, komitmen, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen.¹³⁵

¹³³ *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*, Hlm. 59.

¹³⁴ Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Hlm. 137-138.

¹³⁵ Hurriyati, *BAURAN PEMASARAN & LOYALITAS KONSUMEN*, Hlm. 62.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hasil observasi yang dilakukan peneliti, dari segi orang (people) pada Pondok Cik Roza terdiri dari owner atau pemilik usaha yaitu Ibu Rio Rozalia dan satu karyawan yaitu Kakak Novia yang ikut turut membantu dalam usaha Pondok Cik Roza serta beberapa konsumen atau pelanggannya. Dimana pihak owner maupun karyawan memiliki sikap dan tindakan yang sangat baik terhadap konsumen atau pelanggan serta untuk cara berpakaian dan penampilan karyawan pun juga bagus dan rapi.

6. Proses (Process)

Proses merupakan segala prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan produk yang ditawarkan. Elemen proses ini memiliki makna suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya dalam memenuhi keperluan dan keinginan konsumennya. Semua kegiatan kerja adalah proses, dimana proses melibatkan prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, aktifitas serta rutinitas dengan apa produk atau jasa disalurkan ke pelanggan.¹³⁶

Adapun hasil wawancara peneliti bersama owner Pondok Cik Roza yaitu Ibu Rio Rozalia sebagai berikut :

“ Saya jualan mulai dari jam 10 pagi hingga 10 malam. Terkadang juga tergantung kondisi cuaca lah gitu, karena saya ini kan jualan es ya gitu, jadi kalau hujan biasanya saya cepat tutup. Untuk dalam hal penyajian atau pembuatan produk pastinya akan saya lakukan dengan cepat. Nah kalau dari segi pelayanan konsumen, misalkan nih posisi lagi rame, pastinya saya mendahulukan konsumen yang lebih dulu dalam memesan. Untuk konsumen yang lainnya saya suruh duduk dulu sambil menunggu pesannya dibuat gitu.”¹³⁷ Disamping itu, sebelum pembukaan warung Pondok Cik Roza, karyawan melakukan pembersihan lokasi terlebih dahulu seperti menyapu lantai, atau membersihkan alat – alat yang digunakan untuk jualan, kemudian menyiapkan semua bahan atau produk yang akan ditawarkan. Begitu juga sebaliknya, pada saat penutupan warung. Karyawan membersihkan semua alat

¹³⁶ Hurriyati, Hlm. 64.

¹³⁷ Rozalia, Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



– alat yang sudah terpakai. Perlu diketahui bahwa cuaca juga sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha Pondok Cik Roza.

7. Sarana fisik (Physical Evidence)

Berdasarkan pendapat Zeithaml and Bitner yang menyatakan bahwa :

“ The environment in which the service is delivered and where firm and customer interact and any tangible component that facilitate performance or communication of the service ”.

Sarana fisik merupakan segala sesuatu yang secara nyata dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Unsur – unsur yang termasuk kategori sarana fisik antara lain lingkungan fisik seperti bangunan yang digunakan, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang – barang lainnya yaitu tiket, sampul, label dan lain sebagainya.¹³⁸

Dimana yang kita ketahui bahwasannya sarana fisik dalam marketing mix sangatlah berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Konsumen akan merasa nyaman dan betah jika sarana fisik yang digunakan memadai. Sarana fisik yang diterapkan oleh Pondok Cik Roza sudah termasuk baik, fasilitas yang digunakan juga cukup memadai.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis, sarana fisik yang diterapkan pondok cik roza sudah cukup memadai seperti lingkungan yang digunakan cukup strategis karena lokasi nya di pinggir jalan, sehingga ramai orang yang melewatinya. Untuk fasilitas lainnya juga baik seperti meja, kursi, kipas angin, hiasan dinding dan lain sebagainya. Namun masih ada kekurangannya seperti daftar menu yang digunakan sudah terlihat tidak bagus dan tulisannya sedikit memudar, spanduk yang digunakan juga sudah sedikit rusak, tempat yang digunakan masih kecil, penataan tempat duduk yang kurang beraturan, serta sarana parkir yang belum memadai.

¹³⁸ Hurriyati, Hlm. 63-64.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Kendala yang dihadapi dalam strategi marketing mix pada usaha Pondok Cik Roza untuk meningkatkan omzet penjualan

1. Sumber dana sebagai modal yang masih terbatas

Dalam membuka usaha, tentunya suatu modal yang digunakan akan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha, biasanya modal juga sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Semakin besar modal yang kita gunakan maka semakin besar pula peluang kita dalam memperluas akan usaha tersebut. begitu juga sebaliknya apabila modal yang kita gunakan kecil maka sulit baginya untuk memperluas usaha.¹³⁹ Sebagaimana yang telah dijelaskan melalui wawancara penulis bersama Ibu Rio Rozalia selaku owner di Pondok Cik Roza adalah :

“Yang menjadi kendala utama saya dalam mengembangkan usaha ini yaitu dari segi tempat sih, karena kan tempat ini masih terlalu sempit. Saya mau sih memperbesar ini tempat cuman ya posisi saya masih ngontrak, jadi susah mau untuk memperbesar tempat jualan nih. Disisi lain dari segi produk yang ditawarkan sering kali terjadi kekosongan stock bahan produk yang digunakan, promosi yang saya lakukan masih kurang aktif dalam penggunaannya seperti di Grab/Gojek, instagram, facebook, dan lain – lain. Paling saya sering posting di watshapp aja. Dan untuk promosi melalui media cetak juga belum di terapkan karena keterbatasan biaya juga sih. Nah kalo dari segi produk ya mungkin saat ini saya hanya terfokus pada menu es kocok durian dan es pokat kocok. Untuk menu lainnya saya stop dulu karena sedikit kerepotan sebab karyawan kan gak ada untuk bantu – bantu saya sekarang. Hal – hal yang saya sebutkan di ataslah yang menjadi penghambat perkembangan usaha di Pondok Cik Roza, jadi memang dari segi pendapatan kami belum mengalami peningkatan, ditambah lagi dengan adanya pandemi yang mana tingkat perekonomian menurun sehingga menyebabkan daya beli konsumen itu menurun. Selain itu, kita juga tidak bisa pergi kemana – mana.”¹⁴⁰

¹³⁹ Subhan, “Strategi Pemasaran Syariah Pada Bmt Al-Amanah Dalam Meningkatkan Modal Dan Penyaluran Pembiayaan,” Hlm 107.

¹⁴⁰ Rozalia, Hasil Wawancara dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Penjelasan dari Ibu Rio Rozalia selaku owner Pondok cik Roza diatas menerangkan bahwasannya sumber dana sebagai modal menjadi salah satu kendala dalam meningkatkan omzet penjualan terkhusus di Pondok Cik Roza. Dimana dalam wawancara tersebut beliau menyebutkan bahwa kendala yang dihadapi seperti produk yang ditawarkan sering terjadinya kekosongan, tempat yang digunakan sulit untuk diperbesar karena masih mengontrak, area parkir yang juga belum memadai serta belum adanya promosi yang dilakukan melalui media cetak. hal tersebut tidak dapat dilaksanakan dengan baik karena kendala modal yang belum memadai.

2. Persaingan bisnis yang semakin ketat

Melihat kondisi sekarang, banyak sekali para pengusaha yang melakukan usaha baik itu usaha yang sejenis maupun berbeda. Maka setiap pengusaha dituntut agar pandai dalam memilih strategi pemasaran yang pas sesuai usaha yang dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama owner Pondok Cik Roza menyatakan bahwa :

“Peluang yang saya peroleh dari usaha ini itu tadi karena hobi, jadinya pembangkit motivasi bukan karena lihat-lihat orang sih. Memang karena hobi tadi ditekunin. Bukan karena rame orang musim es. Kalau karena musim-musiman biasanya orang cepat bosan, tapi ini memang karena hobi, ditekunin jadi dak bosan-bosan.”¹⁴¹

Penjelasan dari Ibu Rio Rozalia menjelaskan bahwa peluang dalam membuka usaha ini bukan dikarenakan trend atau lihat – lihat orang. Akan tetapi yang menjadi motivasi dalam memulai usaha ini yaitu dikarenakan sebuah hobi. Biasanya apabila seseorang memulai usaha dikarena unsur ikut – ikutan maka orang tersebut akan berasa cepat bosan akan usaha yang dilakukan. Namun adapula rancangan owner Pondok Cik Roza dalam menghadapi persaingan bisnis sebagai berikut :

¹⁴¹ Rozalia, Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



“Karena es ini yang pertama kan di jambi bahkan di indonesia pun yang pertama es durian kocok ini kan, jadi karena jadi pelopor yang pastinya jaga kualitas, jaga pelayanan, terus jangan takutlah rezeki kan udah di bagi-bagi.”¹⁴²

Wawancara bersama Ibu Rio Rozalia memberikan sebuah deskripsi bahwasanya dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, tindakan yang dilakukan owner Pondok Cik Roza yaitu tetap menjaga kualitas serta pelayanan. Selalu positif thinking dan terus optimis berusaha serta berdo'a karena pada dasarnya rezeki itu sudah diatur oleh Allah SWT.

3. Pandemi covid-19 yang berkepanjangan

Lingkungan pemasaran merupakan suatu kekuatan serta pelaku secara keseluruhan yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam melakukan transaksi bisnis secara efektif dan efisien dengan pesaingnya. Dengan munculnya pandemic covid-19 ini banyak sekali memberikan dampak dari berbagai sektor termasuk pada sektor perekonomian. Tidak hanya pemerintah yang merasakan dampak ini. namun untuk masyarakat kecil khususnya para UMKM (Usaha mikro, kecil dan menengah) pun turut merasakan dampak ini termasuklah pada usaha Pondok Cik Roza. Akibat dari musibah ini, maka operasional pada usaha ini pun tidak dapat berjalan sepenuhnya dikarenakan adanya penerapan sosial distancing pada saat itu. akibat dari munculnya pandemi. hal ini tidak menurunkan semangat dari pihak owner agar terus berusaha dan berdo'a dalam kemajuan usahanya. sebagaimana hasil wawancara yang saya lakukan dengan owner Pondok Cik Roza sebagai berikut:

“Di pondok cik roza ini sangat menerapkan protokol kesehatan sesuai yang telah dianjurkan oleh pemerintah. Hal yang biasanya kami lakukan seperti menggunakan masker, mencuci tangan ataupun menggunakan hand sanitizer sebelum melakukan transaksi, dan juga menjaga jarak.”¹⁴³

Hasil wawancara bersama Ibu Rio Rozalia mendeskripsikan bahwa pada usaha Pondok Cik Roza telah mengikuti anjuran pemerintah dengan mematuhi

¹⁴² Rozalia, Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza.

¹⁴³ Rozalia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi

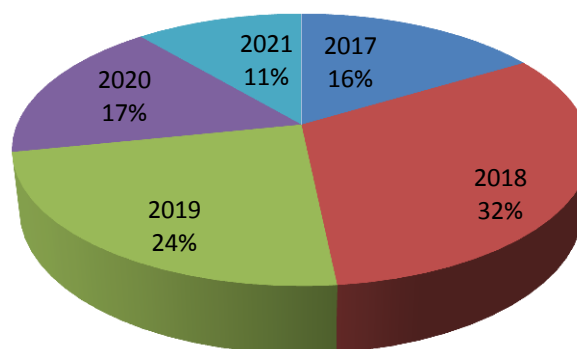
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi



protokol kesehatan seperti menggunakan masker, mencuci tangan ataupun menggunakan hand sanitizer dan menjaga jarak saat pandemi berlansung.

144 Dampak omzet penjualan Pondok Cik Roza terhadap Manajemen Keuangan Svariah

Data Omzet penjualan di Pondok Cik Roza Tahun 2017-2021



Sumber : Owner Pondok Cik Roza

Berdasarkan hasil Data Omzet Penjualan pada usaha Pondok Cik Roza, dapat disimpulkan bahwasanya omzet penjualan yang diperoleh Pondok Cik Roza mengalami penurunan yang cukup drastis dari tahun 2019 hingga tahun 2021. Dimana hasil persentase menunjukkan, pada tahun 2017 omzet penjualan yang diperoleh Pondok Cik Roza sebesar 16%. Pada tahun 2018 omzet penjualan mengalami kenaikan yang cukup tinggi sebesar 32%. Namun pada tahun 2019 omzet penjualan mengalami penurunan menjadi 24%. Kemudian pada tahun selanjutnya omzet penjualan mengalami penurunan terus – terusan hingga tahun 2021. Dimana pada tahun 2020 omzet penjualan yang diperoleh sebesar 17% dan pada tahun 2021 sebesar 11% . dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, ada beberapa hal yang menyebabkan omzet penjualan sulit untuk di tingkatkan yaitu sebagai berikut :

1. Tidak adanya laporan keuangan yang memadai

Laporan keuangan adalah sekumpulan informasi atau data – data yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dimana data yang

¹⁴⁴ Rozalia.

diperoleh dapat dijadikan sebagai suatu gambaran kinerja keuangan perusahaan. Tujuan dari adanya laporan keuangan yaitu untuk memberikan informasi kepada pihak yang membutuhkan terhadap gambaran kondisi akan sebuah perusahaan dari sudut angka – angka dalam satuan moneter.¹⁴⁵ Sesuai dengan hasil wawancara peneliti bersama owner Pondok Cik Roza sebagai berikut :

“Kalo untuk pembukuan ya saya belum menerapkan secara maksimal. Karena kan gini saya tidak memakai struk pembelian jadi ya paling saya mencatat berapa pemasukan hari ini aja gitu, nah untuk pengeluaran juga begitu. Terus kalo pengalokasian dana nya ya itu tadi untuk modal usaha, kebutuhan rumah tangga, bayar cicilan dan ada juga lah saya sedekah walaupun gak banyak- banyak amat.”

Dapat kita simpulkan bahwa owner Pondok Cik Roza yaitu Ibu Rio Rozalia belum menerapkan sistem pembukuan yang memadai. Dimana pemilik usaha masih mencampur adukkan antara pengeluaran penjualan usaha dengan pengeluaran untuk kebutuhan rumah tangga. Sehingga hal inilah yang memberikan dampak omzet penjualan sulit untuk di tingkatkan dan sehingga pendapatan yang diperoleh pun akan menurun.

2. Adanya sikap pemborosan dalam menggunakan omzet penjualan yang di peroleh

Manajemen keuangan merupakan ilmu yang mempelajari tentang penggunaan akan suatu keuangan baik dari sisi perolehan dana, pengalokasian dana, serta pembagian keuntungan sebuah perusahaan. Namun untuk manajemen keuangan syariah yaitu suatu perencanaan keuangan yang dilakukan berdasarkan prinsip – prinsip syariah. Tujuan dari manajemen keuangan adalah agar pihak perusahaan dapat mengelola keuangan yang tersedia sehingga mendapat omzet penjualan yang telah direncanakan pada

¹⁴⁵ Wastam Wahyu Hidayat, *Dasar - Dasar Analisa Laporan Keuangan* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2018), Hlm.2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

awalnya¹⁴⁶. Dari hasil wawancara yang dilakukan bersama pihak owner Pondok Cik Roza yaitu Ibu Rio Rozalia menjelaskan bahwa :

“Terus kalo pengalokasian dana nya ya itu tadi untuk modal usaha, kebutuhan rumah tangga, bayar cicilan dan ada juga lah saya sedekah walaupun gak banyak- banyak amat.”

Dapat disimpulkan bahwa, dari hasil wawancara serta observasi yang dilakukan penulis. Selain pemilik usaha rajin bersedekah namun sikap keinginan yang dimiliki pihak owner pun semakin tinggi seperti berbelanja yang bukan merupakan suatu kebutuhan pokok yaitu pembelian atau mengoleksi tupperware dengan menggunakan uang penjualan, memperbayak cicilan yang menyebabkan hutang yang harus dibayar setiap bulan nya dan lain sebagainya. Sedangkan dalam islam sudah jelas, bahwasannya kita sebagai umat islam dianjurkan untuk selalu bersikap hemat. Menghindarkan sikap pemborosan sebab hal itu merupakan perilaku tercela dalam pandangan islam. Hal ini pula lah yang memberikan dampak omzet penjualan sulit untuk ditingkatkan atau dikembangkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



¹⁴⁶ Mokhamad Anwar, *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan* (Jakarta: Kencana, 2019), Hlm 5.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dalam hal ini maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Strategi marketing mix yang dominan diterapkan di Pondok Cik Roza adalah 7p yang terdiri dari product, price, place, promotion, people, process, physical evidence. Produk yang ditawarkan pada Pondok Cik Roza masih sering terjadinya kekosongan stock bahan baku yang digunakan. Harga yang ditetapkan oleh Pondok Cik Roza relatif terjangkau dan sangat bersaing. Lokasi Pondok Cik Roza yang digunakan sangat strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat jambi khususnya. Kurang aktifnya Promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza di media sosial. Orang yang turut berperan dalam usaha Pondok Cik Roza seperti Ibu Rio Rozalia selaku pemilik usaha, kakak novia selaku karyawan, serta beberapa konsumen lainnya. Waktu operasional Pondok Cik Roza dilakukan mulai pukul 10.00 pagi hingga 22.00 malam wib. Sarana fisik yang diterapkan di Pondok Cik Roza masih belum tersedia dengan baik.
2. Adapun kendala yang dihadapi Pondok Cik Roza dalam meningkatkan Omzet penjualan terdiri menjadi tiga bagian. Pertama, sumber dana sebagai modal yang masih terbatas, dimana yang diketahui modal yang digunakan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu usaha. Apabila modal yang digunakan suatu usaha besar maka keuntungan yang diperoleh pun besar begitu juga sebaliknya apabila modal yang digunakan usaha kecil, maka keuntungan yang diperoleh pun juga kecil. Kedua, persaingan bisnis yang semakin ketat, walaupun persaingan bisnis semakin ketat namun pihak owner tetap optimis dan selalu berusaha serta berdo'a. Ketiga, pandemi covid-19 yang berkepanjangan. Hal ini merupakan kendala yang mungkin bukan hanya pada Pondok Cik Roza saja. Namun kendala ini juga dirasakan oleh semua msyarakat khususnya di indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3. Dampak omzet penjualan terhadap manajemen keuangan syariah adalah tidak adanya laporan keuangan yang memadai. Sehingga hal ini menyebabkan pihak owner sering mencampur adukan antara pengeluaran penjualan dengan pengeluaran kebutuhan rumah tangga. Akibatnya pendapatan yang diperoleh pun menurun. Kemudian adanya sikap pemborosan dalam menggunakan omzet penjualan yang diperoleh. Hal ini dikarenakan banyaknya keinginan pihak owner untuk memiliki akan suatu produk diluar kebutuhan pokok (primer) nya seperti memperbanyak cicilan serta pengoleksian barang branded seperti tupperware.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

- a. Kepercayaan yang diberikan konsumen kepada Pondok Cik Roza yang dapat berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan Pondok Cik Roza tersebut. sehingga strategi marketing mix dapat dioptimalkan untuk mengembangkan usaha menjadi lebih maju.
- b. Pengetahuan masyarakat tentang Produk Pondok Cik Roza, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan sarana fisik juga sangat berpengaruh terhadap peningkatan daya jual. Masyarakat yang sudah mengenal produk Pondok Cik Roza tentu telah mengetahui bagaimana cita rasa yang khas ditawarkan sangatlah berbeda dipasaran lain.
- c. Omzet penjualan yang baik akan menumbuhkan rasa syukur dalam diri pemilik usaha Pondok Cik Roza dengan apa yang telah mereka raih, dan dari pendapatan yang layak inilah juga dapat memenuhi kebutuhan pokok rumah tangga mereka.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi peneliti dan dosen. Dalam hal ini, membenahi diri sehubungan dengan pelaksanaan strategi marketing mix dari produk Pondok Cik Roza yang telah dilakukan dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

memperhatikan pengaruh-pengaruh internal dan eksternal dalam memaksimalkan omzet penjualan itu sendiri.

C. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran kepada Pondok Cik Roza yaitu sebaiknya Pondok Cik Roza lebih memantapkan lagi jenis produk yang ditawarkan sehingga mengurangi risiko kekosongan stok barang, menambah karyawan untuk membantu produksi Pondok Cik Roza, lebih memperhatikan promosi di media sosial, dikarenakan saat ini pondok Cik Roza belum banyak dikenal oleh masyarakat sehingga omzet penjualan di Pondok Cik Roza tidak mengalami peningkatan secara signifikan. Selain itu, hendaknya Pondok Cik Roza juga memperhatikan sarana fisik yang digunakan, karena hal ini akan berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen dalam berbelanja sehingga terciptalah loyalitas konsumen dan lebih memperhatikan manajemen keuangan yang akan sangat berpengaruh juga dalam meningkatkan omzet penjualannya.

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



DAFTAR PUSTAKA

A. Al – Qur'an

Al-Qur'an dan Departemen Agama, Bandung : Cordoba, 2016

B. Buku

Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Agustin, Hamdi. *Study Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: Pt Rajagrafindo Persada, 2018.

Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Anwar, Mokhammad. *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana, 2019.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers, 2019.

Darmanto, And Sri Wardaya. *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*. Cet.1. Yogyakarta: Deepublish, 2016.

Firmansyah, Anang, And Didin Fatihudin. *Globalisasi Pemasaran (Marketing Globalization)*. Cet.1. Yogyakarta: Deepublish, 2017.

Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua)*. Kedua. Yogyakarta: Bpfe, 2017.

Gozali, Achmad. *Teori Dan Praktik Pemasaran Barang Dan Jasa*. Jakarta: Cv Rizky Aditya, 2013.

Haryono, Cosmas Gatot. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Cet.1. Jawa Barat: Cv Jejak, 2020.

Hidayat, Wastam Wahyu. *Dasar - Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2018.

Humairaa, Ulfah Ainun. *Apa Sih, Strategi Pemasaran Itu ?* Makassar: Pustaka Taman Ilmu, 2021.

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi

J. Lexy, And Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2013.

Kasmir, And Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*. Depok: Kencana, 2017.

Kotler, Philip, And Kevin Lane Ketler. *Marketing Management, Thirteenth Edition*. 13 Jilid 1. Erlangga, 2008.

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Panuju, Redi. *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi-Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Surabaya: Kencana, 2018.

Sahla, Hilmiatus. "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam" 5 (2019): 5.

Salim, And Syahrums. *Metode Penelitian Kualitatif Konsep Dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan Dan Pendidikan*. Cetakan Kelima. Bandung: Citapustaka Media, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta, 2019.

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Sunyoto, Danang. *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi Dan Kasus)*. Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service), 2014.

Zainal, Veithzal Rivai, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, Husna Leila Yusran, And Andria Permata Veithzal. *Islamic Marketing Management*. Cet.1. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

Jurnal

Amatun, Anik. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Rumah Makan Embun Pagi Bengkulu." Skripsi, Universitas Bengkulu, 2006.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Thaha Saifuddin Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Thaha Saifuddin Jambi

Arafah, Mutia, Erni Alfisah, And Abdul Kadir. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Waroeng Pondok Bahari Banjarmasin Abstrak," N.D., 7.

Ayu, Widia Resti. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.

Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). "Ciri - Ciri Umkm Dan Contohnya." <https://Pajaknesia.Id/Ciri-Ciri-Usaha-Umkm/>. Accessed February 21, 2022. <https://Pajaknesia.Id/Ciri-Ciri-Usaha-Umkm/>.

Elyani, Elsyifaiqlima, Farida Yulianti, And Ervica Zamila. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Dirumah Makan Duta Rasa 26 Banjar Baru." *Universitasislam Kalimantanmuhammadarsyadal-Banjaribanjarmasin*, N.D.

Faizin, Imam. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah" 7 (2017): 23.

Fajriyah, Lilis Wahidatul. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaxo Ibu Pudji Ungaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam." Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2018.

Gefriansyah. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Pada Usaha Umkm Di Kota Jambi (Studi Pada Exotis Coffee)." Skripsi, Universitas Islam Negeri (Uin) Sulthan Tahaha Saifuddin, 2021.

Handika, Made Resta, And Gede Sri Darma. "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Volume 15, No. 2 (April 2018).

Ikhsan, Reza Fauzi, Abrista Devi, And Ahmad Mulyadi Kosim. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Kota Depok" 2, No. 2 (2021): 26.

Mulyani. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Bakmi Witosari 2 Purwokerto Timur." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019.

Safrianti, Sintia, And Veny Puspita. "Peran Manajemen Keuangan Umkm Di Kota Bengkulu Sebagai Strategi Pada Masa New Normal Covid-19." *Creative Research Management Journal* Voulume 4 Nomor 1 (2021): 16.

Selang, Christian A.D. “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.” *Jurnal Emba* Vol.1 No.3 (June 2013).

Subhan, Muhammad. “Strategi Pemasaran Syariah Pada Bmt Al-Amanah Dalam Meningkatkan Modal Dan Penyaluran Pembiayaan.” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta* Vol.2 No.1 (N.D.).

Wibowo, Dimas Hendika, Zainul Arifin, And Sunarti. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo).” *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* Vol. 29 No.1 (Desember 2015).

Yusnaeni. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Rumah Makan Panjalu Ratulangi Kota Palopo.” S K R I P S I, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo, 2019.

D. Lainnya

Agung, Bapak, And Ibu Tika. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Aldi, Abang. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 1, 2022.

Ali, Abang. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Deni, Abang. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Desmalia, Kakak. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Dessi, Kakak. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Eka, Kakak, Kakak Puput, And Kakak Essy. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, February 25, 2022.

Fitri, Kakak. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, February 25, 2022.

Ibu Roza. Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza, January 12, 2022.

Jojo, Abang, And Kakak Sessi. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 11, 2022.

Madhi, Abang. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

Mila, Kakak. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

Novi, Kakak. Wawancara Bersama Karyawanpondok Cik Roza, February 25, 2022.

Novita, Kakak. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, February 25, 2022.

Prtama, Handika Ari. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Rahmat, Abang, And Abang Ferdi. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 11, 2022.

Reza, Abang. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Ridho, Bapak. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

Roy, Abang. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

Rozalia, Ibu Rio. Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza, November 9, 2021. Pondok Cik Roza.

———. Hasil Wawancara Dengan Pemilik Pondok Cik Roza, March 11, 2022.

Septia, Kakak. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Siska, Kakak. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 9, 2022.

Ti, Abang. Wawancara Bersama Konsumen Pondok Cik Roza, March 8, 2022.

Lampiran I

Pertanyaan Wawancara Dengan Pemilik (Owner) Pondok Cik Roza

1. Apa yang menjadi latar belakang anda dalam membuka usaha ini ?
2. Bagaimana peluang anda dalam membuka usaha ini ?
3. Apa rancangan anda dalam menghadapi persaingan pasar ?
4. Apa strategi pemasaran yang anda gunakan untuk usaha anda ?
5. Apa kelebihan dan kekurangan dari usaha anda ?
6. Adakah inovasi produk dalam waktu dekat ?
7. Apakah Pondok Cik Roza ini telah menerapkan protokol kesehatan ?
8. Apa saja produk yang ditawarkan di Pondok Cik Roza ?
9. Apakah produk yang paling banyak dicari ?
10. Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual kurang memuaskan rasa informan ?
11. Bagaimana cara anda menetapkan harga dari produk yang anda jual ?
12. Apa promosi yang dilakukan oleh Pondok Cik Roza ?
13. Bagaimana cara anda menentukan diskon ?
14. Bagaimana proses yang dilakukan di Pondok Cik Roza ?
15. Apa saja kendala yang dihadapi oleh Pondok Cik Roza ?
16. Bagaimana dampak omzet penjualan terhadap manajemen keuangan syariah ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultthan Thaha Saifuddin

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultthan Thaha Saifuddin

Lampiran II

Hasil Wawancara Bersama Ibu Rio Rozalia Selaku Owner

Peneliti : Apa yang menjadi latar belakang anda dalam membuka usaha ini ?

Informan : Yang menjadi latar belakang saya dalam usaha ini yaitu awalnya suami saya hanya seorang pedagang durian yang berjualan di pinggir jalan di daerah thehok, karena saat berjualan durian ini tidak selalu habis setiap harinya sehingga menyebabkan durian-durian ini membusuk, maka ujung-ujungnya bakal jadi tempoyak. Nah dari nilai jual saja sudah menurun gitu kan, harga jual tempoyak ini sangat murah jika dibandingkan nilai jual durian yang masih segar. Jadi saya berdiskusi dengan suami saya bagaimana mengelola buah durian ini agar nilai jual nya lebih tinggi, mudah untuk dipasarkan dan rasanya pun juga nikmat. Selain itu, berdirinya usaha Pondok Cik Roza ini juga dilandaskan karena hobby saya yang suka minuman es.

Peneliti : Bagaimana peluang anda dalam membuka usaha ini ?

Informan : Peluang yang saya peroleh dari usaha ini itu tadi karena hobi, jadinya pembangkit motivasi bukan karena lihat-lihat orang sih. Memang karena hobi tadi ditekunin. Bukan karena rame orang musim es. Kalau karena musim-musiman biasanya orang cepat bosan, tapi ini memang karena hobi, ditekunin jadi dak bosan-bosan.

Peneliti : Apa rancangan anda dalam menghadapi persaingan pasar ?

Informan : Karena es ini yang pertama kan dijambi bahkan di indonesia pun yang pertama es durian kocok ini kan, jadi karena jadi pelopor yang pastinya jaga kualitas, jaga pelayanan, terus jangan takutlah rezeki kan udah di bagi-bagi.

Peneliti : Apa strategi pemasaran yang anda gunakan untuk usaha anda ?

Informan : Strategi pemasaran yang sudah dilakukan di Pondok Cik Roza berupa penetapan harga yang memadai, memanfaatkan sosial media, memberikan diskon kepada pelanggan ataupun konsumen baru setiap pembelian dalam jumlah banyak dan juga memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen itu merasa nyaman, betah dan terus membeli produk yang ada di Pondok Cik Roza.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufha Jambi

Peneliti : Apa kelebihan dan kekurangan dari usaha anda ?

Informan : Kelebihan Pondok Cik Roza adalah dalam penggunaan bahan baku dipilih secara langsung oleh saya sendiri, terutama buah durian itu langsung saya panen dari kebun suami saya sendiri, sehingga rasa durian ini pun dapat saya pastikan lebih enak karena durian ini memang masak pada batangnya, dan bukan hasil peraman yang sehari-hari. Dan juga untuk bahan baku yang lain seperti pokat, dogan, dan yang lainnya, itu saya terjun langsung kelapangan sehingga kualitas dari produk itu pun juga terjamin. Sedangkan kekurangan Pondok Cik Roza adalah tempat yang digunakan masih terlalu kecil dan juga untuk lahan parkirnya belum tersedia dengan baik. Sehingga pada saat ramai pengunjung konsumen sedikit kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya.

Peneliti : Adakah inovasi produk dalam waktu dekat ?

Informan : Inovasi yang telah saya rencanakan sih es krim duren. Rencana ini akan saya lakukan insyaallah dalam jangka waktu dekat ini yaitu bulan puasa. Jadi selain rasanya enak pastinya nyegerin dan pas untuk santapan saat berbuka puasa.

Peneliti : Apakah Pondok Cik Roza ini telah menerapkan protokol kesehatan ?

Informan : Di pondok cik roza ini sangat menerapkan protokol kesehatan sesuai yang telah dianjurkan oleh pemerintah. Hal yang biasanya kami lakukan seperti menggunakan masker, mencuci tangan ataupun menggunakan hand sanitizer sebelum melakukan transaksi, dan juga menjaga jarak.

Peneliti : Apa saja produk yang ditawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk yang saya tawarkan itu seperti es kocok durian, es pokat, puncake, cappucino duren, adonan duren. Nah untuk menu yang lain seperti tekwan, batagor, pempek, dan lain-lain, itu hanya sekedar sambilan aja, ya bisa dibilang sih iseng-iseng.

Peneliti : Apakah produk yang paling banyak dicari ?

Informan : Dari sekian banyak jenis produk yang tidak pernah putus setiap harinya adalah es durian kocok sama es pokat kocok. Jadi ada 2 jenis produk yang selalu dipesan setiap harinya tidak pernah putus.

Peneliti : Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual kurang memuaskan rasa informan ?

Informan : Jika produk yang saya jual kurang memuaskan cita rasa konsumen (pelanggan) saya memilih untuk berdiskusi langsung kepada konsumen itu, apa yang membuat dia merasa kurang puas dengan rasa produk itu. Sehingga saya dapat melakukan perbaikan terhadap kesalahan ini. ya syukur – syukur mereka memberi tahu, karena menurut saya kepuasan konsumen adalah pokok utama dalam membuka suatu usaha. Jadi saya akan tetap terus berusaha memperbaiki semua kesalahan yang membuat konsumen saya itu tidak puas.

Peneliti : Bagaimana cara anda menetapkan harga dari produk yang anda jual ?

Informan : Dari segi harga sih sebenarnya saya tidak berani menentukan harga sendiri. Ya, karena menurut saya sih bisa merusak harga pasaran pada umumnya. Jadi dalam menentukan harga yang saya terapkan di pondok cik roza ini, pastinya meninjau dari kualitas produk yang saya punya, dari segi bahan baku yang digunakan dan juga sesuai dengan harga pasaran yang telah di tetapkan.

Peneliti : Apa promosi yang dilakukan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi yang sudah saya lakukan seperti sedekah disetiap hari jum'at yaitu buy one get one untuk produk cappucino durian dan juga tekwan. Selain itu, promosi yang saya lakukan juga dilakukan melalui facebook, instagram, grab / gojek, watshapp ya pokoknya di media sosial lah.

Peneliti : Bagaimana cara anda menentukan diskon ?

Informan : Biasanya sih saya memberikan diskon kepada konsumen yang membeli produk di Pondok Cik Roza dalam jumlah yang banyak. Baik itu kepada pelanggan atau konsumen yang sudah sering berbelanja disini dan juga konsumen baru. Ya itung – itung diskon perkenalan lah.

Peneliti : Bagaimana proses yang dilakukan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Saya jualan mulai dari jam 10 pagi hingga 10 malam. Terkadang juga tergantung kondisi cuaca lah gitu, karena saya ini kan jualan es ya gitu, jadi kalau hujan biasanya saya cepat tutup. Untuk dalam hal

penyajian atau pembuatan produk pastinya akan saya lakukan dengan cepat. Nah kalau dari segi pelayanan konsumen, misalkan nih posisi lagi rame, pastinya saya mendahulukan konsumen yang lebih dulu dalam memesan. Untuk konsumen yang lainnya saya suruh duduk dulu sambil menunggu pesannya dibuat gitu.

Peneliti : Apa saja kendala yang dihadapi oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Yang menjadi kendala utama saya dalam mengembangkan usaha ini yaitu dari segi tempat sih, karena kan tempat ini masih terlalu sempit. Saya mau sih memperbesar ini tempat cuman ya posisi saya masih ngontrak, jadi susah mau untuk memperbesar tempat jualan nih. Disisi lain dari segi produk yang ditawarkan sering kali terjadi kekosongan stock bahan produk yang digunakan, promosi yang saya lakukan masih kurang aktif dalam penggunaannya seperti di Grab/Gojek, instagram, facebook, dan lain – lain. Paling saya sering posting di watshapp aja. Dan untuk promosi melalui media cetak juga belum di terapkan karena keterbatasan biaya juga sih. Nah kalo dari segi produk ya mungkin saat ini saya hanya terfokus pada menu es kocok durian dan es pokat kocok. Untuk menu lainnya saya stop dulu karena sedikit kerepotan sebab karyawan kan gak ada untuk bantu – bantu saya sekarang. Hal – hal yang saya sebutkan di ataslah yang menjadi penghambat perkembangan usaha di Pondok Cik Roza, jadi memang dari segi pendapatan kami belum mengalami peningkatan, ditambah lagi dengan adanya pandemi yang mana tingkat perekonomian menurun sehingga menyebabkan daya beli konsumen itu menurun. Selain itu, kita juga tidak bisa pergi kemana – mana.

Peneliti : Bagaimana dampak Omzet penjualan terhadap manajemen keuangan syariah ?

Informan : Kalo untuk pembukuan ya saya belum menerapkan secara maksimal. Karena kan gini saya tidak memakai struk pembelian jadi ya paling saya mencatat berapa pemasukan hari ini aja gitu, nah untuk pengeluaran juga begitu. Terus kalo pengalokasian dana nya ya itu tadi untuk modal usaha, kebutuhan rumah tangga, bayar cicilan dan ada juga lah saya sedekah walaupun gak banyak- banyak amat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran III

Pertanyaan Wawancara Dengan Karyawan Pondok Cik Roza

- 1 Berapakah Produk yang terjual pada Pondok Cik Roza dalam sehari ?
- 2 Produk apa saja yang paling diminati oleh konsumen ?
- 3 Bagaimana promosi yang anda lakukan dalam menarik konsumen ?
- 4 Bagaimana pelayanan yang anda berikan kepada setiap konsumen ?
- 5 Bagaimana strategi anda sebagai karyawan dalam menghadapi kondisi saat ramai pengunjung ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran IV

Hasil Wawancara Bersama Kakak Novia

Selaku Karyawan Di Pondok Cik Roza

Peneliti : Berapakan Produk yang terjual pada Pondok Cik Roza dalam sehari ?

Informan : Produk yang dijual di pondok cik roza itu ada es durin kocok, es pokat, terus ada tekwan, puncake dan batagor. Jadi dalam sehari itu ada 5 jenis produk yang terjual dalam sehari nya.

Peneliti : Produk apa saja yang paling diminati oleh konsumen ?

Informan : Untuk produk yang sangat diminati oleh konsumen dan menurut saya itu rutin tidak pernah putus adalah es durian kocok dan pokat kocok.

Peneliti : Bagaimana promosi yang anda lakukan dalam menarik konsumen ?

Informan : Kalau promosi mungkin saya kurang aktif di media sosial, jadi promosi ini tergantung sama bos. Bos lah yang posting – posting gitu nah di media sosial bukan karyawan.

Peneliti : Bagaimana pelayanan yang anda berikan kepada setiap konsumen ?

Informan : Pelayanan yang saya berikan kepada konsumen sih seperti biasanya ramah, ditanyain mau pesan apa, terus topping apa, ya seperti biasanya lah.

Peneliti : Bagaimana strategi anda sebagai karyawan dalam menghadapi kondisi saat ramai pengunjung ?

Informan : Saat ramai pengunjung, Paling saya suruh duduk dulu konsumennya, atau antrian dulu mana yang duluan saya dahului. Mana yang ketinggalan pasti saya bilangi gitu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultana Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultana Jambi

Lampiran V

Pertanyaan wawancara dengan Informan

1. Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?
2. Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?
3. Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?
4. Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?
5. Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?
6. Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?
7. Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran VI

Hasil Wawancara Bersama Kakak Dessy

Alamat Marene

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk yang ditawarkan Pondok Cik Roza semua bagus ya, tapi satu sih kekurangannya. Kadang yang dipesan kosong atau habis itu saja sih.

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Menurut saya harga yang ditawarkan disini worth it sih. Karena kan untuk buah durian ini kan musim – musiman jadi ya wajarlah dengan harga segitu. Dan untuk harga segini sih gak mahal bagi orang yang emang benar – benar menyukai duren gitu

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Kalo lokasi sih cukup strategis, pas lah terjangkau.

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Nah kalo promosi ini saya kurang tau kak. Karena dulu saya tau jualan ini ya karena lokasinya pinggir jalan aja gitu.

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Semua baik, ramah, cocoklah gak ada masalah.

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : menurut saya sih bagus-bagus aja semuanya, gak ada kurang nya. Semuanya Oke

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?



Informan : Sarana nya menurut saya masih banyak kekurangan sih. Sehingga daya saing nya itu kurang gitu. Secara kan sekarang orang – orang jualan di ruko, tempat nya bagus – bagus. Ya fasilitas nya memadai lah gitu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran VII

Hasil Wawancara Bersama Adek Handika Ari Pratama

Alamat Kebun Handil

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : produknya menarik ya kak kalo dilihat, nah untuk rasa saya kurang tau kak soalnya baru pertama beli disini. Jadi ya mencoba lah gitu kak

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalo harga sih cocok – cocok bae kak, gak terlalu mahal dan gak terlalu murah. Ya pas buat kantong anak sekolah seperti saya ini

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Untuk lokasi lumayan sih kak, cuman jalan gini agak susah aja untuk parkir. Kalau kita mendadak berhentikan bisa di tumbur kita dari belakang kak

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi bagus – bagus aja

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Karyawannya ramah, ditanyai lah mau pesan apa. Bagus semua

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Dari segi pembuatan juga cepat, gak sampe berjam – jam gitu

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Nah sarana ini ya seperti yang saya bilang tadi kak, fasilitas parkir tidak ada. Tempatnya juga masih kecil ya

Lampiran VIII

Hasil Wawancara Bersama Bapak Agung

Alamat Sengeti

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk cik Roza ini menurut saya sih enak untuk es duren sama pokatnya, untuk yang lain gak tau juga saya ya karena saya sering nya dua jenis ini, nah untuk sekedar saran sih menurut saya agar-agar yang dimasukan kedalam es itu gak usah terlalu banyak gitu, lebih di inovasikan lagi lah jangan cuman agar-agar karena kan cik roza ini udah cukup lama adanya takutnya kalo cuman agar-agar saja bosan gitu kan.itu aja sih penilaian saya mengenai produk cik roza ini. Rasa pas, porsi nya juga banyak

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga yang ditetapkan sesuai. Tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza cukup strategis karena posisi nya di pinggir jalan ya jadi mudah dilihat saat melewati jalan ini

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi di medsos saya kurang tau ya dek, cuman kalo dari segi promo ya ada kayak Buy One Get One untuk cappusino durian. Cuman ya itu saya gak terlalu suka kalo cappucino

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Sikap owner ataupun karyawan disini bagus – bagus aja. Di layanin dengan baik. Tidak ada masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?
- Informan : Pembuatannya termasuk cepat karena pembuatannya juga simple gak ribet – ribet amat
- Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?
- Informan : Mungkin sarana yang masih kalah dengan jualan – jualan lain. Seperti D'durian yang di telanai itu . karena tempat yang di pake juga masih kecil, parkir tidak ada dan lain - lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran IX

Hasil Wawancara Bersama Ibu Tika

Alamat Sengeti

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Ya dari rasa enak, porsi juga mengenyangkan lah. Cuman ya itu tadi bener kata suami saya bahwa agar-agar nya itu terlalu banyak. Dan coba boleh di inovasikan lagi jangan agar-agar terus dari dulu. Siapa tau dengan diinovasi kan bisa meningkatkan minat orang – orang untuk membelinya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Ya benar apa yang dibilang oleh suami saya, kalau harga si pas ya

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Ya saya sih setuju dengan suami saya, bahwa lokasinya strategis gitu dipinggir jalan, jadi mudah terjangkau. Dan tempatnya itu pas aja gitu di jalan kota gini semua pasti lewat sini kalau mau ke arah bandara. Pas lah gitu gak ada masalah

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk Promosi udah bagus. Kayak penerapan Buy One Get One setiap hari jum'at. Cuman gak tau saya nak kalo di media sosial gimana

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : sikap karyawan ramah saat pelayanan, sabar juga menunggu apa yang dipesan konsumen kayak saya ya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : proses pembuatan cepat, tidak ada masalah menurut saya

- Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?
- Informan : Sarana yang digunakan sederhana ya. Gak terlalu mewah. Pas lah dengan harga produknya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran X

Hasil Wawancara Bersama Bapak Ridho

Alamat Jerambah Bolong

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Es kocok durian nya enak, topping melimpah, porsi juga gede gitu. Puaslah dengan produknya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga nya murah sih menurut saya. Karena harga semurah apa lagi gitu untuk porsi sebanyak ini

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : lokasi nya cukup strategis

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : menurut penilaian saya pribadi ya kak, promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ini kurang aktif di media sosial, Karena mereka jarang sekali mengupload produk yang tersedia ini di media sosial. Saya juga mengetahui usaha ini karena saya sering lewat sini aja memperhatikan penjual-penjual di pinggir jalan kan. Melihat spanduk nya menarik akhirnya saya mampir untuk mencobanya

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Sikap Buk Roza sangat ramah, emang benar – benar dilayanin dengan baik. Dan untuk karyawan nya juga sama baiknya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Dari dulu sampai sekarang masih tetap bagus untuk pelayanan, dia pasti mendahulukan apa yang harus didulukan gitu. Penyajian nya cepat dan rapi juga sih. Namun yang jadi sedikit kendala bagi saya.

Untuk akhir-akhir ini sering gak menentu gitu buka warungnya. Kadang cepat kadang lambat gitu. Mungkin karena faktor tidak ada karyawan juga ya

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Sarana yang kurang parkir aja gitu, jadi agak di mundurin bangunan ini sehingga depan ini bisa digunakan sebagai area parkir jadi tidak mengganggu akses lalu lintas aja



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran XI

Hasil Wawancara Bersama Abang aldi

Alamat Simpang Rimbo

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk es kocok duriannya, Sangat memuaskan dengan Porsi sebesar ini

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga standarlah segitu. Semua terjangkau untuk seluruh golongan baik anak-anak ataupun dewasa

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Strategis lah. Ditengah kota. Kan itu juga jalur kebandara, jadi dekat dengan bandara

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Terpantau dari pinggir jalan lah,

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Karyawannya sopan, ramah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Kalau dari segi pembuatan ya termasuk cepat, gak terlalu lama lah. Dari penyajian juga bersih, rapi, pokoknya memuaskan lah

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Fasilitas masih kurang mendukung. Tempat parkir belum ada, terlalu sempit juga. Mungkin sedikit masukan agar di tingkatkan lagi seperti yang saya sebutkan tadi. Terus ada tempat berfoto gitu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthara Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthara Jambi

Lampiran XII

Hasil Wawancara Bersama Abang Ali

Alamat Sukarejo

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk bagus semua, cuman kadang saya sedikit kecewa aja saat pesan menu ini misalnya, eh malah kosong. Jadi sering terjadi kekosongan produk lah.

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga pas – pas aja

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Strategis lah pinggir jalan

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalau dari promosi ya masih kurang aktif ya kak menurut saya. Karena usaha ini masih kurang berperan di dalam media sosial, padahal untuk di zaman sekarang ini kan semua serba teknologi pastinya semua orang mempunyai hp/gadget ya kan dan untuk peluang dalam jualan pastinya juga besar apalagi di zaman corona seperti ini. Salah ya bukan corona lagi tapi emicron ya virus variant baru

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Karyawan oke seperti biasanya baik, ramah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Untuk proses pembuatanya cepat ya 5 menit aja nunggu selesai

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?



Informan : Menurut saya, lingkungan yang digunakan bersih dan nyaman. Ruang yang digunakan memiliki desain yang menarik, pas- pas aja sih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran XIII

Hasil Wawancara Bersama Abang Deni

Alamat Talang Banjar

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalo untuk produk ya okelah, rasanya juga oke. Karena gini, dia kan sudah buka banyak cabang bukan disini aja. Ada yang dikota baru ada dimana-mana lah saya kurang tau juga . yang saya tau yang dikota baru sama yang disini karena deket kantor jadi lebih enak saya disini

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalo harga standar, dak ado menengah keatas atau menengah kebawah ya semua bisa dapat. Jadi otomatislah tuh dak terlalu murah nian dan dak terlalu mahal nian

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Lokasinya sih bagus ya, apalagi untuk yang di The Hok ini ya. Karena untuk lokasi yang di The Hok ini pas di pertigaan simpang, di pinggir jalan. Apalagi dia buka sampe malam. Karenakan malam disini kan agak dicari juga jadi bisa membantu target ekonomi juga kan

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalau dari promosi sih emang udah tahu dari dulu aja gitu ya bahwa misalkan ada puncake durian gitu. Terus lebih didalemin lagi lah media sosialnya. Karena target sekarang dunia online kan. Karena market online itu susah – susah gampang tapi harus didalemin juga, karena proses marketnya lebih cepat

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalo karyawan ya 9,5 kalo penilaian.

- Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?
- Informan : proses pembuatan cepat, saya tidak perlu menunggu lama. Jadi tidak memakan waktu jam kerja kantor saya untuk menunggu
- Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?
- Informan : Jadi kalo fasilitas ya agak dibesarin dikit lah. Jadikan kalo market itu kan ada yang high ada yang rendah gitu, jdi lebih dibesarin lagi marketnya. Terus kualitas nya lebih ditingkatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran XIV

Hasil Wawancara Bersama Abang Jojo

Alamat Mahasiswa Unja

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Ya itu rasanya enak sih, cuman dari segi kemasannya aja lebih di inovasikan supaya bisa menarik lebih perhatian konsumen yang lainnya juga

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalo untuk harga sesuai lah

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Lokasi pas. Mudah dijangkau karena pinggir jalan

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalo promosi saya tidak tahu ya karena saya tahu dari kak sesy ini

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Karyawan nya baik ya, murah senyum, terus ditanya in mau pesan apa mas, mbak gitu kan. Ya tidak sombonglah. Nah kalo untuk owner ataupun pemilik usaha ini kami pun juga tidak tahu ya, soalnya belum pernah ketemu gitu kan.

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Proses cepat tidak memakan waktu lama dalam menunggu

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : sama aja sih dengan pendapat kak sesi tdi

Lampiran XV

Hasil Wawancara Bersama Kakak Sessi

Alamat Mahasiswi Unama

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Saya sih baru dua kali kesini ya, jadi kemarin itu saya pesan nya durian kocok topping keju dengan milo, nah kalo sekarang durian keju dengan mix pokat. Rasanya sih enak lah. Kalo kemasannya itu gimana ya kurang working gitu, jadi lebih di inovasikan lagi

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga lebih worth it sih. Karena ada rasanya enak

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Lokasi strategis

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosinya kurang, mungkin kalo promosinya lebih diletakkan diluar tulisannya mungkin orang lebih tahu. Jadi lebih ditingkatkan lagi promosinya

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Karyawannya baik ya, murah senyum, terus ditanya in mau pesan apa mas, mbak gitu kan. Ya tidak sombonglah. Nah kalo untuk owner ataupun pemilik usaha ini kami pun juga tidak tahu ya, soalnya belum pernah ketemu gitu kan.

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : cepat, bagus dan juga rapi

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Lumayan lah, bersih juga tempatnya gak ada masalah

Lampiran XVI

Hasil Wawancara Bersama Abang Madhi

Alamat Pasir Putih

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk bagus, oke – oke aja

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga sangat bersahabat sekali

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Lokasi sangat strategis, pusat kota gitu ya

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi yang dilakukan pondok cik roza ini udah bagus sih, cuman ya lebih di tingkatkan lagi. Misalkan gini yang saya ketahui kan untuk promosi yang dilakukan seperti Buy One Get One pada menu cappucino durian dan juga tekwan di setiap hari jum'at. Nah menurut saya promosi yang seperti ini terbatas gitu, sedangkan untuk di Pondok Cik roza ini saya lebih sering membeli es kocok durian ataupun es pokat nya. Jadi ya saya gak merasakan promosi yang diterapkan tadi begitu

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan :

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : proses nya juga bagus. Tidak membuat bosan konsumen untuk menunggu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultaha Jambi

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Menurut saya okey-okey aja ya tempatnya, strategis gitu pinggir jalan mudah dijangkau karena terletak dikota, tempat nya gak terlalu besar dan gak terlalu keci juga sih



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran XVII

Hasil Wawancara Bersama Abang Rahmat

Alamat Thehok

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Rasanya enak sih, kemasannya bagus. Semuanya sih bagus, rasanya juga enak sih menurut saya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga murah untuk porsi sebanyak ini ya

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Lokasi strategis pas lah dipinggir jalan

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk Promosinya bagus lah, cuman kalo untuk di medsos saya kurang tahu juga ya

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : sikap karyawan di pondok cik roza bagus – bagus aja gak ada masalah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Proses sangat cepat sekali

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Barang yang digunakan sudah pas sih, kursi meja ada, kipas ada, terus tempatnya nyaman dan juga bersih. Mungkin tempat nya aja agak mundur dan diperluas sedikit soalnya untuk parkir motor yang agak repot menurut saya

Lampiran XVIII

Hasil Wawancara Bersama Abang Ferdi

Alamat Kasang Luar

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk sekian banyak produk sih, saya lebih sering membeli es kocok durian dan es pokat. Dari pertama beli hingga sekarang gak ada perubahan sih, masih seperti yang dulu lah. Rasanya enak bikin nagih, gak ada bosan jika dimakan banyak

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Lumayan murah ketimbang ditempat lain dengan produk yang sama. Soalnya saya juga sudah pernah beli ditempat lain kan duren – duren gini. Nah kalo soal harga jauh lebih murah lah disini

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : kalau Lokasi gampanglah orang nyarinya. Terjangkau gitu dan gak terlalu jauh lokasinya dari pinggir jalan

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk promosi gini ya saya pertama kali beli disini dulu waktu durian kupas, jadi karena lokasinya tadi dipinggir jalan jadi mudah dijangkau. Nah untuk penerapan di media sosial saya kurang tahu juga ya

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Karyawan ramah ya walaupun ganti – ganti kan

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Proses cepat, nyaman lah belanja disini



Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalau dibandingkan dulu, fasilitas yang digunakan udah bagus ya. Cuma lokasi parkir agak susah ya. Dulu pun tempat kan cuma stand gitu ya. Kalo sekarang udah ada tempat dalamnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran XIX

Hasil Wawancara Bersama Abang Reza

Alamat Sukarejo

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk produk yang sering saya beli itu es pokat kocok, es durian hanya itu saja sih, kalo rasanya enak, pokoknya ngulang lah. Nah untuk tampilannya pas lah dibidang mewah nian juga gak

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga pas seperti yang saya katakan tadi dengan harga 10.000 dengan porsi satu cup plastik itu pas lah

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Strategislah, jalan arah bandara, arah dekat masjid tempat ibadah

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalau Promosi cik roza nih dah bagus promosinya, udah banyak yang tahu kedai nih. Awal pertama saya tahu dari lihat – lihat sinilah. Ada pondok dengan banner es pokat kocok

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalo menurut saya nih dek, untuk pemilik usaha ini ramah, sopan santun ya ibaratnya itu welcome lah gitu. Nah saya sedikit kurang sih untuk karyawan nya. Karena terlalu monoton aja gitu buat saya. Coba saja karyawan nya lebih welcome dari ibuk roza pasti lebih asyik gitu kan

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Proses pembuatan praktis tidak perlu waktu lama dalam membuatnya

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Standarlah fasilitasnya, dan ini kan jajanan pinggir jalan jadi ya pas aja menurut saya gitu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran XX

Hasil Wawancara Bersama Abang Roy

Alamat Jln Simpang Sriwijaya

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk nya menarik, rasanya juga enak, porsi banyak ya baguslah dari segi kualitas

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga sangat minimalis

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Strategis di pinggir jalan, pusat kota juga

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk Promosi di media sosial saya kurang tau ya kak, soalnya saya mengetahui jualan ini ya karena letak nya aja strategis gitu jadi mudah terjangkau

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Pelayanan baik dari pihak penjual, ramah lah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Proses pembuatan cepat, tidak menunggu lama

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Sarana yang digunakan pas aja gitu ya, dari segi daftar menu ada, karyawan juga rapi. ada kipas angin, terus ada lampu-lampu gantung juga sehingga pastinya terlihat indah dimalam hari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Lampiran XXI

Hasil Wawancara Bersama Abang Tri

Alamat Talang Bakung

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk nya kayaknya menarik dilihat dari spanduknya gitu. Karena kan gini ada es trus ada pokatnya kayaknya seger gitu

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harganya sih ekonomis, kadang juga saya dapat diskon kalo beli banyak sama ibuk roza. Ya terjangkau lah dari segi harga, baik untuk kalangan anak muda maupun orang tua.

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Sangat strategis, cuman parkirnya aja yang agak di lebarin dikit gitu ya.

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi baguslah karena spanduknya lebar sehingga jelas dibaca. Tapi untuk promosi di media sosial kurang tahu juga saya ya

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : oke – oke semua

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Proses sangat cepat dibuatnya

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk tempat sudah okelah ya, mungkin lahan parkir aja gak ada

Lampiran XXII

Hasil Wawancara Bersama Kakak Desmalia

Alamat Jelutung

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalo saya sih sukanya varian pokat kocok topping coklat sih. Untuk rasanya manis, pas lah gak terlalu manis. Tampilannya menarik dengan menggunakan gelas yang bagus. Habis itu topingnya melimpah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Lumayan terjangkau untuk kaum pelajar

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Lumayan strategis pinggir jalan

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalau untuk promosi sih termasuk bagus ya, Lumayan bagus sih

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Pelayanan karyawannya ramah nyaman lah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Proses buat sedanglah gak lama dan gak terlalu cepat juga

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Menurut saya kak, sarana yang digunakan di Pondok Cik Roza ini masih banyak kurangnya. Andaikan saja sarana yang digunakan seperti tempat Es Bidadari yang di kobar pasti bisa meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung dan membelinya

Lampiran XXIII

Hasil Wawancara Bersama Kakak Eka

Alamat Persijam

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Es kocok duriannya enak sih, disini itu coklat lumernya banyak, dan juga untuk porsi nya juga banyak

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga sangat ekonomis untuk semua golongan

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Sangat strategis

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi bagus – bagus aja

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Karyawan ramah dalam pelayanan, bagus lah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Menurut saya sih ada enak nya ada gak enak nya. Enaknya ya itu proses pembuatannya cepat jadi kita tidak perlu menunggu lama dalam proses pembuatan. Nah kalo yang gak enak nya itu kadang barang yang dipesan itu tidak ada, kadang juga bilang nya kosonglah gitu. Jadi kan sedikit kecewa saya nya gitu kak

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Sarana yang digunakan juga udah pas. Semua memadai

Lampiran XXIV

Hasil Wawancara Bersama Kakak Essy

Alamat Selincah

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Bagus – bagus semua produknya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga sangat ekonomis tidak mahal – mahal banget

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Sangat strategis sekali

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosinya saya kurang tau sih untuk di media sosial kak, karena untuk pertama kali nya saya mengetahui usaha ini karena tempatnya aja strategis di pinggir jalan gitu kan jadi saya mampir untuk mencobanya. Dan akhirnya saya sih ketagihan untuk membeli es kocok duren nya

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : karyawan enaklah nyaman semua pelayanannya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Ya benar kadang produk yang dipesan itu gak ada atau kosong. Jadi ya jengkel saya nya kak. Apalagi kalo udah jauh-jauh dari rumah sampai sini gak ada produk yang di inginkan gitu kan. Udah pasti kecewa berat saya nya kak.

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?



Informan : Nah untuk sarana yang menurut kakak masih banyak kurang, pertama area parkir gak ada, kedua tempat sempit. Jadi ya di tingkatkan lah untuk sarana ini ya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran XXV

Hasil Wawancara Bersama Kakak Kakak Puput

Alamat Budiman

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Rasanya itu loh, sangat menarik dan porsinya pun juga mantab sehingga membuat saya ketagihan untuk membeli nya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga tidak ada masalah, terjangkau

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Strategis banget karena pinggir jalan

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk Promosi saya kurang bisa menilai ya soalnya karena saya tahu lokasi ini karena pinggir jalan

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Menurut kakak sih, owner nya baik, ramah, murah senyum juga, begitu juga dengan karyawannya sih. Jadi ya puas lah untuk pelayanannya sehingga timbul rasa nyaman untuk membeli produk disini

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Pembuatan sangat cepat

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Sarana bagus – bagus aja ya

Lampiran XXVI

Hasil Wawancara Bersama Kakak Fitri

Alamat Sukarejo

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk produknya sih yang sering saya beli es pokat kocoknya, cappucina biasa, cappucina durian. Untuk rasa enak, itukan dia udah lama tuh disini udah terkenal dimana-mana, jadi tidak awam lah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga pas lah

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Untuk daerah sini sih strategis, soalnya kan setiap tempat itu beda – beda jauh pula tempatnya. Jadi untuk daerah Thehok disini pas lah

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Mungkin karena lewat, via online juga banyak sih kayaknya kami lihat. Kita disini juga bnyak jualan nya

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalau menurut saya sih, ibuk roza nya baik lah, sopan ya juga. Gak sombong juga, baik hati iya juga. Dia tuh gak pernah pelit juga dengan produk yang dia jual. Selalu banyak porsi yang diberikan kalo dilayanin dengan buk roza. Jadi sangat puaslah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Proses nya gak ada masalah ya. Semua udah sesuai ya

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Sarana yang digunakan sudah cukuplh. Mungkin ada kala bagusnya di tingkatkan lagi

Lampiran XXVII

Hasil Wawancara Bersama Kakak Mila

Alamat Simpang Rimbo

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk yang ditawarkan menarik, cuman terkadang sering kosong aja, jadi semua di daftar menu itu banyak lah yang kosong jadi itu kenda nya ya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harganya sih sangat terjangkau untuk semua kalangan. Ya pas lah gitu dengan harga segini dan porsi segini. Dan menurut saya juga murah gitu karena apa, durennya itu loh banyak jadi puas saat makannya

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Strategis di pinggir jalan

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi bagu ya. Online juga diterapkan

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Pelayanan-nya semua baik, gak ada masalah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Proses buat cepat. Tidak lama menunggu

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalau dari sarana yang digunakan masih banyak kurang nya sih, mulai dari daftar menu nya sudah agak pudar tulisannya, terus tempatnya kecil, kipas anginnya juga gak puas soalnya cuman satu ya. Parkiran juga gak ada. Ya saya harap lebih di perhatikanlah untuk kedepannya

Lampiran XXVIII

Hasil Wawancara Bersama Kakak Novita

Alamat Talang Banjar

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk enak untuk es pokat kocoknya, porsinya juga banyak, topping melimpah

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga murah sih untuk porsi sebanyak ini

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Kalau menurut saya ya kak, dari segi lokasi udah bagus strategis gitu cuman ada beberapa kendala aja mengenai lokasi ini. Pertama dari tempat nya agak sempit gitu ya jika untuk dalam jumlah yang lebih banyak gitu. Kedua suasana dalam ruangan ini agak membosankan gitu kak dan sedikit pengap. Nah untuk yang terakhir dari segi parkirannya itu gak ada, karena kan gini kak jikalau kita memarkirkan kendaraan di tepi jalan sembarangan pastinya kalo gak ditumbur dari belakang ya kena tilang polisi gitu kan karena memarkirkan kendaraan sembarangan. Kemudian jika di parkirkan agak keatas mengganggu jalan untuk pejalan kaki, jadi ya lokasinya ini agak mundur sedikit terus diperbesar sedikit, dihias ruangnya semenarik mungkin dan yang gak kalah penting nya ya itu lahan parkirannya.

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi di Pondok Cik Roza ini masih kurang kreatif kak menurut saya, melihat dunia bisnis zaman sekarang ini kan semakin ketat. Orang-orang pastinya menyiapkan strategi promosi yang sangat ampuh untuk menarik calon konsumennya. Dalam arti kata dunia persaingan bisnis sekarang ini semakin kuat gitu, jadi ya sekedar saran sih, seharusnya Pondok cik roza ini lebih ditingkatkan lagi dalam promosi bisa saja promosi yang dilakukan salah satunya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

memberikan endors kepada influence-influence jambi yang menjadi contoh atau banyak digemari oleh anak-anak muda

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Sikap karyawan ramah, asyik lebih welcome juga

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Sangat singkat tidak memakan waktu yang berjam-jam

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Nah mungkin sarana ini yang harus di tingkatkan lagi, area parkir nya di buat terus tempatnya di luaskan lagi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Lampiran XXIX

Hasil Wawancara Bersama Kakak Septia

Alamat Selincah

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Produk untuk es kocok durian dan es pokatnya enak. Tidak ada masalah, semua topping juga banyak dikasih-nya. Gak ada masalah ya untuk produk

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga terjangkau untuk semua kalangan. Karena kan murah gitu untuk harga demikian porsinya banyak gini

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Lokasi yang digunakan cukup strategis

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi disini terbatas ya, karena yang saya tau itu cuman ada promosi Buy One Get One pada menu cappucino durian dan tekwan saja. Sedangkan tekwan disini juga jarang ada. Bahkan hampir tidak ada setiap harinya. Jadi terkesan kurang aktif aja promosi di pondok cik roza ini

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Baik – baik semua. Seperti biasanya layaknya karyawan melayani konsumen

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Cepat tidak membutuhkan waktu yang lama dalam pembuatannya

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Kalau saya menilai, sarana yang digunakan sudah cukup memadai sih, dari segi daftar menu dia pake, desain ruangan juga menarik, kursi meja sederhana tapi okay-okay aja sih menurut saya

Lampiran XXX

Hasil Wawancara Bersama Kakak Kakak Siska

Alamat Kasang Pudak

Peneliti : Bagaimana menurut anda tentang produk yang di tawarkan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Untuk Produknya enak ya, dia punya kualitas tuh bagus karena dia porsi dan bahan baku nya itu tidak pelit. Ada durennya karena saya suka duren dia ngasih nya lebih banyak sesuai permintaan saya. Jadi saya tertariklah dan bukan untuk sekali saja kesini akan tetapi untuk seterusnya

Peneliti : Menurut anda, bagaimana penetapan harga yang telah di tetapkan pada Pondok Cik Roza ?

Informan : Harga pas untuk semua golongan

Peneliti : Apakah lokasi yang digunakan Pondok Cik Roza sudah cukup strategis menurut anda ?

Informan : Strategis sih kalo untuk di thekok ini

Peneliti : Bagaimana penilaian anda tentang promosi yang dilakukan Pondok Cik Roza ?

Informan : Promosi kurang tau juga saya kalo dari media sosial

Peneliti : Menurut pandangan anda, bagaimana sikap dan perilaku owner dan karyawan di Pondok Cik Roza ?

Informan : Saya sih gak ada masalah dengan karyawan disini maupun pemilik usahanya. Karena menurut saya mereka sih sama-sama baik dalam pelayanan, sopan, tutur katanya juga lemah lembut. Enaklah gitu jadi lebih enjoy aja gitu

Peneliti : Menurut anda, bagaimana proses yang dilakukan Pondok Cik Roza dalam pembuatan pesanan / orderan ?

Informan : Prosesnya gak ada masalah ya karena kan proses pembuatannya simple gitu

Peneliti : Bagaimana penilaian anda terhadap sarana fisik yang disediakan oleh Pondok Cik Roza ?

Informan : Karena ini kan warung kecil ya, kalo untuk ini cukuplah. Cuman kalau untuk high class beda cerita lagi kan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

FOTO DAFTAR MENU MAKANAN DAN MINUMAN



Menu Minuman

Teh Panas Manis	5.000
Es Teh Manis	5.000
Kopi Hitam	5.000
Kopi Susu	6.000
Kopi Duren Panas	10.000
Es Kopi Duren	10.000
Cappucino Panas	5.000
Cappucino Dingin	5.000
Cappucino Duren Panas ..	10.000
Es Cappucino Duren	10.000
Dogan Murni	10.000
Dogan Murni Sirup	12.000
Dogan Murni Susu	13.000
Dogan Murni Sirup Susu ..	15.000
Es Dogan Sirup	5.000
Es Dogan Susu	5.000
Es Dogan Sirup Susu	7.000



DAFTAR HARGA

Es Cappucino Durian Kocok	10K
Es Cappucino Biasa	5K
Es Pokat Kocok Topping Keju	10K
Es Pokat Kocok Topping Coklat	10K
Es Pokat Kocok Topping Milo Lumer	15K
Es Pokat Kocok Topping Milo Tabur	15K
Es Pokat Topping Coco Chip	15K
Es Pokat Topping Milo Tabur Dan Coco Chip	20K
Es Pokat Topping Milo Lumer Dan Coco Chip ...	20K
Es Durian Ekonomis Topping Keju Coklat	10K
Es Durian Kocok Topping Keju	15K
Es Durian Kocok Topping Coklat	15K
Es Durian Spesial	20K
Es Durian Topping Milo Lumer	20K
Es Durian Topping Milo Tabur	20K
Es Durian Mix Pokat Kocok Topping K & C	20K
Es Durian Mix Pokat Milo Tabur	25K
Es Durian Mix Pokat Milo Lumer	25K
Es Durian Extra Jumbo Topping K & C	25K
Es Durian Extra Jumbo Topping Milo Tabur dan Coco Chips	30K
Es Durian Extra Jumbo Topping Milo Lumer dan Coco Chips	30K

By: Cik Roza

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



FOTO BERSAMA PEMILIK DAN KARYAWAN DI PONDOK CIK ROZA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Wawancara bersama owner Pondok Cik roza (Ibu Rio Rozalia)

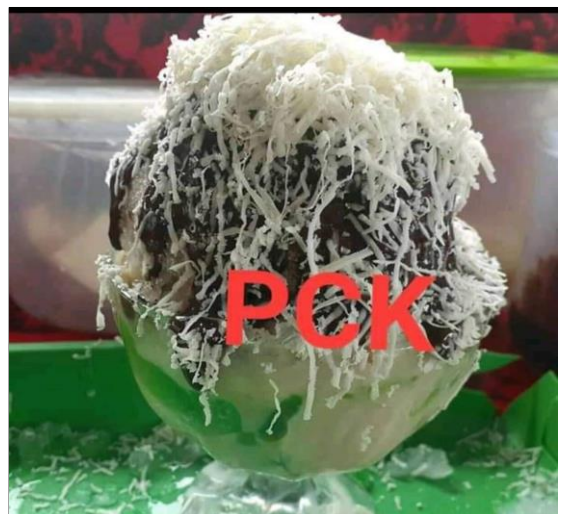


Wawancara bersama karyawan Pondok Cik Roza (Kakak Novia)

FOTO PRODUK DI PONDOK CIK ROZA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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





@ Hak cipta milk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

din Jambi

FOTO LOKASI PONDOK CIK ROZA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



State



in Jambi



@ Hok cip

aha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

soj bermanfaat
 A... mengandung
 dibanding de
 hanya sedikit m
 yang meningkat
 tidak akan me
 be... lebih bagi ka
 Se... itu, aku je
 Asam lemak ta
 omega 3, asam
 dan Riboflavin.
 Dan masih ban
 yang semua
 kesehatan tubuh

DUR
 Halo, Aku Durlo
 Selain rasa d
 seperti alpuk
 kelebihan. M
 sumber energi
 serat yang ting
 akan lemak dar
 terkandung pa
 tidak mengkons
 Biar tampak
 memiliki vitan
 vitamin C, B, t
 untuk tulang
 berfungsi seb
 darah
 Jadi jang
 bu... le... ..



@ Hak cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



ha Saifuddin Jambi



@ Hak cipta milk UIN Sutha Jambi

Sta



udin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



FOTO BERSAMA INFORMAN

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



Wawancara bersama Adek Handika Ari Pratama



Wawancara bersama Bapak Agung dan Ibu Tika



Wawancara bersama Bapak Ridho



Wawancara bersama Abang Aldi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Wawancara bersama Abang Ali



Wawancara bersama Abang deni



Wawancara bersama Abang Jojo dan Kakak Sessi



Wawancara bersama Abang Madhi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Wawancara bersama Abang Rahmat dan abang Ferdi



Wawancara bersama Abang Reza

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



Wawancara bersama Abang Roy



Wawancara bersama Abang Tri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

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



Wawancara bersama Kakak Desmalia



Wawancara bersama Kakak Eka, kakak Essy, dan Kakak Puput

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Wawancara bersama Kakak Fitri



Wawancara bersama Kakak Mila

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



wawancara bersama Kakak Novita



Wawancara bersama Kakak Septia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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



Wawancara bersama Kakak siska



Wawancara bersama Kakak Dessy

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

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

CURICULUM VITAE



A. Identitas Diri

Nama : Mayang Anggraini
Nim : 504180039
Tempat, Tanggal Lahir : Jambi, 29-09-2000
Alamat : Jl. Gunung bromo Rt. 02 Kel. Talang Banjar
Kec. Jambi Timur Kota Jambi
No. Hp : 0823-1143-3253 / 0895-3220-08533
E-mail : mayanggdjb@gmail.com
Nama Ayah : Erwansyah
Nama Ibu : Robiyem

B. Latar Belakang Pendidikan

1. 2006 – 2012 : SDN Entak Kec. Ambal Kebumen
2. 2012 -2015 : MTSN Jambi Timur
3. 2015 -2018 : SMAN 9 Kota Jambi

Motto Hidup : “Ketika kau sedang mengalami kesusahan dan bertanya – tanya kemana Allah, cukup ingat bahwa seorang guru selalu diam saat ujian berjalan.”-*Nourman Ali Khan*