

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Gethuk Pisang Mekar Sari Dusun Tefalrejo Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan menggunakan bauran pemasaran 7P meliputi, produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat/ distribusi (*place*), orang/ SDM (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*). Adapun pembahasannya sebagai berikut:

#### **A. Pembahasan Strategi Pemasaran Gethuk Pisang Mekar Sari dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Ekonomi Islam**

##### **1. Produk (*product*)**

Produk adalah segala sesuatu baik berupa barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Secara istilah produk dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti kepada gethuk pisang mekar sari mengenai strategi pemasaran, produk unggulan yang dihasilkan berupa gethuk pisang. Gethuk pisang mekar sari dalam produknya menjaga kualitas bahan-bahan yang digunakan agar produk yang dihasilkan merupakan produk terbaik. Hal yang terpenting dalam menghasilkan gethuk pisang yang berkualitas dapat dilihat dari pemilihan bahan dasarnya yakni pisang. Penggunaan pisang sebagai bahan dasar tidak hanya memilih sesuka hati pisang mana yang dianggap

bagus, namun pisang yang digunakan merupakan pisang yang memiliki tekstur yang pas, memiliki rasa asam-manis sehingga cita rasa yang dihasilkan akan legit. Ketika memilih pisang dengan asal, maka hasil dari gethuk pisang juga tidak akan bagus sesuai dengan apa yang diharapkan. Pemilihan pisang pada gethuk pisang yang paling bagus adalah pisang rajanangka. Pisang rajanangka sebaiknya dipilih dengan tingkat kematangan yang pas, tidak terlalu matang dan tidak terlalu mentah. Apabila terlalu matang maka gethuk yang dihasilkan akan lembek, sebaliknya jika pisang yang dipilih terlalu mentah maka gethuk yang dihasilkan juga akan keras.

## **2. Harga (*price*)**

Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta layanannya.<sup>1</sup> Penentuan harga merupakan hal yang penting karena menyebabkan laku atau tidaknya suatu produk dipasaran, sedangkan produk yang sama dengan harga yang murah banyak sekali ditemukan dipasaran sehingga membutuhkan pertimbangan untuk menetapkan harga suatu produk.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran harga, gethuk pisang mekar sari mempertimbangkan harga bahan baku, biaya produksi, serta memperhatikan kualitas dan kuantitas barang yang dihasilkan. Pada awal produksi, mula-mula dipatok dengan harga Rp 400,00 dengan ukuran gethuk yang sangat kecil. Karena dirasa tidak menutup biaya produksi maka ukuran gethuk dirombak menjadi besar seperti sekarang ini dengan per-buah seharga

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 174-175

Rp5.000,00. Dengan harga Rp 5.000,00 sudah mampu menutupi semua biaya produksi dan menghasilkan keuntungan. Dengan harga Rp 5.000,00 konsumen sudah mendapatkan satu buah gethuk pisang ukuran sangat besar, biasanya tidak habis dimakan oleh satu orang.

Pemilik berani menetapkan harga tinggi yakni Rp 5.000,00 selain ukuran gethuk yang besar juga memberikan kualitas yang baik dibandingkan dengan pesaing lainnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Kasmir bahwa dalam penetapan harga dengan pertimbangan mutu produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibanding dengan harga pesaing.<sup>2</sup>

### **3. Promosi (*promotion*)**

Promosi mengacu kepada kegiatan berkomunikasi mengenai keunggulan suatu produk dan membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.<sup>3</sup> Selain digunakan untuk meningkatkan penjualan, promosi juga dimanfaatkan untuk menempatkan suatu produk, meningkatkan nilai (*value*), dan mengendalikan volume penjualan.

Promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam, seperti periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka (*personal selling*), publisitas (*publicity*), pemasaran langsung (*direct marketing*),

---

<sup>2</sup> Devi Priska Wulandari, *Analisi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Produk Di Swarga Hijab Desa Sumbergempol Kabupaten Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal. 80

<sup>3</sup> Hery Suprpto, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan Di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan), *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, Vol. 4, No. 3 2019, hal. 1053

*point of purchase communication* adalah segala bentuk komunikasi yang diberikan oleh perusahaan pada titik pembelian dengan tujuan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen<sup>4</sup>, *interactive online marketing* adalah salah satu strategi yang dilakukan melalui situs jejaring sosial seperti *whatsapp*, *facebook*, *blog*, *instagram* dan sebagainya. Tujuan utama dari promosi adalah tertariknya konsumen kepada produk yang ditawarkan dan membelinya. Sehingga ketika melakukan promosi diharuskan memiliki etika yang baik, memakai pakaian yang rapi dan menggunakan kata-kata yang sopan untuk meyakinkan pembeli.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada gethuk pisang mekar sari, bahwa strategi pemasaran promosi dilakukan dengan *personal selling* (penjualan tatap muka), dan *interactive online marketing* (menggunakan media sosial). *Personal selling* atau penjualan tatap muka dilakukan oleh Ibu Mudawamah ketika melayani pembeli yang datang ke toko beliau. Selanjutnya *interactive online marketing* atau melalui media sosial, Bu Mudawamah melakukan promosi dengan menggunakan *whatsapp* untuk menawarkan produknya ke teman-teman atau ke saudara-saudara jauh beliau.

#### **4. Distribusi (*place*)**

Tempat atau distribusi adalah kegiatan pemasaran atau penyaluran barang yang mempermudah kegiatan jual beli mulai dari produsen sampai ke tangan konsumen akhir sehingga tidak ada unsur kecurangan didalamnya. Hasil akhir dari suatu distribusi yakni sampai barang ke tangan konsumen, sehingga keterlambatan dalam penyaluran mengakibatkan kerugian waktu, tenaga dan diambilnya

---

<sup>4</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal. 365

kesempatan oleh pesaing. Setiap orang yang ditugaskan untuk melakukan distribusi, sebaiknya mampu membuat estimasi waktu supaya barang dapat tersampaikan dengan tepat waktu dan tepat sasaran.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, strategi distribusi yang dilakukan oleh gethuk pisang mekar sari yakni saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Distribusi langsung yakni penjualan produk yang langsung dilakukan oleh pemilik usaha hingga proses penyaluran barang. Alasan Ibu Mudawamah melakukan distribusi dengan metode langsung yakni untuk menjaga kepercayaan dari konsumen agar tidak beralih ke pesaing lain. Selain itu dengan menyalurkan barang secara langsung, Ibu Mudawamah dapat melihat langsung bagaimana kondisi pasar dan apakah produknya tepat sasaran atau tidak.

Sedangkan maksud dari distribusi tidak langsung adalah menjual dan menyalurkan produk melalui perantara atau tidak langsung dari pemilik misal, melalui perantara pengepul atau toko-toko yang dititipi produk gethuk pisang. Dalam menjual dan menyalurkan barang, selain dilakukan sendiri beliau juga menitipkan produknya melalui toko-toko langganan beliau yang berada di beberapa daerah di Kediri selatan. Cangkupan pemasarannya berada di daerah Ngadiluwih, Kras, Sambu, Kandat, serta Jimbun.

Penempatan lokasi pemasaran sangat mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk. Pemilihan lokasi yang strategis dapat meningkatkan hasil penjualan sehingga mampu bersaing secara kompetitif dengan pesaing lainnya. Dalam hal ini gethuk pisang mekar sari menempatkan tokonya di Dusun Trate Desa Wonorejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Lokasi ini dipilih karena

strategis dan mudah ditemukan oleh konsumen yang ingin membeli langsung ke toko. Lokasi ini berada di pinggir jalan raya jalur Kediri-Tulungagung, sehingga peluang konsumen untuk mampir mencicipi gethuk pisang sangat banyak dibandingkan dengan posisi toko yang masuk ke gang-gang kecil.

#### **5. Orang/SDM (*people*)**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, strategi *people* yang dilakukan oleh Gethuk Pisang Mekar Sari dengan cara memebrikan kriteria-kriteria tertentu ketika merekrut karyawan. Kriteria-kriteria tersebut adalah memiliki *attitude* yang baik, memiliki sikap yang ramah dan sopan, serta harus memiliki sifat kejujuran yang tinggi. Kriteria-kriteria tersebut harus dipenuhi oleh setiap karyawan yang bekerja di Gethuk Pisang Mekar Sari, dikarenakan karyawan merupakan faktor penting yang mempengaruhi daya beli konsumen. karyawan akan berinteraksi langsung dengan konsumen, sehingga dengan sigap Gethuk Pisang Mekar Sari memberikan kriteria-kriteria terhadap karyawannya.

#### **6. Bukti fisik (*physical evidence*)**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, strategi bukti fisik yang diberikan oleh Gethuk Pisang Mekar Sari kepada konsumennya meliputi pengadaan bangunan yang sederhana, memiliki area parkir meskipun tidak luas, melakukan penataan produk pada etalase yang transparan untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan serta selalu menjaga kebersihan dari lingkungan toko.

Selain dari sisi sarana dan prasarana, strategi bukti fisik juga dilakukan melalui *packaging* (kemasan). Seperti gethuk pisang pada umumnya, dikemas

atau dibungkus menggunakan daun pisang untuk menambah aroma sedap dari gethuk pisang, selain itu produsen juga memberikan label pada pembungkus luar gethuk pisang. Label yang diberikan berisi nama merk, alamat produksi, komposisi bahan serta kontak dari produsen untuk memudahkan konsumen ketika ingin memesan. Label Gethuk Pisang Mekar Sari di print berwarna dengan menggunakan warna yang mencolok yakni merah dan kuning untuk menarik perhatian konsumen.

### **7. Proses (*process*)**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, strategi proses yang dilakukan oleh Gethuk Pisang Mekar Sari yakni dengan memperhatikan setiap langkah dalam proses produksi. Karena proses produksi jika tidak dilakukan sebagaimana mestinya dilakukan, maka akan menyebabkan kualitas dari gethuk pisang turun begitu pula sebaliknya. Peralatan dan perlengkapan yang digunakan juga sederhana atau alat-alat yang bisa ditemukan di dapur pada umumnya. Hanya saja untuk produksi Gethuk Pisang Mekar Sari, kukusan dan blender yang digunakan berukuran jumbo karena digunakan untuk porsi banyak/ dijual.

## **B. Pembahasan Mengenai Strategi Pemasaran Pada Gethuk Pisang Mekar Sari Ditinjau Dari Ekonomi Islam**

### **1. Produk**

Langkah yang digunakan Gethuk Pisang Mekar Sari dalam menghadapi persaingan bisnis yakni dengan menjaga, mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari gethuk pisang. Seperti pembahasan diatas, bahwa untuk menjaga kualitas gethuk pisang dapat dilakukan dengan pemilihan bahan baku yang baik,

mempertahankan cita rasa dan menghindari bahan-bahan yang dapat membahayakan kesehatan seperti bahan-bahan kimia dan pemanis buatan. Dengan kualitas mutu yang terjaga maka sama halnya dengan menjaga kosnumen agar tidak beralih ke produk pesaing.

Sebagaimana yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammada SAW bahwasanya beliau selalu menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari produk yang dijual. Sama halnya dengan gethuk pisang mekar sari, pemilik selalu menjelaskan keadaan sebenarnya dari produk tanpa ada hal yang harus ditutup-tutupi. Pemilik selalu menjelaskan bagaimana kualitas produk, ketika produk dalam keadaan *fresh* beliau selalu berkata jujur begitu pula ketika keadaan sudah tidak layak beliau juga akan berkata apa adanya dan jika berkenan akan beliau ganti dengan yang baru. Sebagaimana difirmankan Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah: 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ۖ (البقرة/٢: ١٦٨)

Artinya:

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”.<sup>5</sup>

Dijelaskan oleh ayat diatas bahwasannya manusia diperintahkan untuk memakan makanan yang halal lagi baik, baik dari segi dzatnya, cara

---

<sup>5</sup> Departemen Agama RI, Al-‘Aliyy Al-Qur’an dan Terjemahnya, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), hal. 20



mendapatkannya, dan cara mengolahnya. Secara strategi produk, gethuk pisang mekar sari sudah melalukannya sesuai dengan prinsip islam.

## 2. Harga

Dalam ekonomi islam, penetapan harga tidak boleh melebihi dari harga wajar dipasar karena jika melebihi maka harga tersebut tergolong dalam riba. Sehingga dalam penetapan harga suatu produk diharuskan merupakan harga wajar di pasaran dan harga bersaing dengan pesaingnya agar terhindar dari unsur riba. Hal ini juga berlaku pada penetapan profit atau keuntungan, keuntungan yang diharapkan tidak boleh berlebihan karena yang berlebihan termasuk kedalam riba. Hal ini sudah dijelaskan oleh Allah SWT di dalam QS. Ali-Imron: 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

١٣٠ (أل عمران/٣: ١٣٠)

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”<sup>6</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan informan, maka penentuan harga untuk 1 buah gethuk pisang mekar sari didasarkan pada jumlah biaya produksi yang dikeluarkan. Setelah diakumulasi maka harga untuk 1 buah gethuk seharga Rp 5.000,00. Harga yang ditetapkan memang lebih mahal dari gethuk pisang pada umumnya, karena gethuk pisang mekar sari ini memberikan

---

<sup>6</sup> Departemen Agama RI, Al-'Aliyy Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), hal. 54

kualitas yang baik serta ukuran gethuk pisang cenderung lebih besar dibandingkan dengan gethuk pisang pada umumnya.

### **3. Promosi**

Dalam mempromosikan suatu produk, Nabi Muhammad mengajarkan umatnya untuk tidak melebih-lebihkan produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk memikat konsumen. Menurut beliau kejujuran adalah kunci utama dari promosi, sehingga kita harus mengatakan apa adanya atau jujur tentang keadaan sebenarnya dari produk. Ketika produk cacat, kita harus menyampaikannya kepada konsumen begitupula ketika keadaan produk baik maka penjual juga harus mengatakan sesuai dengan keadaan aslinya. Dalam berpromosi kita dianjurkan untuk mempromosikan seluas-luasnya asalkan tidak melebih-lebihkan produk yang ditawarkan. Dengan kata lain kita harus mempromosikan sesuai dengan kenyataan produk yang kita jual. Ikatlah konsumen dengan kualitas dan mutu terbaik yang kita berikan, namun jangan ikat konsumen dengan kebohongan dan kepura-puranaan yang akan menyengsarakan kita.

Dalam mempromosikan produknya, produsen Gethuk Pisang Mekar Sari selalu mengatakan apa adanya terhadap keadaan dari produk. Beliau tidak melebih-lebihkan atau mengurangi informasi yang disampaikan, karena jika beliau tidak jujur maka dampak yang diperoleh akan dirasakan oleh beliau. Ketika konsumen kecewa dengan produk yang diberikan, maka mereka tidak akan membeli kembali produk tersebut dan justru memberikan testimony yang buruk kepada konsumen lain. Untuk menghindari kejadian tersebut, beliau mengikat konsumen dengan memberikan kualitas yang baik terhadap produk.

#### **4. Tempat**

Dalam perspektif syari'ah, saluran pemasaran atau lokasi usaha dapat ditentukan dimana saja asalkan tempat tersebut bukan tempat yang dipersengketakan keberadaannya. Adapun tempat-tempat yang bagus digunakan untuk lokasi pemasaran adalah dekat perkantoran, dekat sekolah, dekat rumah sakit dan dekat tempat umum lainnya. Dengan memilih lokasi pemasaran yang startegis, maka peluang penjualan produk akan banyak, begitupula sebaliknya.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, bahwa rumah produksi yang digunakan untuk memproduksi gethuk pisang mekar sari merupakan rumah sendiri yang dibangun oleh Bapak Sujarwo (alm.) dan Ibu Siti Mudawamah (pemilik gethuk pisang mekar sari). Kemudian toko yang dijadikan sebagai tempat untuk menjual produknya merupakan tempat sewa, dimana produsen menyewa dari pihak lain untuk dijadikan toko tempat menjualkan produknya.

#### **5. Orang/SDM**

Dalam melakukan usaha, sumber daya manusia merupakan faktor terpenting karena merupakan pelaku utama dan sebagai penggerak. Sebagai penggerak selain mesin, Islam sangat menekankan sumber daya manusia yang memiliki kualitas yang tinggi sesuai bidangnya. Dari pernyataan tersebut, berarti Islam sangat menghargai keahlian dan *professionalisme*.

Hubungan pengusaha dengan karyawan diatur dalam hubungan tata hubungan berdasarkan penghargaan terhadap derajat manusia sebagai makhluk Allah yang mulia. Allah SWT tidak membeda-bedakan makhluk satu dengan lainnya, semua di hadapan Allah SWT adalah sama. Karena itu, ketenagakerjaan

senantiasa diatur dalam hubungan yang sehat dan saling menghargai.

Sebagaimana firman Allah SWT surah Al-Ahqaaf : 19

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِّمَّا عَمِلُوا وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ۙ ( الاحقاف/ ٤٦ : ١٩ )

Artinya :

“Dan setiap orang memperoleh tingkatan sesuai dengan apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan balasan amal perbuatan mereka dan mereka tidak dirugikan”<sup>7</sup>

Karyawan sebagai pelaku utama serta sebagai penggerak proses produksi pada Gethuk Pisang Mekar Sari berjumlah 3 orang. Karyawan-karyawan tersebut ditempatkan dimasing-masing bidang pekerjaannya untuk efisiensi waktu dan mempercepat proses produksi. Untuk efektifitas waktu, biasanya proses produksi selain dikerjakan oleh karyawannya dibantu oleh anak dan cucu beliau. Dalam perekrutan karyawan beliau memilih karyawan yang memiliki keinginan untuk belajar, dikarenakan untuk produksi gethuk pisang susah-susah gampang dan diperlukan kesabaran dan ketlatenan. Pemberian hak sesuai dengan tingkat kesuliatan pekerjaan akan berdampak pada produktivitas kerja mereka. Sebaliknya, kewajiban dari karyawan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya dan penuh tanggungjawab.

## 6. Bukti fisik

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan produsen Gethuk Pisang Mekar Sari bahwa rumah produksi dan toko tempat penjualan

---

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Al-'Aliyy Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), hal. 504

gethuk pisang mekar sari tergolong bangunan yang sederhana. Disamping itu, produsen selalu memperhatikan kebersihan, kerapian dan kenyamanan konsumen ketika berkunjung. Produk-produk ditata sedemikian rupa sehingga rapi dan enak dilihat, kebersihan lingkungan selalu dijaga, penataan produk berada di etalase transparan sehingga konsumen mampu memilih produk diinginkan. Pada bagian *packaging*, ditimbangnya gethuk pisang supaya sesuai dengan takaran, diberi label dengan warna yang mencolok untuk menarik minat konsumen dan sebagai identitas dari produk yang akan memudahkan konsumen untuk mencarinya.

## **7. Proses**

Dalam islam, proses produksi harus dilakukan dengan sepenuh hati dan keikhlasan serta tidak melakukan perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT. Perbuatan yang dilarang seperti mencampurkan bahan-bahan berbahaya atau bahkan menggunakan bahan-bahan yang tidak layak konsumsi, sehingga dapat membuat kerusakan pada tubuh. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa proses yang dilakukan untuk memproduksi gethuk pisang sangat diperhatikan. Dari segi bahan dipilih bahan-bahan yang baik, proses produksi dilakukan dengan teliti, dan pendistribusian sebisanya dilakukan dengan tepat waktu.

## **C. Pembahasan Mengenai Faktor Pendorong Dan Faktor Penghambat Strategi Pemasaran Pada Gethuk Pisang Mekar Sari**

### **1. Faktor Pendorong**

Adapun pembahasan mengenai faktor pendorong strategi pemasaran pada gethuk pisang mekar sari, yaitu:

- a. Produk gethuk pisang merupakan makanan tradisional khas Kediri yang memiliki banyak peminat baik warga lokal maupun non-lokal

Faktor pendorong terhadap Gethuk Pisang Mekar Sari adalah produknya yang diproduksi sudah ada sejak zaman dahulu sehingga digemari oleh mayoritas konsumen baik lokal maupun non-lokal. Konsumen non-lokal biasanya membeli oleh-oleh gethuk pisang untuk dibawa ke kampung halamannya. Kebanyakan dari konsumen non-lokal yang datang, mereka akan kembali lagi ketika arus balik untuk membeli Gethuk Pisang Mekar Sari sebagai buah tangan. Menurut Ibu Mudawamah, setiap konsumen yang datang selalu memberikan pendapat yang positif terhadap produknya.

- b. Memiliki kualitas yang baik

Faktor pendorong terhadap gethuk pisang mekar sari adalah memiliki kualitas yang baik. Gethuk pisang mekar sari dibuat dari bahan-bahan alami dan tanpa bahan pengawet serta pemanis buatan. Bahan-bahannya dipilih langsung oleh Ibu Mudawamah beliau selalu memperhatikan disetiap prosesnya supaya produk yang dihasilkan bagus dan berkualitas terbaik. Kualitas yang baik akan mendatangkan kepuasan terhadap konsumen serta akan menimbulkan imbal baik yakni membeli kembali produk yang ditawarkan.

- c. Terhindar dari zat-zat yang dilarang

Faktor pendorong selanjutnya yang dimiliki oleh Gethuk Pisang Mekar Sari adalah terhindar dari zat-zat yang dapat membahayakan kesehatan konsumen. Dengan memperhatikan kualitas bahan dan juga takaran-takarannya

maka dipastikan Gethuk Pisang Mekar Sari aman. Ditambah lagi dengan adanya P-IRT menjadikan nilai plus untuk produk ini.

d. Harga yang terjangkau

Faktor pendorong penerapan strategi pemasaran pada gethuk pisang mekar sari adalah penetapan harga yang terjangkau. Penetapan harga sehingga ditetapkan harga yang terjangkau bukan karena tidak memepertimbangkan berbagai hal didalamnya. Dalam penetapan harga, Ibu Mudawamah selaku pemilik senantiasa mempertimbangkan harga jual produk dengan harga bahan baku, biaya produksi serta keuntungan yang diinginkan.

### 3. Faktor Penghambat

Adapun pembahasan mengenai faktor penghambat strategi pemasaran pada gethuk pisang mekar sari, yaitu:

a. Kurangnya promosi

Faktor penghambat yang dialami oleh gethuk pisang mekar sari adalah kurangnya promosi. Promosi yang dilakukan gethuk pisang mekar sari adalah melalui metode langsung melalui tatap muka dan melalui media sosial yakni *whatsapp*. Sebenarnya hal ini juga sudah cukup dilakukan untuk memperkenalkan produk, namun untuk meningkatkan jumlah penjualan diharuskan adanya promosi yang bersifat aktif dibandingkan sebelumnya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Ibu Mudawamah mengakui bahwa promosi yang beliau lakukan merupakan promosi sederhana yang dilakukan sebisanya. Beliau juga memahami bahwa ketidakpahaman teknologi juga berpengaruh terhadap promosi produknya.

b. Kurangnya inovasi terhadap produk

Hambatan yang dialami oleh gethuk pisang mekar sari adalah kurangnya inovasi terhadap produk. Berdasarkan fakta di pasaran, banyak sekali produk dengan bahan dasar serupa yang menawarkan berbagai kekhasan produk serta keunikannya. Jika pengusaha tidak pandai untuk menginovasi produk, maka akan mengancam pada posisinya dipasaran. Hal ini juga dialami oleh pemilik gethuk pisang mekar sari, bahwasannya beliau memiliki kekurangan pengetahuan untuk menginovasi produk supaya diminati oleh konsumen dan mampu bersaing secara kompetitif dengan para pesaingnya di pasaran.