

## ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN PADA MINUMAN ES COKLAT LOSAWARA

Siti Aisyah<sup>1</sup>, Viona Lutfia Alfiaurahmah<sup>2</sup>, Richard Steven Nainggolan<sup>3</sup>, Meilinda Suriani Harefa<sup>4</sup>

Universitas Negeri Medan

e-mail: [sitiaisyah18102002@gmail.com](mailto:sitiaisyah18102002@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstrak** – Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha. Teknik ini menggunakan analisis data kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Proses pemasaran dilakukan dengan menggunakan kemasan yang menarik di sertai logo produk, menjual ke berbagai medsos, seperti WA, IG, serta secara langsung, dan kami juga menyediakan jasa pengantaran Strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan Es Coklat Losawara adalah dengan memberikan diskon promosi buy 4 get 1. Hasil dari strategi pemasaran yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penjualan yang di dapat kan dari penjualan Es Coklat Losawara meningkat dari setiap minggunya. Setelah peneliti melakukan penjualan selama 5 tahap, yaitu sebanyak 16 kali penjualan dengan pendapatan yang di dapat adalah Rp.1.205.000 kemudian di kurang dengan bahan baku yang telah dipakai menghabiskan modal sebesar Rp.708.500 dan menghasilkan keuntungan sebesar Rp.496.000 selama 16 kali penjualan. Peluang usaha es coklat cukup besar. Strategi yang dilakukan penjual sudah bisa dikatakan berhasil dalam meningkatkan omset penjualan es coklat losawara.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Penjualan, Es Coklat.

**Abstract** - Marketing strategy has an important role in achieving business success. This technique uses qualitative data analysis with data collection techniques using primary and secondary data obtained directly from the object of research. The marketing process is carried out by using attractive packaging accompanied by a product logo, selling to various social media, such as WA, IG, and directly, and we also provide delivery services The marketing strategy used in the sale of Losawara Chocolate Ice is to provide buy 4 get 1 promotional discounts. The results of the marketing strategy that has been carried out show that the sales obtained from the sale of Losawara Chocolate Ice increase from each week. After the researchers conducted sales for 5 stages, namely 16 sales with the revenue earned was Rp.1,205,000 then reduced by the raw materials that have been used to spend capital of Rp.708,500 and generate a profit of Rp.496,000 for 16 sales. The chocolate ice business opportunity is quite large. The strategy carried out by the seller can be said to be successful in increasing the sales turnover of losawara chocolate ice.

**Keywords:** Marketing Strategy, Sales, Ice Chocolate.

### PENDAHUUAN

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam era bisnis global, diharapkan setiap pelaku bisnis harus mampu memenuhi serta menghadapi tuntutan pelanggan yang terus menerus berubah sekaligus dapat mengungguli pesaing usaha sejenis. Agar berhasil mengungguli persaingan, pelaku bisnis harus menciptakan produk atau jasa inovatif dan kreatif, sehingga dapat mempertahankan usaha yang dijalankan dan mampu berkembang pesat. Pelaku bisnis harus mempunyai strategi pemasaran yang baik agar usaha yang dijalankan mempunyai pangsa pasar, di samping itu harus mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) (Sundari et al., 2022). Keberhasilan bisnis dalam pencapaian tujuan ditentukan selain dari kualitas produk itu sendiri, juga kemampuan dalam bidang pemasaran. Pemasaran dikatakan berhasil bila dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sejak Suparman Sumahamidjaya mempopulerkan istilah "wirausaha", masyarakat

luas di negara kita menjadi sadar akan kewirausahaan itu sendiri. Sejak saat itu, istilah "kewirausahaan" telah digunakan di berbagai media massa, termasuk majalah, koran, radio, dan acara televisi. Pada tahun-tahun berikutnya, seperti ceramah dan seminar serta kursus telah diadakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pertumbuhan kewirausahaan di negara ini. minat dan fokus pada pengembangan kewirausahaan bangsa. Menurut Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, Kewirausahaan adalah semangat, pola pikir, perilaku, dan bakat seseorang dalam mengelola bisnis atau usaha yang menghasilkan upaya mencari, mengembangkan, dan menerapkan teknologi, barang, dan metode kerja baru dengan cara meningkatkan produktivitas dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Secara etimologi, kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti peluang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya. Seorang wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan, mengelola, mengembangkan dan memiliki kapasitas untuk mengenali dan mengevaluasi prospek bisnis, memperoleh alat yang diperlukan untuk bertindak secara tepat, dan memanfaatkan peluang untuk sukses sedangkan kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana semangat kreatif dan keberanian untuk mengambil risiko yang terkait dengan pekerjaan dikembangkan dan digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Seorang wirausahawan secara alami memiliki keberanian untuk mengambil risiko karena usaha mereka harus berani dan siap. Seorang wirausahawan harus memiliki keberanian untuk mengambil risiko yang diperhitungkan, karena usaha mereka mungkin belum memiliki potensi untuk menarik perhatian yang signifikan dari pasar (Kurniawan, 2019).

Peluang usaha adalah sebuah kesempatan untuk menjalankan sebuah kegiatan bisnis untuk mendapatkan royalti maupun keuntungan dengan cara strategi yang telah ditetapkan. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya (Robby Aditya & R Yuniardi Rusdianto, 2023). Menetapkan strategi pemasaran merupakan langkah awal yang tepat untuk bersaing dengan pengusaha pengusaha lainnya di dalam dunia bisnis saat ini. Dalam menawarkan produk kepada konsumen tidak terlepas dari kualitas produk (Product) yang memberikan suatu kepuasan kepada konsumen yang membelinya. Dari kualitas produk akan mempengaruhi harga (Price) hal tersebut yang menjadi patokan konsumen dalam membeli produk, pengemasan (Place/Packaging) menjadi salah satu strategi yang menjadi daya tarik bagi konsumen dan menjadi sebuah wadah yang digunakan pengusaha untuk memberikan nilai tambah kepada produk. Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang di produksi.

Es Coklat Losawara merupakan minuman yang terbuat dari coklat bubuk dan bercampur dengan susu cair yang manis. Es coklat Losawara hanya terdiri dari satu varian rasa, yaitu dengan rasa coklat namun dengan bahan baku premium. Walaupun dengan bahan baku premium, harga es coklat ini sangat terjangkau dan tidak menguras kantong. Minuman ini dapat di konsumsi masyarakat saat sedang bersantai. Minuman es coklat merupakan salah satu jenis minuman yang memiliki kandungan lemak yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan biji coklat yang mengandung lemak sekitar 49-52%. Adanya kandungan lemak yang tinggi

mejadikan coklat memiliki rasa yang disukai oleh para konsumen. Minuman es coklat memiliki peluang bisnis yang bagus dalam dunia kewirausahaan. Hal ini dikarenakan rasa dari minuman coklat susu yang disukai, terdapat kandungan gizi dan beberapa senyawa yang memiliki efek kesehatan seperti, flavonoid yang dapat menjaga kesehatan jantung, katekolamin dan amfetamin yang merupakan stimulan otak, kafein dan teobromin dapat meningkatkan aktivitas mental dan tetap terjaga.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dan bersifat deskriptif untuk menganalisis strategi pemasaran es coklat losawara. Lokasi penelitian yang dilakukan di Universitas Negeri Medan dan sekitarnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Penelitian kualitatif dalam pengumpulan data, yaitu observasi dan dokumentasi. Teknik ini sangat cocok untuk mengumpulkan data yang bersifat deskriptif, seperti data tentang kondisi, aktivitas, dan perilaku kewirausahaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Es Coklat Losawara**

Es Coklat Losawara merupakan minuman yang terbuat dari coklat bubuk dan bercampur dengan susu cair yang manis. Es coklat Losawara hanya terdiri dari satu varian rasa, yaitu dengan rasa coklat namun dengan bahan baku premium. Walaupun dengan bahan baku premium, harga es coklat ini sangat terjangkau dan tidak menguras kantong. Minuman ini dapat di konsumsi masyarakat saat sedang bersantai. Minuman es coklat Losawara merupakan salah satu jenis minuman yang memiliki kandungan lemak yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan biji coklat yang mengandung lemak sekitar 49-52%. Adanya kandungan lemak yang tinggi mejadikan coklat memiliki rasa yang disukai oleh para konsumen. Minuman es coklat memiliki peluang bisnis yang bagus dalam dunia kewirausahaan. Hal ini dikarenakan rasa dari minuman coklat susu yang disukai, terdapat kandungan gizi dan beberapa senyawa yang memiliki efek kesehatan seperti, flavonoid yang dapat menjaga kesehatan jantung, katekolamin dan amfetamin yang merupakan stimulan otak, kafein dan teobromin dapat meningkatkan aktivitas mental dan tetap terjaga. Es coklat sudah menjadi minuman yang melekat di benak para sekelompok anak muda. Untuk menu harga Es Coklat Losawara dijual dengan harga yang sangat ekonomis (terjangkau) karena dijual dengan harga Rp. 5.000,00/botol. Untuk penjualan Coklat Loasawara ini belum memiliki store/outlet karena masih dilakukan penjualan secara home made dan adanya pengantaran kepada pembeli Es Coklat. Strategi pemasaran dari penjualan kami dengan menggunakan kemasan yang menarik di sertai logo produk, menjual ke berbagai medsos, seperti WA, IG, serta secara langsung, dan kami juga menyediakan jasa pengantaran.

### **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan OMSET Penjualan Es Coklat Losawara**

Berdasarkan hasil pemasaran melalui media sosial berhasil memberikan dampak positif pada usaha minuman es cokelat Losawara karena berhasil meningkatkan brand awareness atau kesadaran merek pada masyarakat, terutama masyarakat kota Medan dengan mengunggah konten-konten menarik menggunakan platform media sosial baik itu melalui wa, instagram dan facebook. Di sini di simpulkan bahwa media sosial menjadi strategi pemasaran yang efektif dan tidak banyak mengeluarkan tenaga dan biaya dan proses pemasaran bisa kapan saja dilakukan dan dimanapun cukup dengan mengunggah video atau foto di sertakan alamat, dan nomor telepon. Dengan demikian pentingnya sebuah strategi pemasaran yang tepat bagi usaha minuman es Losawara karena dengan strategi pemasaran yang tepat dapat memperluas pasar dan dapat meningkatkan penjualan produk. Di era digital

ini pemasaran melalui media sosial adalah hal yang sangat menguntungkan untuk mengembangkan usaha dan agar tetap bisa bersaing dengan usaha-usaha lain. Karena akan mempermudah dan memper kecil biaya yang digunakan untuk melakukan pemasaran cukup menggunakan handphone pelaku bisnis atau pelaku usaha dapat memperkenalkan produk Losawara kepada masyarakat dengan lebih luas dengan mempublikasikan konten-konten menarik tentang produk Minuman Es Losawara melalui media sosial.

### **1. Segmenting**

Segmenting pasar adalah dengan menjadikan pembeli sebagai target yang akan dicapai, produk yang harus kami buat adalah produk yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan dari masyarakat dengan tingkatan berbeda, produk ini juga bisa dinikmati dari anak-anak hingga orang dewasa.

### **2. Targeting**

Target pasar kami adalah kalangan mahasiswa dan masyarakat setempat.

### **3. Positioning**

Agar produk kami mudah dikenali oleh masyarakat, kami berinovasi dengan cara menambahkan bahan baku yang premium. Adapun kemasan yang kami gunakan untuk menandakan penjualan sekaligus membuat penampilan lebih menarik adalah dengan menambahkan stiker nama penjualan. Berikut stiker logo produk yang kami gunakan.



Gambar 1. Logo Brand

## **Analisis SWOT**

Untuk bersaing dalam dunia bisnis, sebaiknya gunakan SWOT untuk mengukur kemampuan terhadap lingkungan dan persaingan setiap kali ingin memulai bisnis.

### **1. Kekuatan (Strength)**

Rasa percaya bahwa produk ini akan diterima dengan baik oleh masyarakat luas, karena produk ini memiliki cita rasa yang nikmat, menggunakan bahan baku premium, harga penjualan juga tidak terlalu mahal, serta rasa coklat yang memiliki banyak peminatnya.

### **2. Kelemahan (Weakness)**

- 1) Ruang lingkup usaha yang masih kecil
- 2) Perlu menyediakan jasa pengantaran pesanan ketempat pembeli. Sehingga dapat mengalami beberapa hambatan seperti kemacetan, dan lain lain.
- 3) Produk juga tidak tahan lama jika disimpan lebih dari 24 jam.
- 4) Produk mudah ditiru karena cara pembuatannya yang mudah.
- 5) Harga bahan baku yang tidak stabil, perlu ditinjau lebih dahulu untuk pemilihan toko bahan baku, lebih murah harga yang disediakannya, maka modal akan berkurang dan keuntungan akan bertambah.

### **3. Peluang (Opportunity)**

Produk ini memang sudah ada dikalangan Masyarakat akan tetapi Usaha ES Cokelat

ini berbeda dengan ES Cokelat Biasanya. ES Cokelat hasil modifikasi sehingga menjadi produk yang baru serta menarik yang bersaing dengan minuman-minuman modern.

#### 4. Ancaman (Threat)

Ancaman yang dapat timbul dari usaha Es Cokelat ini antara lain:

1. Pesaing yang banyak sehingga perlu adanya karakteristik baik itu rasa, harga, ataupun kemasan yang menarik,
2. Bahan baku yang tidak stabil. Sebagai penjual harus tahu bagaimana cara mendapatkan harga bahan baku yang murah namun tetap menjaga kualitasnya.
3. Adanya produk yang serupa dengan kualitas baik dan harga murah. Apabila penjual es coklat losawara ini senantiasa menjaga kualitas, meskipun banyak pesaing yang menggunakan harga murah, pesaing tersebut akan mudah teratasi.

Pelaksanaan Penjualan yang diteliti dilaksanakan di sekitar Jalan Reli No.112 yang dilakukan dilakukan pada Tahap Pertama hari jumat, 29 September 2023, Tahap kedua hari kamis, 5 oktober, pada tahap ketiga hari kamis, 12 oktober 2023, pada tahap ke empat yang dilakukan pada hari kamis 9 november - 15 november 2023 dan pada tahap ke lima yang dilakukan pada hari jumat 17 november 3- 22 November 2023.

Strategi yang dapat dilakukan untuk memasarkan dan meningkatkan penjualan es coklat losawara ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat logo sebagai ciri khas suatu produk
2. Menawarkan harga yang efisien (tidak terlalu murah ataupun mahal) sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan
3. Membuat tampilan yang menarik pada kemasan (melakukan pemilihan bentuk kemasan yang akan digunakan)
4. Membuat flyer / brosur untuk memasarkan es coklat tersebut dengan menggunakan aplikasi editor seperti canva
5. Pemasaran melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, facebook, dan lainnya, sehingga jangkauan pembeli lebih meluas
6. Membuat promo-promo menarik, seperti Beli 4 Gratis 1 apabila ingin produk terjual cepat dan lebih menarik minat konsumen. Namun hal ini akan mempengaruhi keuntungan di tiap botolnya.

Tabel 1. Rincian bahan baku

No.	Bahan-Bahan	Jumlah
1.	Botol almond/Botol kemasan (100 pcs)	Rp. 81.000,00
2.	Bubuk Coklat 2 bungkus (1kg)	Rp. 56.000,00
3.	Susu UHT (1 kotak kemasan)	Rp. 17.000,00
4.	Susu Kental Manis (1 kaleng)	Rp. 13.000,00
5.	Stiker (100 pcs)	Rp. 10.000,00
6.	Es batu (1 pcs)	Rp. 2.000,00
	<b>Jumlah</b>	<b>Rp. 162.000,00</b>

## Strategi Pemasaran



Dari strategi yang telah dilakukan pada penjual es coklat losawara, berikut rincian tabel penjualan baik dan jumlah pesanan dari tahap 1 – 5 (16 minggu) sebagai berikut:

No.	Item	Volume	Biaya	Jumlah
<b>1.</b>	<b>Penjualan Tahap I</b>			
	Penjualan	19 pcs	Rp. 5.000	Rp. 95.000
	Bahan Baku I			Rp. 56.500
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 38.500</b>
<b>2.</b>	<b>Penjualan Tahap II</b>			
	Penjualan	27 pcs	Rp. 5.000	Rp. 135.000
	Bahan Baku II			Rp. 81.500
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 53.500</b>
<b>3.</b>	<b>Penjualan Tahap III</b>			

	Penjualan	54 pcs	Rp. 5.000	Rp. 270.000
	Bahan Baku III			Rp. 135.000
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 135.000</b>
<b>4.</b>	<b>Penjualan Tahap IV</b>			
	Penjualan Pertama	17 pcs	Rp. 5.000	Rp. 85.000
	Bahan Baku I (Pertama)			Rp. 52.500
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 32.500</b>
	Penjualan Kedua	16 pcs	Rp. 5.000	Rp. 80.000
	Bahan Baku II (Kedua)			Rp. 38.500
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 41.500</b>
	Penjualan Ketiga	4 pcs	Rp. 5.000	Rp. 20.000
	Bahan Baku III (Ketiga)			Rp. 11.500
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 8.500</b>
	Penjualan Keempat	1 pcs	Rp. 5.000	Rp. 5.000
	Bahan Baku IV (Keempat)			Rp. 4.500
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 500</b>
	Penjualan Kelima	2 pcs	Rp. 5.000	Rp. 10.000
	Bahan Baku V (Kelima)			Rp. 6.500
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 3.500</b>
	Penjualan Keenam	12 pcs	Rp. 5.000	Rp. 60.000
	Bahan Baku VI (Keenam)			Rp. 49.000
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 11.000</b>
	Penjualan Ketujuh	10 pcs	Rp. 5.000	Rp. 50.000
	Bahan Baku VI (Ketujuh)			Rp. 42.500
	<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 7.500</b>
	<b>Total Penjualan Tahap IV</b>	<b>62 pcs</b>	<b>Rp. 5.000</b>	<b>Rp. 310.000</b>
	Bahan Baku Tahap IV			Rp. 205.000
	<b>Keuntungan Tahap IV</b>			<b>Rp. 105.000</b>
<b>5.</b>	<b>Penjualan Tahap V</b>			
	Penjualan Pertama	6 pcs	Rp. 5.000	Rp. 30.000
	Bahan Baku I (Pertama)			Rp. 23.500
			<b>Keuntungan</b>	<b>Rp. 6.500</b>

Penjualan Kedua	4 pcs	Rp. 5.000	Rp. 20.000
Bahan Baku II (Kedua)			Rp. 11.500
<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 8.500</b>
Penjualan Ketiga	3 pcs	Rp. 5.000	Rp. 15.000
Bahan Baku III (Ketiga)			Rp. 8.500
<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 6.500</b>
Penjualan Keempat	9 pcs	Rp. 5.000	Rp.45.000
Bahan Baku IV (Keempat)			Rp. 27.000
<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 18.000</b>
Penjualan Kelima	7 pcs	Rp. 5.000	Rp. 35.000
Bahan Baku V (Kelima)			Rp. 24.500
<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 10.500</b>
Penjualan Keenam	50 pcs	Rp. 5.000	Rp. 250.000
Bahan Baku VI (Keenam)			Rp. 135.500
<b>Keuntungan</b>			<b>Rp. 114.500</b>
<b>Total Penjualan Tahap V</b>	<b>79 pcs</b>	<b>Rp. 5.000</b>	<b>Rp. 395.000</b>
<b>Bahan Baku Tahap V</b>			<b>Rp. 230.500</b>
<b>Keuntungan Tahap V</b>			<b>Rp.164.500</b>
<b>Pendapatan Tahap I-V</b>			<b>Rp. 1.205.000</b>
<b>Bahan Baku Tahap I-V</b>			<b>Rp.708.500</b>
<b>Keuntungan Tahap I-V</b>			<b>Rp.496.500</b>

Dari tabel tersebut, hasil dari strategi pemasaran yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penjualan yang kami dapatkan terkait penjualan Es Coklat Losawara meningkat dari setiap minggunya. Setelah peneliti melakukan penjualan selama 5 tahap, yaitu sebanyak 16 kali penjualan dengan pendapatan yang di dapat adalah Rp.1.205.000 kemudian di kurang dengan bahan baku yang telah dipakai menghabiskan modal sebesar Rp.708.500 dan menghasilkan keuntungan sebesar Rp.496.000 selama 16 kali penjualan. Peluang usaha es coklat cukup besar. Konsumen berasal dari berbagai kalangan dan seumuran, baik laki-laki maupun perempuan Sehingga mudah dalam hal pemasaran.

Berdasarkan table di atas menunjukkan grafik penjualan es coklat losawara sebagai berikut:

Tabel 2. Grafik Penjualan tahap 1-5

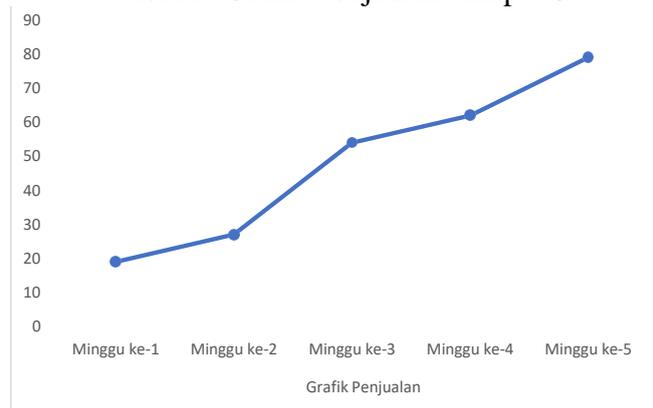


Diagram di atas menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan penjual es coklat losawara berhasil dalam meningkatkan OMSET bisnisnya dengan memanfaatkan media sosial dan ide kreatif penjualnya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa Es Coklat Losawara merupakan minuman yang terbuat dari coklat bubuk dan bercampur dengan susu cair yang manis. Media sosial menjadi strategi pemasaran yang efektif dan tidak banyak mengeluarkan tenaga dan biaya. Proses pemasaran dilakukan dengan menggunakan kemasan yang menarik di sertai logo produk, menjual ke berbagai medsos, seperti WA, IG, serta secara langsung, dan kami juga menyediakan jasa pengantaran. Pelaku usaha dapat memperluas dan mempublikasikan produk dengan konten menarik melalui media sosial setelah mempertimbangkan segmenting, targeting, dan positioning. Strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan Es Coklat Losawara adalah dengan memberikan diskon promosi buy 4 get 1.

Hasil dari strategi pemasaran yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penjualan yang kami dapatkan terkait penjualan Es Coklat Losawara meningkat dari setiap minggunya. Setelah peneliti melakukan penjualan selama 5 tahap, yaitu sebanyak 16 kali penjualan dengan pendapatan yang di dapat adalah Rp.1.205.000 kemudian di kurang dengan bahan baku yang telah dipakai menghabiskan modal sebesar Rp.708.500 dan menghasilkan keuntungan sebesar Rp.496.000 selama 16 kali penjualan. Peluang usaha es coklat cukup besar. Strategi yang dilakukan penjual sudah bisa dikatakan berhasil dalam meningkatkan omset penjualan es coklat losawara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kurniawan, G. (2019). *Kewirausahaan di Era 4.0*. In Sasanti Institute.
- Nurjaman, A., & Indriasari, N. (2023). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Dengan Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Minuman Es Cokelat Aa ' Sawah Lebar Kota Bengkulu. *2*(2), 171–176.
- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, *2*(1), 109–113. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v2i1.705>
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *2*(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Selong, M. T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Kedai Tentang Kita Minum Cokelat Kekinian Kota Sorong. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(3), 880–887.

Sundari, S., Eko Riadi, Alexandro, R., Fendy Hariatama, & Merisa Oktaria. (2022). Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba. *Edunomics Journal*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.37304/ej.v3i1.3871>.