

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Produk UMKM Sebagai Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Banabarn Kudus) peneliti dapat mengambil kesimpulan yaitu:

1. Strategi pemasaran di Kedai Kopi Banabarn menggunakan konsep *Segmenting, Targeting dan Positioning* (STP) dan konsep *marketing mix* atau bauran pemasaran. Konsep *Segmenting* yang dilakukan kedai kopi banabarn sudah sesuai dengan mengelompokkan segmentasi pasar yang ada di Kudus dengan menggunakan *segmenting* demografis yaitu dari semua kalangan yang suka membeli kopi dan kalangan anak muda seperti mahasiswa, anak sma atau anak sekolah, dan keluarga. Dalam perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan implementasi sifat humanis yaitu dalam kegiatan menentukan sasaran pasar di kedai kopi tidak membedakan golongan berdasarkan ras, suku, budaya, agama, dan warna kulit. Konsep *Targeting* yang dilakukan sudah sesuai dengan menentukan target pasar sesuai dengan kondisi lingkungan di Kudus. Target yang dituju dari kalangan anak muda bahkan sampai orang tua dengan usia 14- 50 tahun. Dalam perspektif ekonomi Islam konsep *targeting* sudah sesuai dengan implementasi karakteristik pemasaran Islam yaitu sikap realistis atau mudah menyesuaikan, dengan tidak melakukan kecurangan dalam mengejar target.

Konsep *Positioning* yang dilakukan sudah sesuai dengan menciptakan ciri khas atau slogan yang mudah diingat oleh konsumen, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan. Perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan implementasi sikap berbisnis Rasulullah SAW yaitu mengedepankan sikap kejujuran, amanah dan dapat dipercaya.

Selain itu menerapkan strategi *marketing mix* dalam perspektif ekonomi Islam. yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Strategi produk yang dilakukan sudah sesuai dengan menyediakan produk makanan dan minuman yang berkualitas, meningkatkan kualitas rasa produk dari segi rasa. Perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan ajaran Islam yaitu nilai kehalalan pada kualitas produknya menggunakan bahan baku yang halal untuk dikonsumsi konsumen. Strategi harga

yang digunakan UMKM Kedai Kopi Banabarn yaitu dengan menetapkan harga produk yang terjangkau untuk kalangan anak muda. Menetapkan harga di kedai kopi banabarn melalui penetapan HPP bahan baku.

Dalam perspektif ekonomi Islam strategi penetapan harga sesuai dengan nilai syariat yang tidak mengambil keuntungan secara berlebihan. Strategi tempat yang dilakukan yaitu dengan memilih lokasi yang berada di pusat kota, meskipun dari segi tempat masih kurang dilakukannya perbaikan. Menurut perspektif ekonomi Islam di UMKM Kedai Kopi Banabarn sudah memenuhi konsep pemasaran Islam, bukan merupakan hasil dari tempat yang bermasalah atau dipersengketakan keberadaan tempat. Strategi promosi yang telah digunakan menggunakan cara promosi melalui promosi *online* dan *offline*, promosi *online* menggunakan media sosial seperti *Instagram* selain itu promosi *offline* menggunakan cara lewat orang ke orang atau dari mulut ke mulut. Dalam perspektif ekonomi Islam strategi promosi yang telah dilakukan UMKM Kedai Kopi Banabarn yaitu dengan menggunakan media sosial secara bijak dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam, selain itu dalam melakukan promosi produk makanan atau minuman dengan menerapkan kejujuran atau tidak melebih-lebihkan.

2. Kualitas pelayanan yang dilakukan UMKM Kedai Kopi Banabarn untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam perspektif ekonomi Islam yaitu dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan menurut kepuasan konsumen yaitu berwujud (*tangible*), kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*). Berwujud (*tangible*) yang digunakan pada UMKM kedai kopi Banabarn belum sesuai dimensi berwujud, dikarenakan fasilitas dari segi pelayanan karyawan, fasilitas masih diperlukan perbaikan. Dalam perspektif ekonomi *Tangible* belum sesuai dikarenakan sikap penampilan karyawan yang bekerja belum memperhatikan kerapian dan kesopanan dalam ajaran Islam dan pada unsur tempat konsumen laki-laki maupun perempuan masih bergabung di dalam kedai. Kehandalan (*Reability*) sudah sesuai pada dimensi kehandalan karyawan dapat memberikan kualitas pelayanan yang akurat dan dapat dipercaya mengenai produk yang dijual. Dalam perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan prinsip kualitas pelayanan Islam dengan melakukan kualitas pelayanan yang baik dan tanggap sehingga tidak merugikan konsumen. Ketanggapan (*Responsiveness*) belum sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan

dikarenakan dalam memberikan pelayanan masih lama, masih terbatas karyawan yang bekerja. Dalam perspektif ekonomi Islam belum sesuai dikarenakan karyawan yang bekerja memiliki tugas yang rangkap, dalam Islam tidak memenuhi sikap professional dalam bekerja. Jaminan (*Assurance*) sudah optimal pada kedai banabarn dengan memberikan sikap yang sesuai kemampuan, keramahan dan kesopanan dalam memberikan pelayanan. Menurut perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan menerapkan sikap sesuai ajaran Rasulullah yang menjunjung nilai kesopanan, dan saling menghormati konsumen yang membeli dengan tidak membeda-bedakan. Empati (*Empathy*) di kedai kopi Banabarn sudah sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu memberikan sikap perhatian kepada konsumen yang berkunjung. Perspektif ekonomi Islam sudah menerapkan sesuai ajaran Islam dengan memperhatikan kebutuhan konsumen dan mengutamakan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan maka peneliti memberikan saran dan masukan untuk pemilik UMKM kedai kopi banabarn sebagai berikut:

1. Perlu untuk melakukan pemasaran lewat *online* pada saat pemesanan dengan menggunakan aplikasi seperti *shopeefood*, *go food* dan *grabfood*.
2. Perlu untuk menambah dan mengembangkan variasi produk pada menu makanan khususnya makanan berat, sehingga kepuasan konsumen dapat bertambah dan konsumen yang berkunjung akan semakin meningkat.
3. Meningkatkan dan memperbaiki pada kondisi tempat kedai kopi agar lebih tertata. dan perlu juga untuk menambahkan meja dan kursi dikarenakan sangat terbatas tempatnya.
4. Diharapkan pemilik kedai kopi banabarn untuk dapat menambahkan karyawan, diperlukannya karyawan agar saat melakukan pelayanan pada konsumen bisa melakukan pelayanan secara cepat dan tanggap.
5. Memperhatikan fasilitas dan perlengkapan fisik karyawan yang bekerja dengan berpenampilan rapi dan sopan.