

ABSTRAK

Sundus Naila Lutfa, 1950210206, Analisis Strategi Pemasaran Sleek.co Coffee Dalam Perspektif Pemasaran Syariah.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perhatian penulis terhadap banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama yakni dibidang coffeeshop yang sedang marak. Dengan banyaknya pelaku usaha yang baru maka akan berdampak juga terhadap tingkat persaingan. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dimasa sekarang ini sangat penting untuk dilakukan guna untuk mempertahankan suatu perusahaan agar mampu bersaing. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strtegi pemasaran syariah terhadap Sleek.co coffee, khususnya mengenai bauran pemasaran syariah yang diterapkan dan apa saja kendala yang dihadapi dalam menerapkan strategi pemasaran syariah serta bagaimana cara Sleek.co Coffee menangani kendala tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dimana tujuannya adalah untuk menggambarkan secara sistematis mengenai fokus penelitian yang meliputi strategi pemasaran syariah dengan menerapkan bauran pemasaran syariah. Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan serta teknik keabsahan data menggunakan triangulasi data. Pada penelitian ini penulis melakukan kunjungan langsung ke Sleek.co Coffee untuk melakukan observasi dan wawancara dengan manajer Sleek.co Coffee, karyawan, dan pelanggan. Hasil penelitian ini adalah strategi yang dilakukan Sleek.co Coffee adalah bauran pemasaran syariah yaitu produk, harga,promosi, dan tempat. Sleek.co Coffee secara tidak langsung sudah menerapkan strategi pemasaran syariah dan sesuai dengan dasar Al-Quran, Hadist dan Fatwa MUI. Sleek.Coffee juga mngalami kendala dalam menerapkan strategi pemsaran yaitu SDM yang kurang ahli dalam kreativitas pembuatan konten dan Sifat kompetitif dalam bisnis di bidang *food and beverage*. Sleek.co Coffee juga sudah menerapkan solusi atas kendala yang dialami yaitu dengan melakukan rekrutmen konten kreator serta melakukan inovasi produk.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran Syariah, Bauran Pemasaran Syariah