

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan peneliti pada bab sebelumnya mengenai strategi *marketing* dalam pengembangan UMKM Kopi Jetak Mentari menurut perspektif syariah, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. UMKM Kopi Jetak Mentari dalam mengembangkan usahanya menggunakan strategi *marketing mix* 4P, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Strategi produk yang digunakan UMKM Kopi Jetak Mentari ialah selalu menjaga cita rasa dan kualitas produknya; selain itu, UMKM Kopi Jetak Mentari melakukan inovasi dalam mengembangkan produknya dengan membuat produk *ready to drink*. Strategi harga yang diterapkan ialah menyediakan berbagai jenis produk dengan harga yang beragam dan bersaing. Distribusi yang dilakukan untuk memperluas pemasaran produknya terdiri dari 2 jenis, secara langsung dan melalui perantara *reseller* atau distributor.

Sedangkan konsep promosi yang digunakan UMKM Kopi Jetak Mentari dalam memasarkan produknya ialah dengan melakukan *personal selling*, melalui *sales*, dan melakukan promosi melalui media sosial dan *market place*. Konsumen Kopi Jetak Mentari rata-rata merasa puas atas pelayanan yang diberikan, dibuktikan dengan lamanya konsumen tersebut telah menjadi pelanggan tetap.

2. Pelaksanaan strategi marketing yang diterapkan UMKM Kopi Jetak Mentari menurut perspektif syariah secara garis besar, baik karakteristik pemasar maupun bauran pemasaran syariah telah sesuai dengan kaidah dan prinsip syariah. UMKM Kopi Jetak Mentari juga telah menerapkan karakteristik pemasar syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dalam penerapan karakteristik tersebut, UMKM Kopi Jetak Mentari mengutamakan kualitas produk, menetapkan harga sesuai dengan kualitasnya, tidak melakukan penipuan ataupun yang dapat merugikan konsumen. Karakteristik seorang pemasar

Muslim harus memiliki nilai humanistis yaitu menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan seperti: saling membantu, saling tolong-menolong, bermitra, dan bersaing secara sehat. Dalam penerapannya UMKM Kopi Jetak Mentari telah mengutamakan prinsip *ukhuwah insaniyyah*, namun tidak menerapkan transaksi pembelian non tunai.

Variabel pemasaran pada bauran pemasaran syariah sama dengan bauran pemasaran secara umum yaitu menggunakan 4P, namun perbedaannya terletak pada pelaksanaannya. Sikap keadilan kejujuran diterapkan UMKM Kopi Jetak Mentari dalam melaksanakan strategi produk dan strategi harga. Distribusi yang diterapkanpun sesuai dengan peraturan yang disepakati bersama dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan, baik dari pihak produsen, distributor, agen, penjual eceran, maupun konsumen. Selain itu, kegiatan promosi dilakukan sesuai dengan kaidah Islam, menjelaskan dengan apa adanya terkait produk yang dijual, tidak melebih-lebihkan ataupun menutup-nutupi.

3. Adapun faktor pendukung yang dimanfaatkan UMKM Kopi Jetak Mentari dalam mengembangkan usahanya diantaranya yaitu: *pertama*, ketersediaan stok bahan baku digudang; *kedua*, lokasi penjualan produk yang strategis yang berada di pinggir jalan raya dan berdekatan dengan pasar; *ketiga*, kepuasan konsumen atas kualitas produk dan pelayanan yang diberikan; dan *keempat*, teknologi berupa internet yang menunjang promosi di media sosial dan *market place*. Sedangkan faktor penghambat yang dihadapi UMKM Kopi Jetak Mentari dalam mengembangkan usahanya, ialah *pertama*, sulit untuk memasarkan produk diluar daerah karena daerah tersebut sudah memiliki kopi khasnya sendiri; *kedua*, persaingan dengan UMKM lain maupun perusahaan yang bergerak dibidang yang sama yaitu memproduksi kopi; dan *ketiga*, belum menemukan mitra atau karyawan yang dapat dipercaya untuk mengelola kedai kopi “Rumah Ngopi”.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya untuk memperdalam khasanah

keilmuan. Adapun saran teoritis yang peneliti rekomendasikan sebagai berikut:

1. Penelitian mengenai strategi *marketing* yang digunakan pelaku bisnis dalam meningkatkan produktivitas usaha
2. Faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi para pelaku bisnis lainnya
3. Strategi *marketing* syariah yang diajarkan Rasulullah dalam mengembangkan usaha

Peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan pertimbangan, masukan atau rujukan dalam mengembangkan usaha UMKM Kopi Jetak Mentari:

1. Peneliti berharap agar UMKM Kopi Jetak Mentari dapat selalu mempertahankan kualitas cita rasa produknya. Tetap melakukan perkembangan dan inovasi pada produknya, juga melakukan perkembangan pemasaran dengan mengikuti perkembangan zaman.
2. Semoga UMKM Kopi Jetak Mentari dapat lebih aktif dan responsif dalam melakukan promosi di media sosial dan *market place*.
3. Peneliti juga berharap agar kedai kopi “Rumah Ngopi” dapat beroperasi kembali agar dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan pemasaran.