

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwasannya dari penelitian tentang “Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Konsumen pada Kedai Coffetuk” sebagai berikut ini:

1. Kedai Coffetuk dalam menjalankan bisnisnya menerapkan strategi pemasaran bauran 9P, pemasaran yang memuat beberapa unsur: *Pertama*, produk yang berkualitas bagus menjadi salah satu nilai yang dimiliki produk dan terjangkau nyaman. *Kedua*, harga yang kompetitif sesuai dengan kualitas produk. *Ketiga*, tempat yang sangat strategis, bersih, nyaman, dan rapi. Dan yang *keempat*, promosi yang dimaksimalkan Koperasi dengan memanfaatkan media sosial, *kelima* orang kedai Coffetuk merekrut orang yang baik, handal, jujur dan profesional. *keenam* proses, Strategi proses yang diterapkan di Kedai Coffetuk adalah dengan cara mempermudah proses pemesanan, kemenarikan proses penyajian, kecepatan proses pembayaran. *ketujuh* bukti nyata Strategi bukti fisik yang diterapkan pada Kedai Coffetuk yakni dengan adanya fasilitas yang disediakan oleh kedai Coffetuk, *kedelapan* janji Dalam strategi janji yang diterapkan pihak Kedai Coffetuk adalah, selalu menepati janji jika ada promo, ataupun *give away*, dan selalu menepati janji apabila konsumen membeli dengan jumlah tertentu akan mendapat diskon. *kesembilan* kesabaran ,
2. Dari hasil analisis bauran pemasaran syariah 9P maka dapat dilihat efektifitas dari kesembilan unsurnya yaitu produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti nyata, janji dan kesabaran. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh kedai Coffetuk dapat dikatakan efektif berdasarkan Dari informasi perkembangan penjualan kedai Coffetuk setiap bulannya mengalami peningkatan pada bulan September 2021 hingga Februari 2022. Dengan demikian pendapatan dari kedai Coffetuk meningkat setiap bulannya.

3. Kedai Coffetuk menerapkan strategi bauran pemasaran syariah 9p dan menganut karakteristik pemasaran dalam Islam yang dipadukan dengan pelayanan yang prima dan selalu menerapkan kejujuran. Setelah menerapkan strategi pemasaran syariah konsumen pada kedai Coffetuk meningkat dengan persentase kenaikan konsumen minuman sebanyak 41%, Persentase kenaikan konsumen dari makanan berat sebesar 35%, dan persentase kenaikan konsumen dari makanan ringan 31%.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis dan kesimpulan, maka peneliti mencoba memberikan saran agar nantinya saran tersebut dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan masukan, yaitu meliputi:

1. Strategi promosi yang dilakukan kedai Coffetuk hendaknya lebih konsisten. Di usahakan setiap hari menggunakan media sosial facebook instagram dan whatsapp untuk upload history minimal 1 setiap harinya. Terutama pada media sosial instagram. Semakin sering mengupload history dan upload foto produk semakin dikenal pula kedai Coffetuk. Dan ketika upload pada media sosial dapat disertakan tagar atau *hashtag* kuliner kudus dan sebagainya agar ketika nanti calon konsumen mencari kuliner kudus akan muncul produk dari kedai Coffetuk.
2. Strategi pemasaran syariah 9P yang meliputi *Pertama*, produk. *Kedua*, harga. *Ketiga*, tempat yang *keempat*, promosi, *kelima* orang, *keenam* proses. *ketujuh* bukti nyata. *kedelapan* janji. *kesembilan* kesabaran,

Yang dilakukan kedai Coffetuk harus selalu dipertahankan. Mengingat banyak sekali usaha yang sejenis yang tidak menerapkan pemasaran syariah dan menyajikan produk produk yang tidak halal dan tidak layak dijual. Dan pertahankan prinsip kedai Coffetuk menjalankan bisnis semata mata mencari rejeki yang halal di jalan Allah dan mendapatkan ridho Illahi Rabbi dan juga menyenangkan orang orang dengan fasilitas yang ada.