

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA COFFEE & EATERY KAYOMAN GRESIK DALAM PRESPEKTIF ISLAM

Dunia bisnis di Indonesia kini semakin berkembang dan kompetitif, untuk memperluas cakupan pemasaran, diperlukan beragam strategi pemasaran guna mempromosikan produk atau layanan. Strategi pemasaran memiliki peranan krusial bagi para pelaku bisnis, karena strategi tersebut menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan bisnis. Di Gresik terdapat banyak Kafe yang menawarkan berbagai macam konsep dan menu. Dari banyaknya Kafe di Gresik, terdapat beberapa Kafe yang sepi akan pengunjung pada saat hari aktif dan terdapat juga kafe yang tutup permanen, ini terjadi karena kurangnya strategi pemasaran yang cukup baik untuk Kafe tersebut, karena persaingan bisnis Kafe di Gresik cukup berat. Dengan melihat situasi dan kondisi di saat ini maka, Memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran menjadi salah satu metode yang sangat efektif dalam meningkatkan ketertarikan konsumen. Tujuan penelitian ini strategi pemasaran dalam meningkatkan konsumen melalui media sosial instagram pada coffee & eatery kayoman Gresik dalam prespektif Islam.



RUMUSAN MASALAH

Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Melalui Media Sosial Instagram Pada Coffee & Eatery Kayoman Gresik Dalam Prespektif Islam ?



METODELOGI PENELITIAN

- Metode penelitian yang digunakan menggunakan penelitian kualitatif dengan teknis penelitian menggunakan fenomenologi.
- Teknik pengolahan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.
- teknik analisis data menggunakan reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan menarik kesimpulan.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian strategi bauran pemasaran 9P yaitu produk (product), harga (price), tempat/saluran distribusi (place), promosi (promotion), orang (people), proses (process), bukti fisik (physical evidence), janji (promise), dan sabar (patience). Namun strategi pemasaran yang digunakan coffee & eatery kayoman Gresik belum menerapkan strategi pemasaran syariah dalam bisnis. Kemudian strategi pemasaran perlu disesuaikan dengan karakteristik pemasaran syariah yang meliputi dari rabbaniyyah, akhlaqiyyah, insaniyyah, dan waqi'iyah telah diterapkan namun masih terdapat elemen yang belum sesuai dengan prespektif Islam.



KESIMPULAN

- Coffee & Eatery kayoman Gresik dalam pemasaran produk telah melakukan strategi bauran pemasaran (marketing mix) 9P yaitu produk, harga, tempat atau saluran distribusi, promosi, orang, proses, bukti fisik, janji, dan sabar
- Coffee & Eatery Kayoman Gresik belum menerapkan strategi pemasaran syariah dalam bisnisnya.

