

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembahasan yang telah penulis lakukan berkaitan dengan strategi pemasaran produk prongkol kopi pada kedai Damonikopi Kota Kediri ditinjau dari *marketing syariah*, sebagaimana yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, sehingga mengantarkan pada rumusan pokok-pokok pikiran yang terangkum dalam poin-poin kesimpulan berikut:

1. Strategi pemasaran produk prongkol kopi pada kedai Damonikopi Kota Kediri menerapkan segmentasi pasar yang luas yang cocok dengan produk prongkol kopi karena salah satu segmen yang mungkin adalah pecinta kopi yang menghargai kualitas dan keunikan kopi, *targeting* pasar yang kalangan menengah karena kalau kalangan menengah bisa rata ke semua, baik keatas maupun ke bawah, serta *posioting* pasar yang sudah baik dengan memperkuat citra merek kedai Damonikopi sebagai tempat yang menawarkan kopi yang berkualitas dengan mengedepankan keunikan produk prongkol kopinya. Kemudian untuk mengelola produk prongkol kopinya, tentu selalu mengutamakan kualitas produk yang dipilih, menerapkan harga yang terjangkau untuk semua kalangan, melakukan distribusi langsung dan juga distribusi tidak langsung, serta selalu mengutamakan promosi dengan baik.

2. Ditinjau dari *marketing syariah* kedai Damonikopi sudah sepenuhnya menerapkan etika marketing syariah, memiliki kepribadian spiritual yang terpenuhi karena dalam memasarkan produknya terwujud dari segi kualitas dan cara produksinya yang aman dan tidak bertentangan dengan *syariah*, harga dan distribusi yang dilakukan kedai Damonikopi juga telah sesuai dengan nilai teitis. Etika dalam pemasaran produk prongkol kopi kedai Damonikopi belum sepenuhnya terpenuhi, karena dalam menepati janji dan tidak curang, dalam hal ini karyawan yang membuka kedai terkadang juga ada yang telat sehingga tidak sesuai dengan prinsip Islam. Strategi pemasaran yang dilakukan kedai Damonikopi mengedepankan nilai *ukhuwah insaniyyah* (persaudaraan antar manusia) dengan mengedepankan rasa kemanusiaan, dan tidak membedakan status atau kedudukan antar manusia.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk kedai Damonikopi Kota Kediri kedepannya, yaitu :

1. Untuk produk prongkol kopi yang dihasilkan kedai Damonikopi diupayakan untuk selalu menjaga kualitas rasa dan mutu, serta merencanakan pembuatan produk prongkol kopi dengan bahan lainnya, supaya konsumen tidak bosan dengan rasa prongkol kopi yang moonoton, serta dalam pemasaran produknya, diharapkan kedai Damonikopi lebih aktif lagi dalam memasarkan produknya di media

sosial. Hal tersebut bertujuan untuk pemasaran produk prongkol kopi kedai Damonikopi lebih luas lagi dari sebelumnya.

2. Sebaiknya nilai-nilai yang ada di *marketing syariah* dapat sepenuhnya terpenuhi, supaya menjadi lebih baik dari sebelumnya dan tidak mengecewakan para konsumen, sehingga para konsumen akan selalu loyal untuk datang ke Kedai Damonikopi. Juga relasi yang ada sebaiknya ditambah lagi, agar semakin banyak orang yang tau dengan produk unik prongkol kopi yang ada di kedai Damonikopi. Untuk penelitian selanjutnya bisa fokus pada cara meningkatkan preferensi konsumen terhadap prongkol kopi di kedai Damonikopi tentunya dengan mempertimbangkan nilai-nilai syariah.