

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan data dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi *marketing mix* 4p pada cafe prongos

Cafe Prongos menawarkan produk makanan dan minuman dengan cita rasa khas tradisional dan modern seperti nasi goreng tiwul, tumis pakis, dan kopi lokal. Produk-produk tersebut disajikan dalam kondisi segar dan hangat, serta dikemas dengan menarik. Cafe Prongos juga terus melakukan inovasi produk dengan membuka glamping dan bakso prongos serta bekerja sama dengan UMKM lokal Besuki sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan nilai tambah untuk Cafe Prongos.

Harga yang ditetapkan Cafe Prongos sangat terjangkau dan kompetitif dengan menyesuaikan dengan daya beli masyarakat sekitar khususnya kalangan Milenial dan Gen Z. Penetapan harga juga sebanding dengan kualitas dan pengalaman yang diberikan, sehingga konsumen merasa puas dan cenderung melakukan pembelian ulang.

Lokasi Cafe Prongos sangat strategis karena berada di kawasan wisata Besuki yang menyuguhkan panorama alam yang menakjubkan. Cafe Prongos juga dilengkapi fasilitas pendukung seperti musholla, CCTV, Toilet, dan area parkir yang cukup luas sehingga mendukung kenyamanan dan kemudahan akses bagi pengunjung yang datang.

Promosi pada Cafe Prongos dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Tik Tok, Facebook serta promosi langsung dan *word of mouth* dari mulut ke mulut sangat berdampak positif terhadap omzet penjualan. Cafe Prongos juga membuat strategi promosi seperti promosi akhir tahun dan desain tematik pada wadah untuk minuman sehingga hal ini menarik perhatian pelanggan.

2. Strategi *marketing mix* pada cafe prongos Perspektif *Syariah Marketing*

Strategi *marketing mix* Cafe Prongos telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah meliputi, kejujuran dalam penyajian produk, harga yang adil, pelayanan yang humanis, serta promosi yang tidak mengandung unsur penipuan atau manipulasi. Hal ini mencerminkan karakteristik *syariah marketing* yaitu teistis, etis, realistis dan humanistis.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Cafe Prongos
 - a. Cafe Prongos terus melakukan inovasi pada produk dengan menambah variasi menu dan fasilitas agar pengunjung yang datang bisa lebih meningkat dan disesuaikan dengan selera dan masukan dari pelanggan dengan lebih baik lagi
 - b. Meningkatkan promosi lebih konsisten terutama pada platform yang populer seperti TikTok dan Instagram agar Cafe Prongos dapat diminati bukan hanya masyarakat lokal tetapi juga luar kota.

- c. Menambahkan kursi dan meja serta menambah area glamping sehingga akan menjadi nilai tambah untuk menghadapi lonjakan pengunjung terutama pada saat musim liburan.
- d. Tetap menjaga prinsip-prinsip syariah dalam seluruh aktivitas pemasaran, terutama dalam hal transparansi harga, kejujuran informasi produk dan pelayanan yang amanah dan ramah.

2. Bagi Akademisi atau Peneliti Selanjutnya

Dengan melihat berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian berikutnya dengan objek dan sudut pandang yang berbeda. Penelitian lanjutan sebaiknya dikembangkan dengan lebih baik dan mendalam agar dapat menambah pengetahuan dan menyempurnakan penelitian-penelitian terdahulu. Terutama menambah variasi produk, serta memperluas dari segi promosi untuk dapat meningkatkan omzet dan menambah fasilitas sehingga pengunjung akan puas sehingga akan terus datang lagi ke cafe prongos.