

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah di deskripsikan pada penelitian ini, akhirnya peneliti dapat menyimpulkan mengenai komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Kene Tarik dalam melakukan pemasaran kepada konsumennya. Dari semua pembahasan yang telah dipaparkan, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Dalam pemasaran programnya, dengan memiliki produk beda dari yang lain, harga terjangkau, tempat yang nyaman, pelayanan yang baik dan ramah, mempunyai tujuan yang jelas dengan sama-sama memiliki keuntungan baik pelanggan maupun owner, tanpa takut rugi dengan adanya program jum'at bayar suka-suka. Kene Tarik lebih menekankan pemasaran melalui instagram dengan menata postingan *feed* instagram, update story terbaru, dan juga story whatsapp setiap owner, dan yang paling ampuh adalah pemasaran secara lisan, kunci dari keberhasilan Kene Tarik dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran ditentukan oleh komunikasi antar owner atau anggota di dalam Kene Tarik, dengan mempunyai tujuan yang sama dan menciptakan komunikasi yang baik untuk membentuk solidaritas *teamwork* dapat memunculkan sebuah ide kreativitas dan inovasi yang menciptakan sesuatu yang berbeda dari Kene Tarik dibandingkan Cafe yang lain.

2. Adanya program jum'at bayar suka-suka ini secara tidak langsung memunculkan nilai-nilai yang terbentuk secara alami. Berikut beberapa nilai tersebut meliputi:

- a. Nilai Agama, terbentuk dari menyisihkan sebagian keuntungan setiap bulan untuk dishodaqohkan
- b. Nilai Sosial, terbentuk dari adanya program jum'at bayar suka-suka yang menghasilkan banyak pengunjung dan menimbulkan interaksi lebih antar pelanggan dan juga owner.
- c. Nilai Budaya, terbentuknya budaya baru dari program tersebut dengan adanya diskusi, mengerjakan tugas bersama dan setiap jum'at Kene Tarik menyalakan musik religi seperti sholawat.
- d. Nilai Ekonomi, dengan adanya program tersebut membantu perekonomian penjual sekitar cafe Kene Tarik.
- e. Nilai moral, terbentuk dengan adanya kesadaran dari pembeli maupun penjual.

B. Saran

Melihat strategi komunikasi pemasaran dari Cafe Kene Tarik Kediri sangat bagus,. Namun demikian ada beberapa masukan yang ingin di rekomendasikan baik untuk pihak cafe, pelanggan, dan penelitian selanjutnya, diantaranya:

1. Untuk pemasarannya diharapkan bisa lebih meluas lagi, dan terus bisa memberikan konsep yang menarik dan menu yang beda dari yang lain. Menambah promo lain yang menarik selain program jum'at bayar suka-

suka. Lebih meningkatkan pelayanan terutama dalam menyajikan mie tarik.

2. Bagi para konsumen, agar bisa lebih mengerti dengan konsep islami cafe, dan diharapkan agar lebih sabar ketika Cafe benar-benar ditinggal ketika waktu sholat, karena sudah termasuk kebijakan Cafe, dan lebih bisa mengerti jika pelayanan mie tariknya lumayan lama dikarenakan pihak Cafe benar-benar mengolah mie tarik secara manual sampai tercipta rasa yang khas dan bisa mempertahankan kualitas rasa dalam jangka waktu panjang.
3. Bagi penelitian berikutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi atau rujukan penelitian berikutnya, hasil dari penelitian tentang Kene Tarik ini masih terbatas pada strategi komunikasi pemasarannya, faktor pendukung sekaligus hambatannya saja. Hal ini menandakan bahwa peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau semuanya. Jadi di dalam penelitian ini terdapat banyak hal yang memiliki kekurangan yang dapat di alami oleh peneliti lain.