

ABSTRAK

Dalam menjalankan bisnis diperlukan strategi untuk dapat menjalankan bisnisnya dan bertahan di tengah persaingan dalam dunia bisnis. Salah satu strategi yang harus dipakai suatu perusahaan atau pembisnis cafe adalah strategi untuk membangun dan meningkatkan konsumen. Bisnis saat ini mengalami perkembangan di tengah masyarakat, dimana cafe kini telah menjadi bagian dari sebuah kebiasaan atau gaya hidup kelompok individu. Karena pada strategi ini dapat memberikan dampak positif kepada sebuah perusahaan, salah satu bentuk persaingan adalah dalam bentuk penggunaan strateginya yang tidak bisa dihindari oleh pembisnis cafe seperti Produk, Pelayanan, Tempat, Harga dan lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pemilik cafe sekitar kampus Universitas Trunojoyo Madura. Bentuk persaingan bisnis yang dilakukan oleh pemilik cafe sekitar kampus Universitas Trunojoyo Madura. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskripsi kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan mengenai produk para pemilik cafe memahami secara mendetail setiap produk yang dimiliki. Persaingan harga yang terjadi pada pemilik bisnis cafe sekitar Universitas Trunojoyo Madura suatu hal yang wajar terjadi. Dan persaingan tempat pada para pemilik bisnis cafe terjadi karena pada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Pelayanan para pemilik cafe bisnis sudah cukup baik. Penerapan 9P secara umum sudah terlaksana dengan baik, namun untuk semua komponen bauran pemasaran tidak semuanya terlaksana dengan efektif, dalam persaingan yang terjadi pada pemilik bisnis cafe sudah sesuai dengan etika bisnis Islam atau bauran pemasarannya selaras dengan prinsip bisnis Islam.

Kunci: Strategi, Cafe, Bauran Pemasaran, Syariah Marketing Mix.

ABSTRACT

In running a business, a strategy is needed to be able to run it business and survive in the midst of competition in the business world. One of the strategies that must be used by a company or cafe business is a strategy to build and increase consumers. Business is currently experiencing development in the community, where cafes have now become part of a habit or lifestyle of individual groups. Because this strategy can have a positive impact on a company, one form of competition is in the form of using a strategy that cannot be avoided by cafe businessmen such as Products, Services, Places, Prices and others.

This study aims to determine the strategies used by cafe owners around the Trunojoyo University Madura campus. The form of business competition carried out by cafe owners around the Trunojoyo University Campus Madura. The type of research used in this thesis is a qualitative description method, the data in this study were obtained from primary data and secondary data. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that competition regarding the products of cafe owners understands in detail each product they have. Price competition that occurs in cafe business owners around Trunojoyo University Madura a natural thing to happen. And the competition for places among cafe business owners occurs because basically, they say that there is already a set of fortune. The service of the business cafe owners is quite good. The Implementation of 9P in general has been carried out well, but not all of the components of the marketing mix have been implemented effectively, in the competition that occurs in cafe business owners, it is in accordance with Islamic business ethics or the marketing mix is in line with Islamic business principles.

Keywords: *Strategi, Cafe, Marketing Mix, Syariah Marketing Mix.*