

BAB IV

ANALISIS DATA STRATEGI PEMASARAN UNTUK

MENARIK MINAT KONSUMEN

A. Analisis Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen yang Digunakan Bozzmen Café

Di dalam usaha konsumen menjadi salah satu indikator penting untuk menunjang suksesnya suatu usaha, karena itu para pemilik usaha tentunya mempunyai strategi pemasaran yang menarik untuk dapat memikat hati para konsumen agar terus berkunjung ke tempat usahanya. Begitu pula yang dilakukan Bozzmen Café untuk memikat dan menarik minat konsumennya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti, ini hasil konsumen yang datang ke Bozzmen Café sebelum mereka menggunakan strategi pemasaran yang menarik, konsumen yang datang di Bozzmen Café tidak begitu banyak. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini sebelum menggunakan media sosial sebagai strategi pemasaran, sebagai berikut :

Tabel 4. 1. Daftar Konsumen Bozzmen Café

No	Daftar Konsumen yang Berkunjung ke Bozzmen Café	Jumlah Konsumen yang Datang
1.	Harian	200 orang
2.	Mingguan	1.400 orang
3.	Bulanan	5.600 orang

Dapat dilihat dari tabel diatas, jumlah pengunjung yang datang tidak terlalu besar. Tetapi setelah mereka menggunakan media sosial, yaitu Instagram untuk mempromosikan café nya, dalam segi tempat, makanan, minuman, acara yang digelar, maupun hal lainnya, konsumen atau pengunjung yang datang meningkat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti, dapat dilihat dari tabel dibawah ini sesudah menggunakan media sosial yaitu Instagram sebagai strategi pemasaran Bozzmen Cafe, sebagai berikut:

Tabel 4. 2. Daftar Konsumen Bozzmen Café

No	Daftar Konsumen yang Berkunjung ke Bozzmen Café	Jumlah Konsumen yang Datang
1.	Harian	300 orang
2.	Mingguan	2.100 orang
3.	Bulanan	8.400 orang

Dari kedua tabel diatas, ada perbedaan dalam jumlah konsumen atau pengunjung yang datang setiap harinya. Perbedaannya sekitar 100 orang per harinya. Dalam hal ini, pihak Bozzmen Café selalu menampilkan dan mengupload hal-hal yang menarik di akunnya. Bisa dilihat dibawah ini tampilan dari akun Instagram Bozzmen Café, sebagai berikut :

a. Tampilan Akun Instagram Bozzmen Cafe



Gambar 4.1. Tampilan Akun Instagram Bozzmen Cafe

Sumber : Aplikasi Instagram Bozzmen Cafe

b. Tampilan Best Menu Minuman dan Makanan Bozzmen Cafe



Sumber : Aplikasi Instagram Bozzmen Cafe



Gambar 4.2. Tampilan Menu Bozzmen Café

Sumber : Aplikasi Instagram Bozzmen Café

c. Tampilan Acara yang ada di Bozzmen Café



Sumber : Aplikasi Instagram Bozzmen Café



Gambar 4.3. Tampilan Acara di Bozzmen Café

Sumber : Aplikasi Instagram Bozzmen Café

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada salah satu Kapten Bozzmen Café yang bernama Pak Irawan, beliau memberitahukan bahwa ”Bozzmen Café memiliki cara strategi pemasaran yang tentunya unik dan beda dari café lainnya. Bozzmen Café memiliki cara strategi pemasaran yang berkonsep dari segi tempat, makanan, minuman, dan fasilitas yang mereka sajikan dalam konsep media sosial yaitu Instagram. Bozzmen Café juga memberikan konsep serta layanan yang dapat dinikmati oleh semua

kalangan, baik kalangan anak muda maupun orang tua.”⁸²

Dapat diartikan bahwa Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya dengan usaha yang optimal.⁸³

Dalam keterangan dan kenyataan yang ada, peneliti menilai dan melihat bahwa yang dilakukan Bozzmen Café dalam menjalankan strategi pemasaran sudah baik dan sesuai dengan teori strategi pemasaran.

Dari adanya strategi pemasaran yang digunakan Bozzmen Café melalui media sosial yaitu Instagram, daya tarik minat konsumen atau pengunjung untuk datang ke Bozzmen Cafe lebih meningkat. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, strategi pemasaran adalah sebuah sasaran, kebijakan serta aturan yang memberikan tujuan kepada pengusaha tentang pemasaran dengan usaha yang optimal. Adapun Bozzmen café menerapkan tiga tahapan-tahapan strategi pemasaran, yaitu :

1. Tahapan Pertama Mengidentifikasi dan Mengevaluasi Kesempatan

Bozzmen Café telah menerapkan tahapan mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan, dalam hal ini peneliti mewawancarai Kapten Bozzmen Café yaitu Pak Yudi. “Pak Yudi menyampaikan bahwa Pak Ansyarullah dan Pak Rio Saputra selaku pemilik Bozzmen Cafe bisa melihat peluang bisnis yang dibutuhkan oleh konsumen

⁸² “Wawancara Dengan Irawan”, (8 September 2021).

⁸³ M. Nur Rianto Al Arif, op.cit., h. 83.

dalam hal apapun itu. Melalui media sosial yaitu Instagram, Bozzmen café menampilkan menu unik dalam hal makanan dan minuman yang tentunya tidak dimiliki oleh café lainnya, ada konsep satu paket kopi jadul beserta makanan pendampingnya yang dibandrol dengan harga Rp 18.000 saja.”⁸⁴

2. Tahapan Kedua Menganalisis Segmen Pasar dan Memilih Target Pasar

Bozzmen Café telah menerapkan segmen pasar dan target pasar yang baik. Dalam hal ini, peneliti berkemampuan untuk mewawancarai Pak Yudi. “Pak Yudi mengatakan bahwa Pak Ansyarullah dan Pak Rio Saputra selaku pemilik Bozzmen Café mampu memilih segmen pasar dan target pasar yang baik. Mereka memasarkan dan melakukan penjualannya kepada semua kalangan, agar kaum muda dan kau orang tua bisa mengunjungi serta menikmati tempat yang tersedia secara nyaman.”⁸⁵

Dalam hal ini juga media sosial yaitu Instagram juga digunakan dalam mempromosikan tempat Bozzmen café yang strategi tersebut, agar bisa dikunjungi oleh para pengunjung.

3. Tahapan Ketiga Merencanakan dan Menerapkan Bauran Pemasaran

Dalam hal ini berdasarkan hasil observasi peneliti, Bozzmen Café telah menerapkan bauran pemasaran produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

a. Produk (*Product*) dan Harga (*Price*)

⁸⁴ “Wawancara Dengan Yudi”, (8 September 2021).

⁸⁵ “Wawancara Dengan Yudi.”

Disini peneliti berkesempatan untuk mewawancarai Pak Yudi. “Dia menjelaskan bahwa dalam keunggulan produk yang tersedia pada Bozzmen Café tentunya beda dari café yang lain. Bozzmen Café memiliki menu-menu unik yang tentunya bisa dinikmati dari semua kalangan dan harga yang ditawarkan juga murah. Ada menu Nasi Goreng CK beserta es teh manis untuk lima orang yang dihargai dengan Rp 120.000, dan ada juga menu snack Pisang Goreng dan kopi yang dihargai dengan Rp 18.000. Ada juga menu-menu aneka mie yang disajikan secara kekinian agar konsumen tidak merasa bosan dengan makanan yang ada.”⁸⁶

Hal tersebut merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bozzmen Café untuk menarik minat agar konsumen terus berkunjung dan tetap bisa menikmati makanan dengan harga murah serta memiliki tempat yang nyaman dengan berkonsep unik dan mengikuti trend dimasa sekarang.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada salah satu Kapten yaitu Pak Imam, “Bozzmen Café memiliki keunggulan pada pemasaran variable produk makanan dalam kualitas dan layanan. Dalam segi harga yang disediakan Bozzmen Café memiliki harga yang terjangkau agar bisa dinikmati oleh semua orang.”⁸⁷

⁸⁶ “Wawancara Dengan Yudi.”

⁸⁷ “Wawancara Dengan Imam”, (8 September 2021).

b. Tempat (*Place*) dan Promosi (*Promotion*)

Selain poduk dan harga yang menjadi salah satu keunggulan di suatu Café, tentunya tempat atau lokas juga harus menjadi keunggulan. Karena tempat atau lokasi yang strategis, berada di pinggir jalan dan di tengah kota bisa menarik minat konsumen agar terus berkunjung. Bozzmen Café tentunya memiliki tempat yang strategis tidak jauh serta didirikan di dekat jalan raya yang berada di daerah Lemabang. Bozzmen Café juga memiliki ciri khas di tempatnya yaitu dikelilingi lampu-lampu agar lebih terlihat jelas oleh para konsumen.

Pak Imam juga menyampaikan bahwa, Bozzmen Café memiliki keunggulan dari segi promosi, yaitu media sosial Instagram. Bozzmen Café memanfaatkan peluang yang ada di instagram, karena dari hal tersebut mereka dapat mempromosikan Bozzmen Café dengan jangkauan yang sangat luas. Bozzmen Café juga bisa memberikan kegiatan-kegiatan apa saja yang dapat dilakukan di Bozzmen Café selain berkumpul. Di Bozzmen Café bisa menjadi tempat untuk meeting, mengerjakan tugas, merayakan acara-acara, menjadi tempat berkumpul untuk menjalankan silaturahmi antar seksama dan sebagainya. Bozzmen Café juga tidak lupa memberikan fasilitas yang sangat lengkap dari segi lahan parkir, tempat indoor maupun outdoor, WIFI, live music, dan musholla tempat beribah bagi para umat muslim. Hal tersebut

dilakukan sebagai salah satu bentuk promosi juga agar bisa menarik minat konsumen untuk terus-menerus berkunjung.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama salah satu Kapten Bozzmen Café yang bernama Pak Imam, “Bozzmen Café memiliki keunggulan pada pemasaran variabel tempat dan promosi yang terdiri dari lokasi, media sosial, dan fasilitas yang diberikan.”⁸⁸

B. Analisis Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Menarik Minat

Konsumen yang Digunakan Bozzmen Café

Setiap pelaku usaha atau biasa disebut dengan produsen pada umumnya memiliki aturan dalam menjalankan usahanya. Begitupun menjalankan usaha dalam Islam, tentunya memiliki tujuan untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat. Seperti yang diketahui, Etika Bisnis Islam memiliki arti yaitu, studi tentang seseorang atau organisasi yang melakukan usaha serta kontak bisnis yang bertujuan untuk saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.⁸⁹

Berdasarkan uraian diatas, peneliti berpendapat bahwa Etika Bisnis Islam merupakan serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh seseorang, organisasi, maupun pelaku bisnis yang bertujuan untuk mencari keuntungan tetapi tetap sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam dan berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul Saw.

⁸⁸ “Wawancara Dengan Imam.”

⁸⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 35

Adapun terkait dengan hal diatas, Bozzmen Café tentunya telah menjalankan tahapan-tahapan dalam membangun usaha dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif sesuai dengan etika bisnis dan nilai-nilai ajaran islam. Tahapan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang dilakukan Bozzmen Café mulai dari Mengidentifikasi dan Mengevaluasi Kesempatan, Menganalisis Segmen Pasar dan Memilih Target Pasar, Merencanakan dan Menerapkan Bauran Pemasaran, serta Menganalisis Kerja Perusahaan tentunya akan memberikan penilaian dan pandangan terhadap konsumen dengan tujuan dari pelaku bisnis yang meliputi *product, price, place, and promotion*. Dalam menentukan unsur-unsur strategi pemasaran, Bozzmen Café juga selalu menetapkan tiga unsur yang penting yaitu Segmentasi Pasar, Targeting, dan Positioning.

Berikut dibawah ini penjelasan oleh peneliti mengenai tinjauan etika bisnis islam dalam menarik minat konsumen yang digunakan bozzmen café, yaitu :

1. Ketuhanan (Rabbaniyah)

Para pekerja di Bozzmen Café tentunya selalu menaati perintah yang telah diajarkan dan di perintahkan oleh Allah SWT dan menjauhi larangannya. Dalam hal ini, saya dapat mewawancarai salah satu kapten yang ada di Bozzmen Café yang bernama Pak Yudi. “Beliau mengatakan bahwasannya owner yang membuka café ini berpeluang dan berniat untuk mencari rezeki yang halal dan dapat diridhoi oleh Allah SWT. Cara yang digunakan juga sesuai dengan ajaran agama,

tentunya dengan tidak bersikap licik, berbohong, tidak mengambil hak atau barang orang lain, serta selalu menjauhi segala sesuatu yang buruk dan dilarang oleh agama.”⁹⁰

Berdasarkan wawancara diatas, menurut peneliti pihak Bozzmen café telah menerapkan salah satu karakteristik pemasaran islam yaitu ketuhanan, dengan cara menjalankan pemasaran yang halal, menghindari sikap licik dan berbohong, serta menghindari pemasaran yang tidak baik bagi para konsumen saat berkunjung agar tidak memberikan kerugian kepada konsumen.

2. Etis (Akhlaqiyah)

Menurut para pekerja Bozzmen Café mereka selalu beretika baik kepada para konsumen, mereka juga tidak berbuat curang dalam hal apapun. Selain itu juga, mereka tidak perlu melakukan cara pemasaran yang berlebihan, apalagi sampai dengan saling menjatuhkan usaha orang lain. Dalam hal ini, saya mewawancarai Pak Abdullah. “Beliau mengatakan bahwasannya owner Bozzmen Café yaitu Pak Ansyarullah dan Pak Rio Saputra selalu melakukan strategi pemasaran yang baik tanpa menjatuhkan usaha yang lain. Selain itu juga Bozzmen Café selalu menerapkan dan berperilaku sesuai norma etika yang bersifat etis.”⁹¹

“Selain itu, Pak Abdullah mengatakan bahwa apa yang di produksi dan disajikan tidak ada unsur mencelakai serta membahayakan bagi

⁹⁰ “Wawancara Dengan Yudi”, (25 September 2021)

⁹¹ “Wawancara Dengan Abdullah”, (25 September 2021)

konsumen. Pihak café selalu berbelanja untuk sendiri untuk kebutuhan café agar mereka dapat menjamin kebersihan dan kehalalan yang mereka perjual dan sajikan. Tujuannya dalam hal tersebut agar tidak ada konsumen yang merasa dirugikan dalam mengkonsumsi makanan yang ada di Bozzmen Café, serta pihak Bozzmen café selalu menjalankan hubungan bisnis yang baik dengan kosnumen, pemasok, ataupun saingannya.”⁹²

Berdasarkan wawancara diatas, menurut peneliti Bozzmen Café telah menerapkan salah satu dari karakteristik pemasaran islam, yaitu etis (akhlaqiyah). Dapat disimak bahwasannya Bozzmen Café menjalankan strategi pemasaran dengan baik dan tentunya dengan cara halal, tidak berbuat curang yang melanggar etika, tidak menjelekkan usaha orang lain dan tidak merugikan pihak lain. Bozzmen Café selalu berinovasi untuk membuat daya tarik bagi para konsumen tanpa merendahkan produsen dan café lainnya.

3. Realistis (Al-Waqiiyah)

Para pekerja yang ada di Bozzmen Café rata-rata beragama Muslim, jadi mereka mengaku bahwa kewajiban pemasar yaitu menjalankan pemasaran yang baik dan halal tanpa ada unsur kebathilan. Dalam hal ini, saya mewawancarai Ibu Indah sebagai bagian di Bozzmen café. “Beliau mengatakan bahwa, makanan dan minuman yang ada di Bozzmen Café terjamin kehalalannya tanpa ada unsur babi dan

⁹² “Wawancara Dengan Abdullah.”

semacamnya.”⁹³

“Mereka juga tidak berbuat curang dalam hal makanan dan minuman. Apapun yang selalu mereka jual selalu bersifat realistis, selalu mengatakan keadaan dan menjelaskan kondisi barang yang akan diperjual dengan kebenarannya yang ada, serta tidak meraup keuntungan yang besar dan merugikan konsumen. Pihak Bozzmen Café selalu berinovasi memberikan dan menyediakan makanan, minuman, layanan bahkan fasilitas yang sesuai tanpa dilebihkan. Dengan cara itu, Bozzmen Café selalu dapat menarik pihak konsumen agar selalu berkunjung.”⁹⁴

Berdasarkan wawancara diatas, menurut peneliti pihak Bozzmen Café sudah menerapkan karakteristik pemasaran islam yaitu etis (al-waqiiyah), mereka selalu bersifat realistis terhadap para konsumen, dengan mengatakan yang sebenarnya tanpa berlebihan dan tanpa mengurangi apa yang ada.

4. Humanistis (Al-Insaniyah)

Di dalam penerapan karakteristik pemasaran syariah, yaitu humanistis yang dimiliki oleh para karyawan Bozzmen Café mengenai akhlak sudah sesuai. Para karyawan memiliki kepribadian spiritual yang baik, selalu jujur, amanah, melayani para konsumen dengan rendah hati dan secara adil, dan selalu menjalankan pemasaran sesuai syariah serta menjauhi larangannya.

⁹³ “Wawancara Dengan Indah”, (25 September 2021)

⁹⁴ “Wawancara Dengan Indah.”

Dalam hal ini, saya mewawancarai Pak Yudhi sebagai salah satu Kapten Bozzmen Café. “Dia mengatakan bahwa, pihak Bozzmen Café tidak serakah dalam hal pemasaran, mereka juga tidak mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dalam penjualan. Mereka menyajikan hidangan makanan dan minuman dengan harga yang transparan dan standar agar dapat dinikmati kalangan usia. Selain itu juga mereka memberikan pelayanan yang baik bagi para konsumen, tanpa saling membedakan satu sama yang lain.”⁹⁵

Berdasarkan penerapan praktik pemasaran dalam etika bisnis islam, peneliti menyimpulkan bahwa dan memperoleh data bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak Bozzmen Café tidak mengandung unsur kecurangan yang dapat merugikan orang lain. Selain itu juga, tidak ditemukannya usaha-usaha yang menyimpang dari aturan Etika Bisnis Islam dalam melakukan kegiatan penjualan. Setelah itu mereka juga percaya bahwa rezeki telah diatur oleh Allah SWT dan ada porsinya masing-masing, sehingga pihak Bozzmen Café tidak ada saling menjatuhkan dengan pengusaha atau café lainnya. Bozzmen Café melakukan kegiatan penjual dengan sportif dan menggunakan strategi pemasaran yang unik agar dapat menarik perhatian para pengunjung. Paling penting lagi pihak Bozzmen Café telah melakukan pelayanan yang sangat baik, sopan, ramah, dan selalu memberikan kenyamanan bagi para pengunjung serta memerikan fasilitas yang lengkap seperti

⁹⁵ “Wawancara Dengan Yudi”, (2 Oktober 2021).

tempat ibadah bagi umat muslim berupa Musholla, WIFI, lahan parkir yang luas, dan hiburan agar para pengunjung selalu datang terus-menerus.