

**STRATEGI BISNIS DAN *DIGITAL MARKETING* PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA *CAFÉ*
FRESH MILK KUALA SIMPANG KABUPATEN ACEH TAMIANG**

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

DIAN EKA PUTRI

NIM 4032019020



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

2023

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul :

**Strategi Bisnis Dan Digital Marketing Perspektif Ekonomi Islam Dalam
Menghadapi Persaingan Pada Café Fresh Milk Kuala Simpang Kabupaten
Aceh Tamiang**

Oleh :

Dian Eka Putri

Nim : 4032019020

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Manajemen Keuangan Syariah

Langsa, 12 Juni 2023

Pembimbing I



Dr. Amiruddin, MA
NIP.19750909 200801 1 013

Pembimbing II



M. Yahya, SE, M.Si, M.M
NIP.19651231 199905 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Keuangan Syariah



M. Yahya, SE, M.Si, M.M
NIP.19651231 199905 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

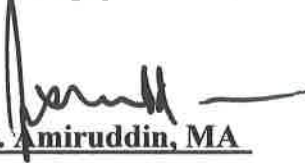
Skripsi berjudul "Strategi Bisnis Dan Digital Marketing Perspektif Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Persaingan Pada Cfe Fresh Milk Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang" an. Dian Eka Putri, NIM 4032019020 Program Studi Manajemen Keuangan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program Studi Manajemen Keuangan Syariah.

Langsa, 26 Juli 2023

Panitian Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Manajemen Keuangan Syariah IAIN Langsa

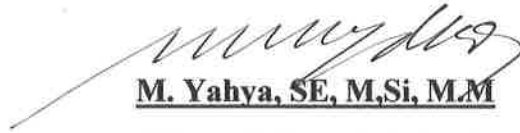
Penguji I



Dr. Amiruddin, MA

NIP.19750909 200801 1 013

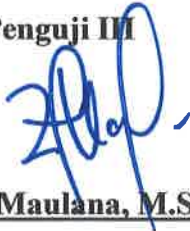
penguji II



M. Yahya, SE, M.Si, M.M

NIP.19651231 199905 1 001

Penguji III



Zefri Maulana, M.Si

NIP.198661001 201903 1 006

Penguji IV



Friska Anggi Siregar S.H. M H

NIP.198612252020122014

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muhammad Amin, S, TH., M.A

NIP. 198202052007101001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dian Eka Putri
Nim : 4032019020
Tempat/Tanggal Lahir : Sidodadi, 23 Mei 2001
Jurusan/Prodi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Dusun Perjuangan, Desa Sidodadi, Kec. Kejuruan
Muda, Kab. Aceh Tamiang

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI BISNIS DAN DIGITAL MARKETING PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA CAFÉ FRESH MILK KUALA SIMPANG KABUPATEN ACEH TAMIANG”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan keliruhan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 18 Juli 2023



Yang Menyatakan

Dian Eka Putri

4032019020

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

(Q.S Al-Insyirah, 94:6-7)

“Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* nya saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

Skripsi ini saya persembahkan :

Pertama untuk diri sendiri, terima kasih karena telah mau berjuang dan bertahan sampai saat ini sampai mampu berada di titik ini.

Kedua untuk orang tua saya yaitu Ayah Sulian dan Ibu Suyanti tercinta, serta adik-adik saya tersayang Kayla Salsa Nabila dan Hazig Abil Pratama. Terima kasih selalu menjadi rumah sesungguhnya bagi saya. Sehat selalu dan hidup lebih lama lagi kalian harus selalu ada disetiap perjalanan dan kehidupan saya, Iloveyou more more more.

Terima kasih.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah system Transliterasi Arab-Latin. Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	Keterangan	No	Arab	Latin	Keterangan
1	ا	Alif	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ	T (dengan titik dibawah)
2	ب	B	-	17	ظ	Ẓ	Z (dengan titik dibawah)
3	ت	T	-	18	ع	'	Koma terbalik (diatas)
4	ث	Ṡ	Es (dengan ririk diatas)	19	غ	G	-
5	ج	J	-	20	ف	F	-
6	ح	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)	21	ق	Q	-
7	خ	Kh	-	22	ك	K	-
8	د	D	-	23	ل	L	-
9	ذ	Ẓ	Z (dengan titik diatas)	24	م	M	-
10	ر	R	-	25	ن	N	-
11	ز	Z	-	26	و	W	-
12	س	S	-	27	ه	H	-
13	ش	Sy	-	28	ء	'	Apostrof
14	ص	Ṣ	S (dengan titik dibawah)	29	ي	Y	-
15	ض	Ḍ	D (dengan titik dibawah)				

2. Vokal

Vokal bahasa arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Gabungan Huruf
يَ	Fathah dan ya	Ai
وَّ	Fathah dan waw	Au

Contoh :

Kaifa = كَيْفَ

Haula = هَوَّلَ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِي	Fathah dan alif	Ā
يِ	Kasrah dan ya	Ī
وُ	Dhammah dan wau	Ū

Contoh :

Qāla = قَالَ

Qīla = قِيلَ

Ramā = رَمَى

Yaqūlu = يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau yang menadapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

- b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harakat yang sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍatul al-Aṭfal/rauḍhatul aṭfal= رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

Al-Madīnah al-Munawwarah/al-madīnatul-munawwarah= الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Ṭalḥah= طَلْحَةُ

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid dalam transliterasi ini dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana= رَبَّنَا

Nazzala= نَزَّلَ

Al-Birr = الْبِرُّ

ABSTRACT

This study aims to determine business and digital marketing strategies in facing competition at café Fresh Milk Kuala Simpang Aceh Tamiang regency. The method used is descriptive qualitative, the subjects of this research are owners, employess and consumers. The sample of this study were the owners, employees, and consumers of café Fresh Milk Kuala Simpang Aceh Tamiang Regency, totaling ten people. The sample technique used in this research is purposive sampling. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Data analysis used is data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that the strength analysis includes strategic location, quality products, various products, affordable prices, and friendly service. While the weakness is the lack of marketing. The opportunities that have increased consumer demand, broad market opportunities, increasing marketing through digital marketing, and product quality are recognized by consumers. The threat faced is the existence of the same competitors. Strategies that can be implemented are intensifying promotions in the market, maintaining the quality of products being marketed, utilizing digital marketing as a means of carrying out promotions, and providing convenient facilities to consumers.

Keyword : strategy, digital marketing, competition

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis dan *digital marketing* dalam menghadapi persaingan pada *Café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, subjek penelitian ini adalah pemilik, karyawan, dan konsumen. Sampel penelitian ini adalah pemilik, karyawan, dan konsumen *Café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang sejumlah sepuluh orang. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis kekuatan antara lain yaitu lokasi yang strategis, produk berkualitas, produk beragam, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang ramah. Sedangkan kelemahannya yaitu minimnya pemasaran. Pada peluang yang dimiliki meningkatnya permintaan konsumen, peluang pasar yang luas, meningkatkan pemasaran melalui *digital marketing*, dan kualitas produk di akui konsumen. Ancaman yang dihadapi yaitu adanya pesaing yang sama. Strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan mengintensifikan promosi pada pasar, menjaga kualitas produk yang dipasarkan, memanfaatkan *digital marketing* sebagai sarana untuk melakukan promosi, dan memberikan fasilitas yang nyaman kepada para konsumen.

Kata kunci : strategi, *digital marketing*, pesaing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI BISNIS DAN *DIGITAL MARKETING* PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA *CAFE FRESH MILK* KUALA SIMPANG KABUPATEN ACEH TAMIANG”** ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Selama penyusunan skripsi ini, tentu nya tidak lepas dari peran orang-orang yang selalu memotivasi serta memberikan bantuan baik nasehat maupun materi. Penulis juga mendapat banyak bimbingan, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
2. Dr. Amiruddin, MA selaku pembimbing I yang telah memberikan waktu, ilmu, bimbingan, motivasi, serta saran dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam penyusunan skripsi ini hingga akhir.
3. M. Yahya, S.E., MSi selaku pembimbing II yang telah memberikan waktu, ilmu, bimbingan, motivasi, serta saran dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam penyusunan skripsi ini hingga akhir.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Prodi Manajemen Keuangan Syariah yang telah membimbing, mendidik dan membeikan ilmunya kepada penulis.

5. Kedua orang tua, Bapak Sulian dan Ibu Suyanti yang telah memeberikan cinta, dukungan, motivasi serta doa kepada penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Joepri Yoga Pranata selaku pemilik *café Fresh Milk* Kulasa Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, yang telah membantu peneliti dalam kegiatan penelitian.
7. Kepada seluruh teman-teman Manajemen Keuangan Syariah khususnya Unit III angkatan 2019. Yang telah memberikan motivasi dan semangat, serta dukungan tanpa henti sehingga secara langsung membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran mengenai penelitian ini yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi banyak pihak serta secara umum bagi pemberdayaan dan meningkatkan Pendidikan berkualitas untuk generasi masa depan. Aamiin.

Langsa, Juni 2022

Penulis

DIAN EKA PUTRI

NIM 40320190

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
PERSETUJUAN.....	
LEMBAR PENGESAHAN.....	
SURAT PERNYATAAN.....	
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	
ABSTRAK.....	
ABSTRACT.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Penelitian.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	9
1.6 Penjelasan Istilah	10
1.7 Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teoritis Penelitian	13
1. Strategi Bisnis	13
2. Jenis-jenis Strategi Bisnis	14
3. <i>Digital Marketing</i>	16
4. Strategi <i>Digital Marketing</i>	22
5. Persaingan Usaha.....	23
6. Strategi Menghadapi Persaingan Usaha.....	23

7. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Usaha.....	24
8. Digital Marketing Perspektif Ekonomi Islam.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Teoritis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.3 Subjek Penelitaian.....	34
3.4 Sumber Data Penelitian.....	35
3.5 Instrumen Pengumpulan Data.....	36
3.6 Metode Keabsahan Data	38
3.7 Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
41.1 Asal Usul Aceh Tamiang	42
4.2 Hasil Penelitian	45
1. Strategi Bisnis Yang Dilakukan <i>Café Fresh Milk</i> Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.....	45
2. Strategi Promosi Melalui <i>Digital Marketing</i> Yang Dilakukan <i>Café Fresh Milk</i> Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang	50
3. Strategi Persaingan Usaha Yang Dilakukan <i>Café Fresh Milk</i> Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang	52
4.3 Pembahasan	55
43.1 Strategi Bisnis Dan <i>Digital Marketing</i> Dalam Menghadapi Persiangan Pada <i>Café Fresh Milk</i> Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang	55

BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Omset Bulan Januari – Desember Tahun 2021	7
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 1.3 Kerangka Teoritis.....	33
Tabel 1.4 Daftar Informan.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur <i>Digital Marketing</i>	17
Gambar 1.2 Peta Aceh Tamiang	44

LAMPIRAN

Lampiran Wawancara	65
Lampiran Dokumentasi Penelitian	80

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi bisnis adalah hal yang penting bagi keberlangsungan hidup suatu perusahaan untuk mencapai sesuatu yang efektif dan efisien, maka perusahaan harus mempunyai strategi yang cukup kuat agar mencapai keuntungan sesuai yang diinginkan. Perusahaan juga harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah yang ada didalam maupun diluar perusahaan. Pada era zaman modern, strategi bisnis sangat di butuhkan bagi para pembisnis, karena semakin banyaknya orang-orang yang membuka bisnis. Maka semakin banyak juga persaingan bisnis tersebut. Dalam menjalankan suatu bisnisnya perusahaan harus mempunyai perencanaan strategi bisnis yang baik dan benar agar mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan keinginan. Semakin banyak permintaan pasar maka semakin baik pula strategi yang di lakukan. Dalam strategi bisnis banyak yang harus dipersiapkan mulai dari perencanaan, komunikasi, dan pemasaran.

Dalam melakukan perencanaan bisnis, suatu perusahaan harus membuat sesuatu yang berbeda dari perusahaan lain agar menarik konsumen dan membuat konsumen tetap menyukai semua produk yang dikeluarkan perusahaan tersebut. Komunikasi juga penting dalam memasarkan produk yang akan di jual, dengan menggunakan komunikasi yang baik maka perusahaan dapat menawarkan produknya dengan mudah kepada konsumen dan pasar. Dalam melakukan strategi

pemasaran yang berfokus pada tujuan jangka panjang dan melibatkan program-program pemasaran dalam mewujudkan tujuan pada perusahaan. Strategi pemasaran adalah Langkah-langkah kreatif yang ditunjukkan untuk membuat kepuasan konsumen secara maksimal. Di zaman sekarang mempromosikan suatu produk dapat dilakukan melalui berbagai situs jejaring sosial, dimana banyaknya orang yang sudah memakai media sosial jadi dapat memudahkan perusahaan dalam memasarkan produknya. Pemasaran produk dapat dilakukan melalui Instagram, Facebook, WhatsApp, Telegram dan lainnya. Dengan demikian masyarakat akan lebih mengenal berbagai produk yang dipasarkan.¹

Strategi pemasaran juga dibutuhkan dalam menghadapi persaingan bisnis, ada beberapa keunggulan yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu harga, merek, kualitas, kepuasan, dan saluran distribusi.² Pemasaran juga merupakan proses yang memberikan pengaruh baik berupa kepuasan dan keunggulan kepada pelanggan baru atau pelanggan lama agar selalu menjadi pelanggan setia. Pemasaran juga merupakan tujuan akhir dari persaingan usaha agar bertahan dan berkembang ditengah persaingan. Jadi di dalam pemasaran ini merupakan pertukaran produk atau jasa kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan dan harga yang sudah disesuaikan. Mahal tidaknya suatu barang juga harus diperhatikan, karena dapat mempengaruhi persaingan harga pasar.

¹ Abdul Hakim, jurnal *Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Kota Malang*, Desember 2020, h.1450

² Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Batik Diajeng Solo)*, Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No. 1, Desember 2015, h.59

Digital marketing adalah pemasaran suatu produk yang menggunakan akses internet untuk memberi tahu banyak orang produk apa yang dipasarkan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan promosi melalui media sosial, peran *digital marketing* juga sangat berpengaruh karena perkembangan teknologi yang mudah dan cepat membuat pemasaran jauh lebih canggih dan unggul. Dengan berkembangnya teknologi yang didukung oleh jaringan internet, semua bidang telah mengalami kemajuan yang pesat, terutama dalam bidang bisnis. Internet merupakan pendukung yang membuat keberhasilan dalam suatu perusahaan dan perusahaan memperoleh keuntungan yang diinginkan, untuk itu salah satu strategi yang banyak digunakan oleh pengusaha dalam memasarkan produknya yaitu dengan melalui *digital marketing/pemasaran online*, *digital marketing* adalah teknologi yang memasarkan produk melalui media *digital*. Adapun media yang digunakan untuk *digital marketing* adalah, *website*, *social media*, *e-mail marketing*, *video marketing*, periklanan, dan *search engine optimization* (SEO). Keberhasilan dalam penerapan *digital marketing* yang benar dan baik akan berdampak positif dalam mendorong keberhasilan produk atau layanan untuk menjangkau pasar dan sasaran perusahaan.³

Cafe Fresh Milk yang bertempat di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang merupakan salah satu bisnis yang menggunakan *digital marketing*. Dalam memasarkan produknya *cafe* tersebut menggunakan *media sosial* yaitu Instagram. *Digital marketing/pemasaran online* memberikan manfaat bagi konsumen maupun

³ Siti Khoziyah, Evawani Elysa Lubis. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPOPCONNECTION*, jurnal : Ilmu Komunikasi, vol. 10 No. 1, 21 Maret 2021, h.40

produsen, dimana hal tersebut merupakan alat komunikasi yang baik untuk membangun hubungan yang lebih akrab dan dekat dengan pelanggan. Dari tahun 2020 berdirinya *cafe* ini hingga sekarang tetap melakukan pemasaran secara online maupun offline. Dengan menggunakan *digital marketing* dapat menjangkau konsumen secara efektif dan dapat membangun hubungan antara konsumen dengan produsen dengan baik. Dalam melakukan pemasaran, perusahaan harus mempunyai inovasi dan kreatifitas yang dapat menarik konsumen. Dalam memasarkan produk melalui *digital marketing* perusahaan harus mempunyai strategi dan daya Tarik yang kuat untuk menawarkan produknya. Dan di dalam *event-event* tertentu perusahaan dapat melakukan diskon, *flash sale*, *buy 1 get 1*, dan lainnya sebagai salah satu bentuk terimakasih kepada konsumen. Dalam memasarkan berbagai produk setiap perusahaan harus mempunyai perencanaan yang bagus untuk melakukan pemasaran produk, hal ini dilakukan untuk menarik pelanggan sehingga perusahaan tersebut lebih unggul dan diminati banyak orang. Setiap perusahaan dalam melakukan pemasaran harus terlebih dahulu melakukan bauran pemasaran yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi untuk memperoleh keunggulan bersaing. Jadi dalam hal pemasaran ini, perusahaan harus mempunyai perencanaan pemasaran yang bagus dan baik agar lebih unggul dan diminati banyak orang. Tak hanya itu perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen agar mampu bertahan dan bersaing di era sekarang. Namun pada kenyataannya tidak semua wilayah di Aceh Tamiang dapat dijangkau dengan jaringan internet, ada beberapa wilayah yang sama sekali tidak ada jaringan internet. Dengan minimnya hal tersebut membuat omset pendapatan *café Fresh Milk* tidak stabil. Dalam *digital*

marketing yang dilakukan oleh *café Fresh Milk* tidak melakukan *delivery*, karena itu para pelanggan *online* yang ingin memesan harus datang langsung ke tempatnya.

Café merupakan sebuah tempat yang santai untuk nongkrong atau berbincang-bincang bersama teman, sahabat, dan keluarga sembari menikmati minuman dan makanan yang telah disediakan di daftar menu.

Tulisan *café* (inggris) berasal dari bahasa Perancis yang artinya adalah kopi. Hal ini dikarenakan kebiasaan orang lokal disana menyebut kedai kopi dengan istilah *café*. Dan kafe berasal dari indonesia, menurut KKBI kafe merupakan tempat minuman yang pengunjungnya dapat memesan berbagai macam minuman, seperti kopi, teh, dan lainnya.⁴ Sebenarnya dalam istilah sama, hanya saja pemilihan tulisan tersebut dibuat agar lebih menarik pengunjung ataupun supaya lebih kekinian.

Menurut Building Planning dan Desain Standart secara umum kafe merupakan tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang mendekati restaurant dalam sistem pelayanan yang didalamnya tempat yang hiburan alunan musik, sehingga kafe dapat digunakan sebagai tempat yang santai dan untuk berbincang-bincang.⁵

Persaingan berasal dari Bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya kegiatan bersaing, bertanding, dan kompetisi. Persaingan adalah suatu kompetisi di dalam memasarkan produk yang memberikan penawaran harga yang baik dengan

⁴ <https://www.amesbostonhotel.com/pengertian-cafe/> diakses pada tanggal 31 Juli 2023

⁵ Durocher, Joseph F. Succesfull Restaurant Design. Canda: John Willey & Sonc Inc.2001

kualitas barang dan jasa yang baik pula. Persaingan bisnis dilakukan dengan cara yang sportif sesama pembisnis harus bersaing secara sehat, tetapi beberapa orang beranggapan bahwa dalam persaingan bisnis merupakan hal yang negatif karena dianggap sebagai kepentingan diri sendiri.⁶ Persaingan adalah perusahaan yang menjual atau memproduksi barang yang sama dan dipasarkan di pasar yang sama. Di dalam melakukan persaingan selain produk, harga juga menjadi faktor penting karena harga sangat berpengaruh dalam persaingan, jika ada perusahaan yang memberikan harga murah maka akan ada perusahaan lain yang berani memberikan harga lebih murah dari perusahaan sebelumnya, itu semua dilakukan karena adanya persaingan.

Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Bapak Joepri Yoga Pranata selaku *owner/pemilik café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, strategi bisnis yang dilakukan sudah sangat efektif dan efisien, tetapi dengan banyaknya *café-café* baru yang lebih menonjolkan tempat yang bagus, yang sesuai dengan keinginan remaja zaman sekarang membuat usahanya mengalami penurunan pelanggan. Kurangnya strategi dalam inovasi mengolah tempat juga sangat berpengaruh dalam penjualan, karena di zaman sekarang tempat juga mempengaruhi pelanggan untuk tertarik dengan usaha yang dimiliki. Dengan demikian *café Fresh Milk* harus mempunyai inovasi-inovasi mengenai tempat yang bagus dan nyaman agar mampu bersaing dengan *café* lain. *Cafe Fresh Milk* merupakan *cafe* yang lebih berfokus ke jenis minuman yang berbahan susu. Hampir

⁶ Erna, *Strategi Persaingan Bisnis Caffe di Kota ParePare (Analisis Etika Bisnis Islam)* Skripsi, 2018

semua *cafe* yang berada di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang menjual minuman yang berbahan susu yang dicampur dengan berbagai rasa yang dapat menarik konsumen. Dan dijual dengan harga yang bervariasi pula, bahkan ada yang menjual di bawah harga pasaran. Hal ini membuat *café Fresh Milk* mengalami persaingan harga yang cukup besar.⁷ Dengan begitu *café* ini memiliki tingkat penjualan yang naik turun setiap bulannya, terlihat dalam grafik yang ditunjukkan pada bulan Januari sampai Desember 2021 penurunan yang dialami *café Fresh Milk* terdapat pada tabel di bawah :

Tabel 1.1

Pendapatan omset Bulan Januari-Desember Tahun 2021

BULAN	OMSET
Januari	Rp.90.377.000
Februari	Rp.84.937.000
Maret	Rp.101.124.000
April	Rp.78.599.000
Mei	Rp.106.844.000
Juni	Rp.76.978.000
Juli	Rp.36.810.000
Agustus	Rp.109.300.000
September	Rp.85.650.000
Oktober	Rp.81.250.000
November	Rp.67.120.000
Desember	Rp.54.340.000

Sumber : *café fresh milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang

⁷ Joepri Yoga Pranata, Pemilik Café Fresh Milk, Sabtu 18 Juni 2022, Karang Baru Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang

Tabel 1.2
Pendapatan omset bulan Januari-Desember 2022

BULAN	OMSET
Januari	Rp.50.000.000
Februari	Rp.63.000.000
Maret	Rp.74.000.000
April	Rp.81.000.000
Mei	Rp.88.000.000
Juni	Rp.55.900.000
Juli	Rp.36.000.000
Agustus	Rp.96.300.000
September	Rp.68.600.000
Oktober	Rp.105.000.000
November	Rp.51.200.000
Desember	Rp.45.100.000

Sumber : *café fresh milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang

Berdasarkan tabel di atas perolehan pendapatan oleh *café Fresh Milk* mengalami naik turun dalam kurun waktu dua tahun, padahal *café Fresh Milk* sudah melakukan strategi pemasaran mulai dari strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, dan strategi promosi dengan maksimal. Dan telah terjadi kesenjangan dimana pendapatan yang diperoleh *café Fresh Milk* mengalami naik turun dalam kurun waktu setahun. Adapun alasan penulis memilih *café Fresh Milk* untuk di teliti adalah karena *café* ini memiliki konsumen yang banyak dan menjadi tempat favorit remaja Aceh Tamiang untuk bersantai.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk menganalisis strategi bisnis dan *digital marketing* dalam menghadapi persaingan yang dilakukan *café Fresh Milk* dengan mengambil judul

“STRATEGI BISNIS DAN *DIGITAL MARKETING* PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA *CAFÉ FRESH MILK* KUALA SIMPANG KABUPATEN ACEH TAMIANG”.

1.2 Identifikasi Masalah

Di dalam suatu bisnis tentu saja pernah mengalami permasalahan baik dari segi pemasaran produk, pendapatan untung rugi, dan naik turunnya konsumen. Persaingan juga sangat mempengaruhi suatu bisnis, karena semakin banyak dibukanya *cafe-cafe* baru yang lebih menarik perhatian para konsumen baik dari segi tempat, kenyamanan, keestetikan, keindahan, dan *budget* yang diterapkan dalam suatu *cafe* juga sangat berpengaruh. Hal tersebut yang membuat *cafe Fresh Milk* mengalami naik turun konsumen pada setiap bulannya, dan semakin meningkatkan strategi bisnis dan digital marketing yang lebih unggul supaya bisa bersaing dengan *cafe-cafe* lainnya.

Maka dari itu identifikasi dari proposal ini yaitu :

1. Kurangnya strategi dalam inovasi tempat yang dilakukan *café Fresh Milk* dalam menghadapi persaingan bisnis.
2. Kurangnya jaringan internet di berbagai wilayah di Aceh Tamiang.
3. Banyaknya persaingan harga yang di alami *café Fresh Milk*.

1.3 Batasan Penelitian

Karena luasnya permasalahan yang akan diteliti dan untuk memperjelas permasalahan yang ada dalam penelitian ini, maka penulis membatasi permasalahan yaitu :

Strategi Bisnis Dan *Digital Marketing* Perspektif Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Persaingan Pada *Café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.

1.4 Rumusan Masalah

Bertolak dari latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang?
2. Bagaimana *Digital Marketing* yang dilakukan oleh *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang?
3. Bagaimana menghadapi persaingan yang dilakukan oleh *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan oleh *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.
2. Untuk Mengetahui *Digital Marketing* yang dilakukan oleh *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.
3. Untuk mengetahui cara menghadapi persaingan yang dilakukan oleh *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain :

1. Bagi penulis

Di harapkan penelitian ini bisa membawa wawasan bagi penulis dan menjadi bahan informasi penulis dalam mengetahui strategi bisnis di suatu usaha.

2. Bagi Praktisi

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat dan cara berbisnis yang tepat untuk menghadapi persaingan bisnis.

3. Bagi Akademik

Diharapkan proposal ini menjadi referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian dibidang dan objek yang sama.

1.6 Penjelasan Istilah

Penjelasan istilah dalam penelitian ini dimaksudkan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pembahasan penelitian, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang terdapat di dalam penelitian ini, adapun istilah yang dimaksud dalam penellitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah sebuah perancangan dalam pengambilan keputusan yang mendukung aktivitas bisnisnya dalam mencapai suatu tujuan yaitu keuntungan. Strategi merupakan tujuan jangka panjang yang akan dicapai perusahaan.

2. *Digital Marketing*

Digital Marketing adalah teknologi yang digunakan untuk melakukan pemasaran produk untuk menjangkau konsumen dengan cara yang efektif dan efisien. *Digital marketing* dilakukan melalui media berbasis web seperti website, e-mail, dan media sosial.

3. Persaingan

Persaingan adalah ketika suatu organisasi atau kelompok berlomba untuk mencapai sesuatu yang diinginkan, seperti konsumen, pangsa pasar, dan peningkatan survei. Maka akan timbul persaingan bisnis yang akan terjadi antara kedua belah pihak.

1.7 Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini penulis akan membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, Batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, dan sistematika penulisan

Bab II Landasan Teori

Dalam bab ini penulis akan membahas mengenai landasan teoritis penulisan, penelitian terdahulu, dan kerangka teoritis.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek penelitian, sumber data penelitian, instrument pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang hasil pembahasan, di mana klasifikasi pembahasan disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau fokus penelitiannya.

BAB V Penutup

Dalam bab ini penulis akan menyimpulkan kesimpulan, saran-saran dari keseluruhan pembahasan yang telah disampaikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

41. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

41.1 Asal Usul Aceh Tamiang

Tamiang pada awalnya merupakan satu kerajaan yang pada masanya mencapai puncak kejayaan dibawah pimpinan Raja Muda Sedia yang memerintah selama 1330-1366 M. pada masa kerjajaan tersebut wilayah Tamiang dibatasi dengan daerah-daerah :

1. Sungai Raya / Selat Malaka di bagian Utara
2. Besitang di bagian Selatan
3. Selat Malaka di bagian Timur
4. Gunung Segama / Gunung Bendahara di bagian Barat

Pada masa kesultanan Aceh, kerajaan Tamiang Telah mendapat cap Sekureung (cap sembilan) dan hak Tumpang Gantung dari Sulthan Aceh Darusalam, yang dimaksud dengan cap Sekureung adalah cap atau segel resmi Sulthan-Sulthan Aceh atau Raja-Raja Aceh. Fungsi dari cap atau segel itu yaitu di gunakan oleh para Sulthan dan Sultanaah Aceh dalam mengesahkan mandat atau

sebuah perintah.²¹ Sementara Negeri Sulthan Muda Seruway, Negeri Sungai Iyu, Negeri Kaloy, dan Negeri Telaga Meuku merupakan wilayah-wilayah yang belum mendapatkan cap Siureung dan dijadikan sebagai wilayah *protector* (pelindung) bagi wilayah yang sudah mendapatkan cap Sikureung.

“ TAMIANG “ adalah sebuah nama yang berdasarkan legenda dan data sejarah berasal dari “ Te-Miyang” yang berarti tidak kena galat atau kebal akan gatal dari miang bambu. Hal tersebut juga merupakan hal yang berhubungan dengan cerita sejarah tentang Raja Tamiang yang bernama Pucook Suloo, yang ketika masih bayi ditemukan dalam rumpun bambu Betong (istilah dalam Tamiang “buloo”).²² Raja yang menemukannya kala itu bernama Tamiang Pehok, lalu kemudian mengambil dan membawa bayi tersebut. Setelah dewasa kemudian dinobatkan sebagai menjadi Raja Tamiang dengan gelar “ Pucook Suloo Raja Te-Miyang “, yang artinya seorang raja yang ditemukan di rumpun rebong taui tidak terkena gatal atau kebal akan gatal.²³

Aceh Tamiang merupakan salah satu kabupaten yang terletak di provinsi Aceh. Aceh Tamiang terdiri dari 12 Kecamatan dan 213 Desa serta 705 Dusun, yang mayoritas penduduknya adalah bertani, dengan tinggi rata-rata wilayah Kabupaten Aceh Tamiang yaitu 20 - 700 M di atas permukaan laut. Kabupaten Aceh Tamiang berada di jalur Timur Sumatera yang berjarak hanya 250 km dari

²¹ <https://steemit.com/aceh/@khairulfahmi92/mengenai-cap-sikureueng-stempel-kerajaan-aceh> diakses pada 22 Mei 2023

²² <https://www.acehtamiangkab.go.id/selayang-pandang/sejarah-aceh-tamiang-html> diakses pada 22 Mei 2023

²³ https://id.wikipedia.org/wiki/Kerajaan_Tamiang diakses pada 22 Mei 2023

Kota Medan sehingga akses dalam menyalurkan barang lebih mudah dan harga nya juga lebih terjangkau.²⁴

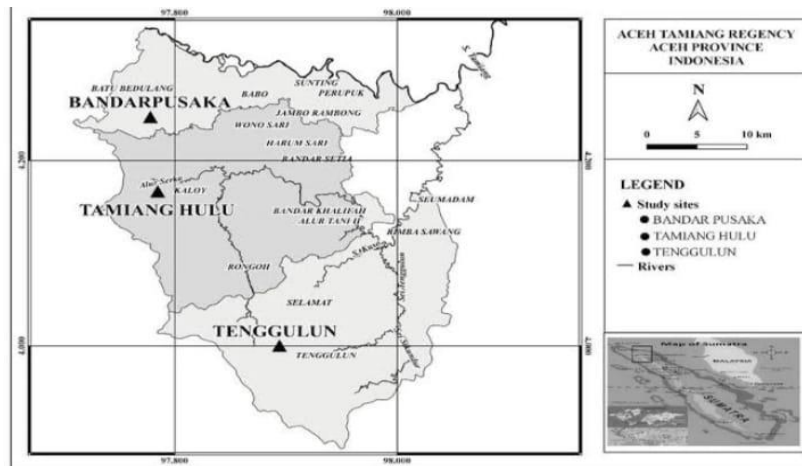
Dari sebelah utara Aceh Tamiang berbatasan dengan Aceh Timur, Kota Langsa, dan Selat Malaka, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Langkat (Provinsi Sumatera Utara) dan Selat Malaka, Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Langkat (Provinsi Sumatera Utara) dan Kabupaten Gayo Lues, dan sebelah Barat berbatasan dengan Aceh Timur dan Kabupaten Gayo Lues.²⁵ Pemerintahan atau Bupati Aceh Tamiang pada tahun 2006-2012 dipimpin oleh Drs. H. Abdul Latief, kemudian tahun 2012-2017 dilanjutkan oleh H. Hamdan Sati, ST, dan pada tahun 2007-2022 dipimpin oleh H. Mursil, SH, M. Kn. Dan pada tahun 2023 Pj. Bupati Aceh Tamiang di pimpin oleh Dr, Drs. Meurah Budiman, SH, MH. Berikut ini merupakan gambaran peta Kabupaten Aceh Tamiang.

Gambar 1.2

Peta Aceh Tamiang

²⁴ Sejarah Tamiang <https://www.acehtamiangkab.go.id> diakses pada 24 Maret 2023

²⁵ Gambaran Umum Aceh Tamiang <https://dinkes.acehtamiangkab.go.id> diakses pada 24 Maret 2023



Sumber : www.researchgate.net

Secara geografis regional, Aceh Tamiang merupakan pintu masuk wilayah Provinsi Aceh, Aceh Tamiang memiliki ciri khas populasi mangrove yang terletak di tepi pantai hingga mendekati pemukiman warga. Hal tersebut menjadikan Aceh Tamiang memiliki populasi mangrove terbesar di Aceh yang diikuti oleh Langsa dan Aceh Timur. Masyarakat yang tinggal di pesisir pantai memiliki aktifitas sehari-hari yaitu dengan mencari ikan atau ber nelayan. Sebagaimana hasil tangkapan ikan yang mereka dapat akan di jual di pasar.²⁶

4.2 Hasil Penelitian

Setelah menyelesaikan penelitian dengan mengumpulkan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, penulis berhasil menemukan strategi bisnis dan digital marketing dalam menghadapi persaingan pada *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.

²⁶ Profil Kawasan Aceh Tamiang <https://uptdpkkpd.acehprov.go.id> diakses pada 24 Maret 2023

1. Strategi bisnis yang dilakukan *Café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang

Strategi bisnis adalah hal yang penting bagi keberlangsungan hidup suatu perusahaan untuk mencapai sesuatu yang efektif dan efisien. Maka perusahaan harus mempunyai strategi yang cukup kuat agar mencapai keuntungan yang diinginkan. Dalam melakukan strategi juga harus melakukan perencanaan-perencanaan yang di buat agar suatu perusahaan lebih unggul di banding dengan perusahaan lain, dalam melakukan perencanaan suatu perusahaan dapat melakukannya melalui pemasaran yang di lakukan melalui media sosial yaitu seperti Instagram, WhatsApp, Telegram, dan lain sebagainya. Hal tersebut dilakukan supaya masyarakat luas dapat mengetahui produk apa yang telah di pasarkan suatu perusahaan. Dalam melakukan pemasaran di butuhkan keunggulan yang dapat di gunakan oleh perusahaan yaitu harga, pangsa pasar, merek, kualitas, kepuasan, dan saluran distribusi. Pemasaran juga merupakan proses yang memberikan pengaruh baik berupa kepuasan dan keunggulan kepada pelanggan baru atau pelanggan lama agar selalu menjadi pelanggan tetap.

Peran *digital marketing* juga sangat berpengaruh karena perkembangan teknologi yang mudah dan cepat membuat pemasaran jauh lebih canggih dan unggul. Internet merupakan pendukung yang membuat keberhasilan dalam suatu perusahaan dan perusahaan memperoleh keuntungan yang di inginkan, tetapi dalam memasarkan produk melalui *media digital* juga mendapat banyak persaingan dengan perusahaan lain. Maka dari itu perusahaan harus melakukan penawaran

yang menarik dan unik agar membuat pelanggan merasa tertarik dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

Café Fresh Milk merupakan salah satu *café* yang berada di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang, *café* ini terletak di Jalan Medan Banda Aceh Karang Baru Aceh Tamiang. *Café* yang menjual berbagai minuman yang berbahan dasar dari susu, yang mampu menghasilkan berfariasi rasa dan dapat menarik pelanggan. Dengan demikian *café* tersebut harus mempertahankan kualitas minuman dan juga rasa. Dalam melakukan strategi bisnis juga sangat di perlukan untuk mempertahankan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu pemilihan tempat dan kenyamanan pengunjung sangat di utamakan terlebih lagi remaja zaman sekarang terlalu terobsesi dengan tempat-tempat yang bagus dan estetik untuk dijadikan sebagai spot foto. *Café Fresh Milk* juga menyediakan tempat ibadah seperti mushola, tempat wudhu, mukenah, dan sajadah.

Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak Joepri Yoga Pratama selaku pemilik *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang :

“Pada tahun 2019 adalah awal mulanya saya berjualan roti lalu di fikir-fikir roti tanpa minum seperti ada yang kurang, maka pada tahun 2020 saya memutuskan untuk menjual minuman yang berbahan dasar susu ini. Dan modal awal itu saya pinjam dari orang tua sebesar Rp.10.000.000. Dan alhamdulillah dalam waktu setahun dapat mengembalikan modal awal saya walau tidak banyak.”²⁷

²⁷ Hasil Wawancara Kepada Joepri Yoga Pratama, Pemilik *café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 15.00 WIB.

Selanjutnya bapak Joepri Yoga Pratama selaku pemilik *café* memberikan informasi mengenai produk yang di jual :

“Untuk minuman yang di jual saya khususkan memakai bahan dasarnya itu adalah susu. Untuk susu yang digunakan yaitu seperti susu UHT. Saya juga menggunakan bahan-bahan premium dan di tambah dengan bahan-bahan lainnya sehingga rasanya enak dan pas. Untuk menu minumannya kita menyediakan sekitar 21 varian rasa sehingga pengunjung dapat bebas memilih dan menikmatinya. Dan untuk roti itu saya ganti dengan makanan ringan lainnya”²⁸

Selanjutnya bapak Joepri Yoga Pratama selaku pemilik *café* memberikan informasi mengenai hambatan dan ancaman yang di alami dalam merintis usaha ini :

“kalau untuk hambatan itu banyak, karena dalam berbisnis pasti ada jatuh bangunnya. Mulai dari karyawan yang tiba-tiba berhenti bekerja, cuaca yang setiap harinya tidak mendukung tiba-tiba hujan. Itu bisa berpengaruh dalam omset pendapatan kami. Dan untuk ancaman itu sendiri saya rasakan pada awal saya memulai bisnis ini yaitu pada satu tahun berlangsungnya *café* ini. Mulai dari ancaman internal maupun eksternal, karena dalam bernisnis semakin banyak saingan semakin banyak yang tidak suka pula. Jadi kalau ancaman internal itu bisa terjadi dari orang-orang yang ada di balik *café* ini iya seperti orang dalam gitu. Kalau eksternal nya itu kami pernah mendapatkan gangguan mistis, tiba-tiba di sudut ruangan ada kain putih di balut plastik yang didalam nya itu tanah atau bunga, tapi kami coba berfikir positif.”²⁹

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa awal memulai bisnis ini karena berjualan roti, lalu akhirnya berganti menjadi minuman yang sampai sekarang di nikmati oleh orang. Dengan modal hasil pinjaman orang tua dapat

²⁸ Hasil Wawancara Kepada Joepri Yoga Pratama, Pemilik *café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 15.00 WIB

²⁹ Hasil Wawancara Kepada Joepri Yoga Pratama, Pemilik *café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 15.00 WIB

menjadikan suatu usaha yang sekarang di sukai orang banyak. pemilihan lokasi dan tempat juga sangat berpengaruh dalam memulai bisnis. Proses dalam memulai bisnis itu tidaklah mudah, banyak cobaan, hambatan, dan ancaman yang di dapatkan. Tetapi itu tantangan yang harus di hadapi oleh para perintis usaha, demi keberlangsungan hidup suatu usaha. Ancaman yang di rasakan dapat di jadikan sebagai penguatan dalam suatu usaha pertahanan. Hal tersebut di kuatkan dengan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Haris selaku kepala bar *café Fresh Milk* :

“saya sudah 2 tahun kerja di sini dan adanya ancaman itu sudah menjadi hal yang sangat wajar bagi suatu bisnis, apa lagi ancaman melalui hal mistis itu sudah kami anggap biasa.”³⁰

Selanjutnya Haris selaku kepala bar *café Fresh Milk* juga memberikan informai mengenai pelanggan yang komplain :

“kami para karyawan di sini bekerja dari jam 10.00 – 22.30 WIB kalau mengenai pelanggan komplain itu setiap harinya pasti ada dan sudah menjadi hal yang wajar bagi kami, komplainnya para pelanggan juga dikarenakan kami salah memberi pesanan, dan kami karyawan langsung meminta maaf dan menggantinya”³¹

Dari hasil wawancara tersebut dapat di ketahui bahwa komplain dalam suatu usaha itu adalah hal yang sangat wajar, komplain yang di lakukan pelanggan dapat dijadikan sebagai motivasi dan pelajaran agar kedepannya tidak mendapatkan

³⁰ Hasil Wawancara Kepada Haris, Kepala Bar *café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 16.30 WIB

³¹ Hasil Wawancara Kepada Haris, Kepala Bar *café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 16.30 WIB

komplain lagi. Hal tersebut di sejalan dengan wawancara yang dilakukan penulis dengan Kayla salah satu pengunjung *café*.

“saya sangat suka nongkrong di tempat ini, minumannya enak, harganya juga terjangkau, tetapi terkadang pesanan yang di kasih itu tidak sesuai. Maka saya komplain dan memberi masukan agar kedepannya menjadi lebih baik.”³²

Demikian hasil wawancara di atas, maka dapat di simpulkan bahwa bisnis merupakan rangkaian perancangan yang menggambarkan bagaimana perusahaan mampu beroperasi dalam mencapai tujuannya, agar memperoleh keuntungan yang maksimal sesuai dengan yang di inginkan. Dalam berbisnis juga harus memiliki strategi agar mencapai hal yang lebih maksimal yaitu : harga, kemasan, pemasaran, dan pelayanan. Hal juga mampu menimbulkan persaingan sesama pembisnis yang berakibat pada barang yang di pasarkan akan habis terjual atau tidak. Maka dalam menghadapi persaingan para pembisnis perlu melakukan *diferensiasi* (perbedaan produk yang di pasarkan), fokus terhadap masalah yang di maksud adalah jika suatu perusahaan mengeluarkan produk dan konsumen merasa ada yang salah dengan produknya, maka konsumen harus mengkritik dan perusahaan harus menerima kritikan sebagai masukan yang baik.

2. Strategi promosi melalui *digital marketing* yang dilakukan *café Fresh Milk* Kulasa Simpang Kabupaten Aceh tamiang.

³² Hasil Wawancara Kepada Kayla, Pengunjung *café Fresh Milk*, Tanggal 02 Maret 2023, Pukul 20.00 WIB

Digital marketing/pemasaran *digital* adalah pemasaran produk melalui internet yang dilakukan untuk menjangkau konsumen baik dari dalam daerah maupun luar daerah. Hal tersebut dilakukan agar dapat mempromosikan produknya kepada masyarakat luas, dan dengan menggunakan media *digital* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap saat dan setiap waktu. Dalam memasarkan produknya melalui *media digital* dapat dilakukan melalui aplikasi instagram, facebook, whatsapp, *marketplace* dan lain sebagainya. Dalam pemasaran melalui *media digital* harus dilakukan dengan cara yang sejelas mungkin agar memudahkan konsumen saat berbelanja. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak Joepri Yoga Pratama selaku pemilik *café Fresh Milk* :

“untuk mempromosikan produk saya menggunakan *digital marketing* yaitu melalui aplikasi instagram. Pemilihan ini dikarenakan zaman sekarang banyak sekali orang yang memakai aplikasi ini, maka saya mencoba mempromosikannya melalui aplikasi ini. Saya hanya menggunakan instagran sebagai tempat promosi tidak menggunakan aplikasi lainnya, dan untuk pemesanan kami hanya menyediakan pemesanan di *otlate* (toko) langsung tidak menyediakan *delivery*”³³

Selanjutnya bapak Joepri Yoga Pratama selaku pemilik *café Fresh Milk* memberikan informasi mengenai kendala dalam melakukan promosi :

“tetapi dalam melakukan promosi tidaklah mudah, ada kendala yang harus di hadapi mulai dari jaringan yang tidak sampai ke daerah-daerah kecil di

³³ Hasil Wawancara Kepada Bapak Joepri Yoga Pratama, Pemilik *Café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 15.00 WIB.

Aceh Tamiang sehingga dalam melakukan promosi hal tersebut tidak tersampaikan kepada mereka.”³⁴

Selanjutnya bapak Joepri Yoga Pratama selaku pemilik *café Fresh Milk* memberikan informasi mengenai hal-hal dalam mempertahankan konsumen :

“kita sering melakukan promosi melalui media sosial yaitu dengan diskon, *buy 2 get 1*. Dan pada hari-hari tertentu, misalnya pada 17 Agustus, *anniversary café* ini kita sering melakukan diskon.”³⁵

Dari hasil wawancara di atas, dapat di ketahui bahwa dalam pemilihan media *digital* yang tepat sebagai sarana promosi sangatlah penting, karena dapat menjadikan tempat keuntungan yang sangat besar bagi setiap perusahaan. Dalam hal tersebut juga mendapatkan kendala yang cukup besar yaitu pada jaringan internet yang sangat minim di wilayah tertentu di Aceh Tamiang. Hal tersebut sejalan dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan Ridho selaku pengunjung *café Fresh Milk* :

“saya yang tinggal nya jauh merasakan dampak dari tidak adanya jaringan internet, susah mengakses media sosial juga. yang seharusnya saya tau kalau *café* ini sering melakukan diskon jadi tidak tau”³⁶

Demikian hasil wawancara di atas, maka dapat di simpulkan bahwa dalam melakukan promosi melalui *digital marketing*/pemasaran *digital* dapat dilakukan dengan beberapa aplikasi yang dapat mewujudkan hasil yang sesuai dengan

³⁴ Hasil Wawancara Bapak Joepri Yoga Pratama, Pemilik *Café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 15.00 WIB

³⁵ Hasil Wawancara Kepada Bapak Joepri Yoga Pratama, Pemilik *Café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 15.00 WIB

³⁶ Hasil Wawancara Kepada Ridho, Pengunjung *café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 20.30 WIB

keinginan, dan hal tersebut bertujuan untuk mempromosikan produk kepada masyarakat luas. Dalam melakukan digital marketing mempromosikan suatu produk dapat dilakukan dengan cara membuat konten yang menarik dan jelas supaya dapat menarik minat pelanggan.

3. Strategi Persaingan Usaha yang dilakukan *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.

persaingan usaha adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan dalam memproduksi suatu barang atau jasa. Dalam menjalankan suatu usaha pastinya mendapatkan persaingan dari perusahaan lain maka dari itu perusahaan harus memiliki strategi yang unggul agar bisa menghadapi dan memenangkan persaingan yang dilakukan. Salah satu dalam mencapai persaingan bisnis yang baik adalah dengan menjaga komunikasi yang baik antara produsen dan konsumen. Dalam menghadapi persaingan bisnis, tentunya perusahaan harus memiliki strategi yaitu dengan perbedaan produk yang di pasarkan, dan harga yang di berikan, dan kualitas suatu barang. Dengan begitu konsumen akan membandingkan dengan produk dari perusahaan lain. Hal tersebut sejalan dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan pemilik *café Fresh Milk* :

“dalam menghadapi persaingan saya melakukan dengan cara mempertahankan kualitas suatu produk, menjaga cita rasa yang telah di buat tanpa mengurangi dan melebihkannya. Dan menetapkan harga yang ramah di kantong semua orang bahkan anak-anak sekolah”³⁷

³⁷ Hasil Wawancara Kepada Joepri Yoga Pratama, Pemilik *Café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 15.00 WIB

Selanjutnya bapak Joepri Yoga Pratama selaku pemilik *café* juga memberikan informasi mengenai pertahanan konsumen dalam bersaing dengan *café-café*

lainnya :

“selain menjaga kualitas suatu produk dan harga yang ramah di kantong, kami juga memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen. Jika hal seperti itu tidak di terapkan maka pastinya tidak ada lagi pelanggan yang mau berkunjung ke *café* saya dan akhirnya saya kalah dalam persaingan”³⁸

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat di ketahui bahwa memberikan pelayanan yang baik serta mempertahankan kualitas suatu produk mampu mempertahankan suatu usaha di tengah ramainya para pesaing, tak hanya itu pengalokasian tempat juga menjadi faktor utama dalam hal persaingan. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang penelliti lakukan oleh bapak Joepri Yoga Pratama selaku pemilik *café Fresh Milk* :

“di dalam persaingan pemilihan lokasi dan tempat yang pas juga menjadi hal yang sangat di perhatikan. Karena di zaman sekarang orang-orang banyak memilih tempat yang dapat di jadikan sebagai spot foto/instagram *mable*”³⁹

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anti dan Pira selaku pengunjung *café Fresh Milk* :

³⁸ Hasil Wawancara Kepada Joepri Yoga Pratama, Pemilik *Café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 15.00 WIB

³⁹ Hasil Wawancara Kepada Joepri Yoga Pratama, Pemilik *Café Fresh Milk*, Tanggal 01 Maret 2023, Pukul 15.00 WIB

“iya memang di zaman sekarang itu kalau nongkrong yang di lihat pasti tempatnya. Kalau tempatnya bagus,bersih, dan bisa di jadikan sebagai spot foto pasti banyak anak muda yang suka.”⁴⁰

Demikian hasil wawancara di atas, maka dapat di simpulkan bahwa persaingan usaha adalah hal yang sangat biasa bagi para pembisnis, dalam melakukan persaingan suatu usaha harus memiliki strategi yang kuat agar mampu bersaing dengan usaha lainnya. Dalam hal ini semua harus di perhatikan mulai dari produk, harga, kemasan, dan kualitas yang akan di pasarkan. Tempat dan lokasi juga sangat di perhatikan demi menunjang hal yang telah di miliki suatu usaha. Tempat yang bersih, nyaman, dan intagram *mabel* juga sangat penting untuk menarik pelanggan agar terus berdatangan.

4.3 Pembahasan

43.1 strategi bisnis dan *digital marketing* perspektif ekonomi islam dalam menghadapi persaingan pada *café Fresh Milk Kula Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*

Penulis telah memaparkan data hasil penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait fokus penelitian yang ingin dikaji lebih dalam lagi. Dalam konteks tersebut, terdapat berbagai temuan yang ada di lapangan terkait strategi bisnis dan *digital marketing* dalam menghadapi persaingan pada *café Fresh Milk Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*. Dalam hal ini, penulis

⁴⁰ Hasil Wawancara Kepada Anti Dan Pira, Pengunjung *Café Fresh Milk*, Tanggal 02 Maret 2023, Pukul 16.30 WIB

menemukan tiga strategi bisnis dan *digital marketing* dalam menghadapi persaingan pada *café* fresh milk Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. yaitu membahas mengenai startegi bisnis, strategi promosi melalui digital marketing, dan strategi persaingan usaha yang di lakukan oleh *café Fresh Milk* Kulala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang.

Temuan yang pertama yaitu strategi bisnis yang dilakukan oleh *cafe Fresh Milk*, strategi bisnis adalah hal yang paling penting bagi keberlangsungan suatu usaha, maka perusahaan harus menepunyai strategi yang cukup kuat agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Perencanaan-perencanaan yang dilakukan juga harus matang agar perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Dalam hal tersebut bisa dilakukan dengan cara mempromosikan produk melalui media sosial seperti Facebook, instagram, telegram, whatsApp, *marketplace* dan lain sebagainya. Hal tersebut dilakukan supaya masyarakat dapat mengetahui produk apa yang di pasarkan.dalam melakukan pemasaran harga, merek, kualitas, dan kepuasan konsumen harus dperhatikan, demi keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Temuan yang kedua yaitu strategi promosi melalui *digital marketing* (pemasaran digital) yang dilakukan oleh pihak pengelola *café*, promosi melalui media sosial yang di mana zaman sekarang media sosial sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia, karena manusia sekarang selalu menggunakannya baik dalam urusan pekerjaan, pribadi, maupun kelompok. Dengan adanya media sosial sangat memudahkan semua orang untuk berkomunikasi anantara satu dengan yang lainnya,

baik dari satu Kota maupun beda Kota bahkan bisa sampai beda Negara. Itulah mengapa zaman sekarang media sosial banyak di minati oleh orang-orang.

Digital marketing (pemasaran digital) bagi para pembisnis sangat penting karena dalam hal tersebut perusahaan dapat menggunakannya untuk melakukan promosi, iklan, dan konten dari sebuah produk. Seperti yang dilakukan oleh *Café Fresh Milk* menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya kepada semua orang yang bertujuan agar orang-orang dapat mengetahui produk yang pasarkan. Melalui media instagram *café Fresh Milk* melakukan promosi dan pemasaran produk, tetapi dalam memasarkan produk juga dapat terjadi kendala yaitu dengan keterbatas sinyal, maka orang-orang yang tinggalnya berada jauh dari kota akan sangat sulit untuk mengakses jaringan internet. Pengupayaan lain dalam *digital marketing* juga dapat di lakukan dengan cara melakukan *delivery* (pengiriman) yang dilakukan oleh kurir, pemesanan suatu produk yang di lakukan *customer* (pelanggan) dari rumah dengan menggunakan aplikasi supaya memudahkan pelanggan untuk membeli produk tersebut. Tetapi sayangnya *café fresh milk* tidak menerapkan hal tersebut karena hal yang kurang memadai mereka untuk melakukan *delivery*. Maka untuk kedepannya semoga *café fresh milk* dapat melakukan pemasaran produk melalui *delivery* agar *customer* (pelanggan) yang tidak sempat untuk datang ke *outlet* (toko) dapat memesannya melalui *delivery*.

Selanjutnya untuk temuan yang ketiga yaitu adanya strategi persaingan usaha yang dilakukan oleh *café fresh milk*, di mana pememilih lokasi yang berada di Jalan.Medan Banda Aceh, Karang Baru, Kuala Simpang Aceh Tamiang. Lokasi yang menurutnya mampu bersaing dengan *café-café* yang lain. Dalam pemilihan

lokasi juga dapat dilakukan dengan cara melihat seberapa banyak penduduk yang berada di suatu daerah tersebut dan seberapa banyak orang-orang peminat dalam hal nongkrong di *café*. Karena hal tersebut dapat dijadikan sebagai acuan untuk memilih lokasi tersebut layak atau tidak. Kemudian dalam sebuah tempat harus diperhatikan juga mengenai kebersihan dan kenyamanan pengunjung, hal tersebut adalah hal yang paling utama dilakukan agar dapat menarik kembali pelanggan datang ke *outlet* (toko).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan berjudul strategi bisnis dan *digital marketing* dalam menghadapi persaingan pada *café fresh milk* Kuala Simpang kabupaten Aceh Tamiang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Staretegi bisnis yang dilakukan *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang yaitu, strategi bisnis yang berfokus pada tujuan jangka panjang dalam mewujudkan tujuan suatu perusahaan. Dalam melakukan

strategi dapat dibarengi dengan perencanaan-perencanaan bisnis yang berbeda dari perusahaan lain agar mampu menarik konsumen dan membuat konsumen menyukai produk yang di pasarkan. Hal tersebut dapat di dukung dengan pemasaran melalui media sosial yaitu instagram, yang di mana dapat meningkatkan penjualan suatu produk. Di dalam pemasaran di butuhkan keunggulan yang dpat di gunakan oleh perusahaan yaitu harga, merek, kualitas, dan kepuasan komsumen.

2. Strategi promosi melalui *digital marketing* yang dilakukan oleh *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang yaitu, *Digital marketing/pemasaran digital* adalah pemasaran produk melalui jaringan internet yang dilakukan untuk menjangkau konsumen secara efektif, dengan melakukan *digital marketing* suatu perusahaan dapat mempromosikan produknya secara kreatif untuk menarik minat konsumen. Dalam mempromosikan suatu produk dapat dilakukan melalui instagram, facebook, telegram, whatsApp, dan *marketplace*. Hal yang juga perlu di perhatikan adalah komunikasi yang baik dilakukan oleh produsen kepada konsumen.
3. Strategi persaingan usaha yang dilakukan *café Fresh Milk* Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang yaitu, persaingan usaha adalah kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam memproduksi barang atau jasa. Setiap perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang unggul agar bisa menghadapi dan memenangkan persaingan bisnis. Dalam menghadapi persaingan bisnis perusahaan harus memiliki

strategi untuk menghadapi persaingan yaitu, membuat perbedaan produk yang di pasarkan (*diferensiasi*), harga, dan fokus dalam menghadapi masalah dalam hal ini yang dimaksud adalah jika suatu perusahaan mengeluarkan produk dan terjadi kekurangan maka konsumen harus mengkritik kepada perusahaan dan perusahaan wajib menerima kritikan tersebut, supaya perusahaan mampu memahami kebutuhannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap bisa menjadikan masukan atau saran bagi pengelola *café Fresh Milk*. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah :

1. Kepada pengelola *café fresh milk* diharapkan mampu mengelola *café* dengan baik lagi, dan dalam pemasaran melalui *digital marketing* (pemasaran *digital*) dapat menerapkan sistem *delivery* melalui aplikasi supaya konsumen dapat memesan produk tersebut dari rumah.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengkaji lebih dalam terkait strategi bisnis dan *digital marketing* dalam menghadapi persaingan pada objek penelitian yang berbeda dan rumusan masalah lainnya.