

ABSTRAK

SYAID HAMID. 2022. *Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Kedai Tusuk Koffee Di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra. Naimah, M.H

Kata Kunci : Strategi, Bisnis, Pendapatan

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui strategi bisnis di Kedai Tusuk Koffee di Kota Banjarmasin dan Mengetahui strategi bisnis yang tepat dalam meningkatkan pendapatan di Kedai Tusuk Koffee di Kota Banjarmasin.

Jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Objek atau informan dalam penelitian ini adalah Owner dari Kedai Tusuk Koffee, sedangkan yang akan menjadi subjek penelitian adalah Kedai Tusuk Koffee. Sumber data dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan Owner Kedai Tusuk Koffee Banjarmasin. Metode pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif analitis karena menggunakan metode pendekatan kualitatif, yang mana memerlukan data untuk menggambarkan sesuatu keadaan yang sebenarnya, sehingga benar salah sudah sesuai dengan peristiwa yang ada.

Hasil penelitian yaitu strategi bisnis yang tepat dalam meningkatkan pendapatan Kedai Tusuk Koffee di Kota Banjarmasin yaitu dari strategi produk, Kedai Tusuk Koffee harus terus berinovasi untuk menciptakan produk-produk yang baru yang berbeda dengan kedai kopi lainnya agar mempunyai ciri khas tersendiri. Dari strategi harga, Kedai Tusuk Koffee sudah tepat menetapkan harga yang mudah dijangkau oleh semua kalangan. Tetapi Kedai Tusuk Koffee juga harus terus mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen dan terus berupaya agar harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan kedai kopi lainnya. Untuk strategi tempat, walaupun letak Kedai Tusuk Koffee cukup strategis dan berada di pusat kota, tetapi owner Kedai Tusuk Koffee mempertimbangan akan adanya relokasi tempat usaha lainnya agar usaha ini dapat berkembang dalam upaya meningkatkan pendapatan Kedai Tusuk Koffee. Untuk strategi promosi, Kedai Tusuk Koffee sudah tepat menggunakan media sosial sebagai media promosinya karena media sosial lebih cepat diterima dan mendapatkan respon positif dari pelanggan, sehingga penjualan mengalami peningkatan. Namun, melalui media sosial saja tidak cukup karena promosi melalui sosial media hanya akan dilihat oleh yang mengikuti mereka saja. *Personal selling* yang mereka tetapkan pun tidak cukup efektif dan stagnan dimana hanya dilakukan dengan menciptakan komunikasi antara barista dan pelanggan. Padahal sebenarnya *personal selling* dapat memberikan hasil yang baik apalagi bila didukung dengan kemampuan persuasi yang baik. Sehingga Kedai Tusuk Koffee perlu menggunakan strategi promosi lainnya dalam menarik minat beli konsumen agar dapat meningkatkan pendapatan.