

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan temuan di lapangan, penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan utama yang menjawab rumusan masalah.

1. Resto ayam geprek sai pahlawan telah berhasil menerapkan pemasaran syariah secara efektif dan konsisten. Hal ini dibuktikan terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan produk sekaligus memperkuat citra usaha kuliner berbasis nilai Islam. Penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah—mulai dari jaminan halal produk, transparansi harga, pelayanan yang ramah dan profesional, hingga kepedulian sosial melalui program sedekah—menciptakan diferensiasi yang signifikan dibanding pesaing. Hal ini selaras dengan teori pemasaran syariah Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula yang menekankan integrasi nilai ibadah, etika, dan keberkahan dalam setiap aktivitas bisnis. Temuan ini menunjukkan bahwa Ayam Geprek Sai tidak sekadar berorientasi pada profit, melainkan mengedepankan keberkahan dan keberlanjutan melalui praktik bisnis yang etis dan berkeadilan.
2. Pelayanan yang diterapkan Resto ayam geprek sai pahlawan secara kualitatif memiliki pengaruh positif yang kuat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan dari wawancara menunjukkan terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan produk sekaligus memperkuat citra usaha kuliner berbasis nilai Islam. Penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah—mulai dari jaminan halal produk, transparansi harga, pelayanan yang ramah dan profesional, hingga kepedulian sosial melalui program

sedekah—menciptakan diferensiasi yang signifikan dibanding pesaing. Hal ini selaras dengan teori pemasaran syariah Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula yang menekankan integrasi nilai ibadah, etika, dan keberkahan dalam setiap aktivitas bisnis. Temuan ini menunjukkan bahwa Ayam Geprek Sai tidak sekadar berorientasi pada profit, melainkan mengedepankan keberkahan dan keberlanjutan melalui praktik bisnis yang etis dan berkeadilan.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Studi ini memperkuat relevansi dan pentingnya keenam dimensi kualitas pelayanan syariah dalam konteks pariwisata Islam. Secara teoritis, studi ini menyoroti bahwa keunggulan pelayanan kualitatif, meskipun krusial, mungkin tidak sepenuhnya menjelaskan dinamika pasar dalam lingkungan yang sangat kompetitif. Hal ini menekankan perlunya pendekatan terintegrasi dalam pengukuran kualitas layanan, menggabungkan kedalaman kualitatif dengan analisis kuantitatif, terutama dalam bisnis berbasis syariah di mana kepercayaan dan pemenuhan spiritual menjadi prioritas utama.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa Resto ayam geprek sai pahlawan, meskipun memiliki penyampaian layanan inti yang patut diacungi jempol dan selaras dengan prinsip syariah, perlu meningkatkan pemahaman mereka tentang kepuasan jamaah melalui metode yang lebih terstruktur dan berbasis data. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk secara tepat mengidentifikasi area perbaikan, merespons secara strategis terhadap persaingan pasar yang semakin ketat, dan memitigasi tren

negatif dalam jumlah jamaah. Stabilitas program 16 hari menunjukkan ceruk pasar yang sukses, mengisyaratkan potensi untuk lebih memanfaatkan kekuatan ini atau mengadaptasi pelajaran yang didapat ke program lain untuk mencapai pertumbuhan yang lebih berkelanjutan.

C. Saran

Berdasarkan temuan penelitian mengenai penerapan strategi pemasaran syariah pada Ayam Geprek Sai Cabang Mojosari, beberapa saran dapat diajukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengoptimalkan hasil penelitian ini.:

Saran untuk Peningkatan Penjualan produk:

1. dalam rangka memperkuat daya saing dan manajemen risiko harga bahan baku, restoran dapat menjalin kemitraan dengan pemasok halal bersertifikat secara lebih formal melalui kontrak jangka panjang. Langkah ini dapat memberikan stabilitas harga, jaminan kualitas, dan keberlanjutan pasokan. Selain itu, program sedekah yang telah berjalan baik dapat diperluas menjadi bagian dari komunikasi pemasaran yang lebih sistematis untuk menunjukkan komitmen sosial sekaligus membangun hubungan emosional dengan pelanggan
2. untuk terus memperkuat implementasi pemasaran syariah secara konsisten dengan fokus pada dua aspek utama: penguatan internal dan inovasi eksternal. Dari sisi internal, pelatihan rutin mengenai nilai-nilai syariah, etika pelayanan, dan standar operasional perlu dipertahankan bahkan diperluas, sehingga setiap karyawan memahami makna spiritual di balik pekerjaannya. Ini akan membantu meminimalkan kelalaian karyawan sekaligus menjaga mutu dan kehalalan produk. Dari sisi eksternal, restoran perlu

mengembangkan strategi promosi digital berbasis nilai syariah untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra merek halal-berkah di mata konsumen. Strategi ini sejalan dengan tren konsumen Muslim yang semakin selektif dan berbasis nilai dalam.

Saran untuk Peningkatan pelayanan

1. Pelatihan rutin yang lebih mendalam tentang nilai-nilai syariah, standar pelayanan Islami, dan keterampilan komunikasi perlu dilakukan secara berkesinambungan. Program pelatihan ini akan membantu karyawan tidak hanya memahami SOP, tetapi juga menginternalisasi prinsip seperti shiddiq (jujur), amanah, dan ihsan dalam melayani pelanggan. Dengan demikian, kelalaian dapat diminimalkan, mutu produk terjaga, dan kepuasan pelanggan meningkat. Membuka kanal pengaduan dan saran pelanggan yang mudah diakses, baik melalui kotak saran, media sosial, atau formulir digital, akan memperkuat kemampuan restoran merespons kebutuhan dan keluhan secara cepat. Transparansi dalam menindaklanjuti umpan balik juga penting untuk membangun kepercayaan pelanggan.

2. **Perluasan Program Sosial sebagai Bagian dari Pelayanan**
Kegiatan sedekah yang telah berjalan baik dapat dikemas lebih strategis sebagai bagian dari pelayanan pelanggan. Misalnya, pelanggan diajak berpartisipasi dalam program sedekah bersama (co-CSR) sehingga terbangun ikatan emosional dan loyalitas pelanggan. Mengingat kendala eksternal terkait harga bahan baku, restoran dapat menjalin kemitraan jangka panjang dengan pemasok bersertifikat halal untuk menjamin kualitas dan stabilitas harga. Langkah ini akan menjaga konsistensi pelayanan dan mutu produk yang diterima pelanggan. Dengan menerapkan saran-saran ini, Ayam Geprek Sai Cabang Mojosari

tidak hanya dapat mempertahankan citra sebagai restoran berbasis syariah yang unggul, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan secara komprehensif, memperkuat loyalitas pelanggan, dan memperluas dampak sosial positifnya di masyarakat.





**UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM**