ABSTRAK

Ameliani Sulastrri Nur Hidayat (1219220022) : Strategi Bauran Pemasaran Syariah Dengan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Café Dapur Amih Cimenyan Bandung

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan industri kuliner yang mendorong pelaku usaha untuk merancang strategi pemasaran yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga relevan dengan nilai dan kebutuhan konsumen. Café Dapur Amih sebagai pelaku usaha kuliner lokal yang berlokasi di Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, mengusung konsep syariah dalam operasional dan strategi pemasarannya. Penerapan bauran pemasaran syariah (7P) menjadi pendekatan utama dalam menarik konsumen yang peduli terhadap prinsip halal dan etika bisnis Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran syariah (produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik) di Café Dapur Amih, menganalisis pengaruh kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) terhadap strategi tersebut, serta mengkaji kontribusinya dalam meningkatkan daya saing café di pasar lokal.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, serta penyebaran kuesioner dengan skala *scoring*. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik Café Dapur Amih, informan pendukung adalah karyawan dan admin media sosial Café Dapur Amih, sedangkan data pendukung diperoleh dari konsumen café yang dijadikan responden untuk mengetahui persepsi mereka terhadap strategi bauran pemasaran syariah yang diterapkan.

Penelitian ini menemukan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran syariah yang dikombinasikan dengan analisis SWOT mampu memperkuat posisi Café Dapur Amih dalam menghadapi persaingan. Optimalisasi inovasi produk, *digital marketing*, dan kerja sama komunitas menjadi kunci penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran syariah (7P) di Café Dapur Amih Cimenyan Bandung sudah baik, mencerminkan nilai Islam. Café ini menawarkan produk halal dan *thayyib*, harga adil, lokasi strategis dengan fasilitas Islami, serta promosi etis. Pelayanan dilakukan secara Islami dengan karyawan yang ramah dan profesional, serta bukti fisik yang mencerminkan nuansa syariah. Analisis SWOT mengungkapkan kekuatan utama café pada konsistensi konsep halal dan pelayanan Islami, serta peluang besar dari meningkatnya kesadaran gaya hidup halal. Meskipun sudah berkontribusi positif dalam daya saing, masih diperlukan inovasi pada variasi menu dan promosi digital.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Syariah, Bauran Pemasaran 7P, Analisis SWOT, Daya Saing