

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME KONSUMEN PADA CAFE COYU MUARA TEWEH

Dandi¹, Basuki², Nurul Hasanah³

¹Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM. 18310135

²Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN. 1111066301

³Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN. 1120078802

Email:dandiphy08@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dalam upaya untuk meningkatkan volume konsumen, (2) faktor-faktor apa saja yang menghambat dalam penerapan strategi pemasaran, dan (3) apakah strategi pemasaran dapat meningkatkan volume konsumen.

Rancangan penelitian ini yaitu penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan memakai teknik wawancara, observasi serta dokumentasi dan analisis data yang dipakai ialah analisis SWOT melalui matriks Internal Eksternal.

Cafe Coyu yakni bisnis coffee & beverages serta makanan yang menawarkan fasilitas dan kenyamanan pelanggan sebagai poin utamanya. Persaingan di dunia bisnis coffee di kota Muara Teweh Kabupaten Barito Utara membuat Cafe Coyu harus lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dipakai. Tujuan penelitian ini yaitu memperoleh strategi pemasaran. Konsep yang ditawarkan kepada konsumen berbeda-beda bagian darinya yaitu Cafe Coyu yang menawarkan menu beragam dan pemandangan indah suasana outdoor yang membuat hati dan mata menjadi sejuk. Ketatnya persaingan cafe, mengharuskan pengelola cafe memanfaatkan peluang yang ada. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran Cafe Coyu. Penelitian ini memakai matriks internal eksternal (ie). Matriks *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* (swot) dan *strategic planning matrik* (qspm). Alternatif strategi yang didapatkan yaitu mempertahankan citra atau image cafe, fasilitas cafe yang lengkap, mempertahankan kualitas dan pelayanan produk untuk menarik konsumen, meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama untuk tujuan kemajuan cafe, memberikan layanan delivery order untuk konsumen, memanfaatkan kemajuan teknologi untuk pemasaran, melayani pangsa pasar menengah kebawah dan menyediakan paket atau porsi khusus, dan menjaga hubungan baik dengan pemasok atau wilayah sekitar cafe. Strategi pemasaran prioritas yang disarankan yaitu mempertahankan citra cafe.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

This study means to look at: (1) How advertising procedures are completed with an end goal to increment buyer volume, (2) what elements prevent the execution of promoting techniques, and (3) whether showcasing methodologies can increment shopper volume.

This examination configuration is a descriptive qualitative research. The information gathered utilizing interview, observation and documentation strategies and the information investigation utilized is SWOT examination through the Inward Outside network.

. Bistro Coyu is an espresso and refreshment and food business that offers client offices and comfort as its central matter. Contest in the espresso business world in the city of Muara Teweh, North Barito Regime makes: Bistro Coyu should be more cautious in deciding the advertising technique to be utilized. The motivation behind this exploration is to get a promoting procedure. The idea proposed to purchasers is unique, one of which is Bistro Coyu which offers a different menu and delightful perspectives on the outside air that makes the heart and eyes cool. The tight rivalry for bistros requires bistro supervisors to make the most of existing open doors. The reason for this study is to decide the showcasing methodology of Bistro Coyu. This study utilizes an inner outer network (ie). Strength, shortcoming, opportunity, and danger (swot) framework and key arranging network (qspm). The elective systems got are keeping up with the picture of the bistro, complete bistro offices, keeping up with item quality and administration to draw in customers, expanding the board and participation abilities with the end goal of bistro progress, giving conveyance request administrations to purchasers, using mechanical advances for promoting, serving the piece of the pie. center to bring down market and give extraordinary bundles or divides, and keep up with great relations with providers or the region around the bistro. The prescribed need advertising technique is to keep up with the bistro's picture.

Keywords : SWOT Analysis, Marketing Strategy

DAFTAR PUSTAKA

- Fajar Nur'aini Dwi Fatimah. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Miftahol Arifin, Moh Kurdi, Syaiful Anwar. (2021). *Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Cafe Di Era Revolusi Industri 4.0*. Jurnal MISSY (Manajemen dan Strategi Bisnis), 2 (1), 32-37.
- Roihul Akmaril Wardah, Siti Saroh, Daris Zunaida. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Kriwul Coffee*. JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis), 10 (2), 219-225.
- Maulana Pramudya Analta. (2021). *Strategi Pemasaran Bisnis Cafe (Studi Perbandingan Searah Koffie Dan Classy Coffee)*. IAIN Palangka Raya.
- Ahmad Rijali. (2019). *Analisis Data Kualitatif*. Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 17 (33), 71-95.
- Claudia Vanesha Pitoy. (2016). *Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, Tbk Manado)*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16 (3).
- Tim Penyusun. (2016). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Surakarta: UMS.
- Wahyu Hidayat, A Mohyi. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. UMM Press.
- Albi Anggito, Johan Setiawan. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Noneng R Sukatmadiredja. (2017). *Analisis perubahan perilaku konsumen Terhadap Pertumbuhan Warung Kopi di Kecamatan Rungkut Surabaya*. JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen) 2 (1), 15 Halaman.
- Lilis Cucu Sumartini, Dini Fajriani Ardining Tias. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai kopi kala Senja*. Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis), 3 (2), 111-117.
- Hari Sulaksono, (2015). *Budaya Organisasi dan Kinerja*. Deepublish.
- Widra Kristian, Felix Indrawan, (2019). *Studi Kelayakan Bisnis Dalam Rangka Pendirian XX Cafe*. Jurnal Akuntansi 11 (2), 379-400.
- Aldila Septiana. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif*. Duta Media Publishing.
- Edenia D Wawolumaya, Dolina L Tampi, Joula J Rogahang. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rose Collection Manado*. Productivity 1 (2), 134-141.
- Yulianto Hangga Priyo, Ihwan Susila. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Mebel Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Mebel*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Erlina Erlina. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Kuda Liar di Desa Saneo, Kabupaten Dompu, NTB)*. IAIN Purwokerto.
- Novia Berliani. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Clothing Pada Toko Barokah23Store Banjarmasin*. Universitas Islam Kalimantan MAB.