

DESIGN OF MARKETING STRATEGY BASED ON 7P MARKETING MIX
ANALYSIS AT CAFÉ PUKUL SATU KOPI

MUHAMMAD HANIF IBRAHIM

INDUSTRIAL ENGINEERING

ABSTRACT

Surabaya, as a continuously developing city, has a high level of coffee consumption. In line with global trends, consumers are now not only looking for good quality coffee but also a pleasant experience and friendly service. Pukul Satu Kopi, as one of the cafes that has been established for several years in Surabaya, needs to continue to innovate and improve the quality of its services to remain competitive in the market. Based on the problem formulation above, the objectives of this study are: To identify the strengths and weaknesses of Pukul Satu Kopi Cafe as well as the opportunities and threats faced by Pukul Satu Kopi Cafe, and to design a suitable 7P marketing strategy for Pukul Satu Kopi Cafe. One important aspect that can be a focus of improvement is the service system. A deep understanding of customer satisfaction and the factors that are very important in increasing the competitiveness of a cafe. The nature of this research is descriptive data obtained through a descriptive research method. The data obtained through the method of Interview, Observation, Documentation, and data analysis are obtained qualitatively. The population in this study was 79 people, and the initial sample was 30 people taken based on predetermined criteria. The findings from the data analysis obtained by the researcher are that in the marketing strategy implemented by Pukul Satu Kopi Cafe, it uses a Marketing Mix strategy, namely Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence. In geographic segmentation, the focus is on the Surabaya area which is the production location of Pukul Satu Kopi Cafe. In demographic segmentation, it is focused on consumers aged 16 to 30 years. Psychographic segmentation is focused on consumers who have a liking for coffee or snacks every day. The results of the STPD marketing strategy can drive business performance and product performance of Pukul Satu Kopi Cafe so that consumers can get to know the coffee products produced and make Pukul Satu Kopi Cafe business have a wider market share. The researcher concludes that the application of the STPD strategy in the Pukul Satu Kopi Cafe business has a significant impact on increasing sales, this is explained by the results of interviews and observations conducted by the researcher. The segmentation of Pukul Satu Kopi Cafe is focused on selling coffee at affordable prices, specifically aimed at students. The success of this cafe in positioning itself not only as a place with affordable prices but also as a provider of beverages (both coffee and non-coffee) that provide a pleasant experience for customers. In an effort to differentiate, Pukul Satu Kopi Cafe offers comfortable indoor and outdoor facilities for its visitors. In addition,

this cafe needs to hold live music as one of its main facilities. Live music is a potential attraction to differentiate Pukul Satu Kopi Cafe from other coffee cafes in the area. However, to maximize the potential of this differentiation, the cafe needs to schedule live music regularly and regularly. The conclusion of this study is as follows: Pukul Satu Kopi Cafe identifies its main target market as students with a budget.

Key words: Marketing Strategy, Marketing Mix, SWOT Analysis, STPD.



PERANCANGAN STRATEGI MARKETING BERDASAR ANALISIS

MARKETING MIX 7P

PADA CAFE PUKUL SATU KOPI

MUHAMMAD HANIF IBRAHIM

PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI

ABSTRAK

Surabaya sebagai kota yang terus berkembang, memiliki tingkat konsumsi kopi yang tinggi.. Sejalan dengan perkembangan tren global, konsumen kini tidak hanya mencari kualitas kopi yang baik tetapi juga pengalaman yang menyenangkan dan layanan yang ramah. Pukul Satu Kopi, sebagai salah satu cafe yang telah berdiri selama beberapa tahun di Surabaya, perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanannya agar tetap bersaing di pasar yang kompetitif. Berdasarkan rumusan masalah di atas, dikemukakan tujuan dari penelitian ini antara lain: Mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan Cafe Pukul Satu Kopi serta peluang, ancaman yang dihadapi Cafe Pukul Satu Kopi dan Merancang strategi pemasaran 7P yg sesuai untuk Cafe Pukul Satu Kopi. Salah satu aspek penting yang dapat menjadi fokus perbaikan adalah sistem layanan. Pemahaman yang mendalam mengenai kesetujuan pelanggan dan faktor-faktor yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing sebuah cafe. Sifat penelitian ini adalah deskriptif data yang diperoleh melalui metode penelitian yang bersifat Deskriptif data yang diperoleh melalui metode Interview, Observasi, Dokumentasi, dan analisis data diperoleh secara kualitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 79 orang, adapun sampel awalnya berjumlah 30 orang yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Hasil temuan dari analisis data yang peneliti peroleh adalah bahwa dalam strategi pemasaran yang diterapkan Café Pukul Satu Kopi ini menggunakan strategi Marketing Mix yaitu dengan Product, *Price Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*. Pada segmentasi geografi di fokuskan pada daerah Surabaya yang menjadi lokasi produksi dari Café Pukul Satu Kopi. Pada segmentasi demografi yaitu pada konsumen usia 16 tahun hingga 30 tahun. Segmentasi psikografi yaitu di fokuskan pada konsumen yang memiliki rasa suka terhadap suatu kopi atau cemilan setiap hari. Hasil dari strategi pemasaran STPD dapat mendorong kinerja usaha dan kinerja produk usaha Café Pukul Satu Kopi agar konsumen dapat lebih mengenal produk kopi yang dihasilkan dan membuat usaha Café Pukul Satu Kopi memiliki pangsa pasar yang lebih luas. Peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi STPD pada usaha Café Pukul Satu Kopi berpengaruh cukup besar untuk meningkatkan penjualan, hal ini dijelaskan dengan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti. Segmentasi cafe Pukul Satu Kopi terfokus pada penjualan kopi

dengan harga terjangkau, ditujukan khususnya kepada pelajar dan mahasiswa. Keberhasilan cafe ini dalam memposisikan dirinya tidak hanya sebagai tempat dengan harga terjangkau, tetapi juga sebagai penyedia minuman (baik kopi maupun non-kopi) yang memberikan pengalaman nikmat bagi para pelanggan. Dalam upaya differensiasi, cafe Pukul Satu Kopi menawarkan fasilitas indoor dan outdoor yang nyaman bagi pengunjungnya. Selain itu, cafe ini perlu mengadakan live music sebagai salah satu fasilitas unggulannya. Live music menjadi salah satu daya tarik yang potensial untuk membedakan cafe Pukul Satu Kopi dari Cafe kopi lain di sekitarnya. Namun demikian, untuk memaksimalkan potensi differensiasi ini, cafe perlu mengatur jadwal live music secara rutin dan teratur. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Cafe Pukul Satu Kopi mengidentifikasi target pasar utamanya sebagai pelajar dan mahasiswa dengan budget terjangkau.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, STPD.

