

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA TAMPUO CAFE
GUMARANG KECAMATAN PALEMBAYAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Perdagangan DIII Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli
Madya



Oleh:

CORNELA PUTRI EVISA
2018/18134015

PROGRAM STUDI DIPLOMA DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2021

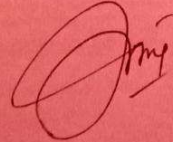
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA TAMPUO CAFE GUMARANG
KECAMATAN PALEMBAYAN

Nama : Cornela Putri Evisa
NIM/TM : 18134095/2018
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

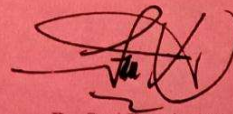
Padang, Januari 2022

Disetujui oleh,
Koordinator Diploma III
Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D
NIP. 19751209 199903 2 001

Disetujui Oleh,
Pemimbing Tugas Akhir



Dr. Susi Evanita, MS
NIP. 19630608 198703 2 002

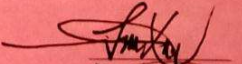
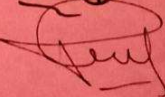
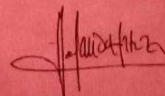
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA TAMPUDO CAFE GUMARANG
KECAMATAN PALEMBAYAN

Nama : Cornela Putri Evisa
NIM / TM : 18134015/2018
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Tim Penguji Tugas Akhir
Prodi Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Padang

Padang, Januari 2022

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Dr. Susi Evanita, MS	(Ketua)	
Thamrin, S.Pd, MM	(Anggota)	
Yolandafitri Zulfia, SE,M.Si	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cornela Putri Evisa
Thn. Masuk/NIM : 2018/18134015
Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru / 10 September 1999
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Keahlian : Diploma
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Kampung Taratak Jorong Koto Alam, Kecamatan
Palembayan, Kabupaten Agam
Judul Tugas Akhir : Analisis Bauran Pemasaran pada Tampuo Café
Gumarang Kecamatan Palembang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh Karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Desember 2021

Yang menyatakan,



Cornela Putri Evisa
18134015

ABSTRAK

**Cornela Putri Evisa : Analisa Bauran Pemasaran Pada Tampuo Cafe
Gumarang Kecamatan Palembang**

Pembimbing : Dr. Susi Evanita, MS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran pada Tampuo Cafe. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini yaitu diketahui bahwa (1) produk yang ditawarkan Tampuo Cafe berupa makanan dan minuman yang selalu disajikan dengan higienis dan sehat serta selalu memperhatikan mutu dan kualitas masakannya. (2) Dalam hal ini Tampuo Cafe menetapkan harga sesuai dengan harga pasar, sehingga harga tersebut mampu bersaing dan mudah dijangkau oleh konsumen. (3) Tempat yang dimiliki oleh Tampuo Cafe dapat dinilai cukup strategis karena berada dikawasan jalan lintas sehingga mudah dijangkau oleh kendaraan. (4) promosi yang dilakukan oleh Tampuo Cafe terdiri dari beberapa bentuk yaitu berupa promosi penjualan seperti pemberian kupon free makanan atau minuman. *Online marketing* seperti promosi di facebook, instagram, dan whatsapp. Dan yang terakhir promosi dari mulut ke mulut atau *word of mouth*. (5) Tampuo Cafe memiliki 3 orang karyawan untuk membantu melancarkan usaha yang dimiliki dengan masing-masing karyawan memiliki posisi dan tanggung jawabnya. (6) Ada dua cara dalam melakukan *order* makanan di Tampuo Cafe yang pertama pengunjung bisa data langsung ke lokasi Tampuo Cafe dan yang kedua konsumen bisa memesan makanan melalui media sosial. (7)Tampilan Tampuo Cafe sudah tertata dengan rapi dan bersih, pengaturan layout sudah ditata sedemikian rupa menyesuaikan dengan kebutuhan *cafe* dan juga penambahan ornament – ornament berupa sarang burung manyar tempua.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Tampuo Cafe

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Segala Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan Karunia-nya dan tak lupa untuk junjungan kita yakni nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul **“Analisis Bauran Pemasaran Pada Tampuo Cafe Gumarang Kecamatan Palembang”**. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan daari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Susi Evanita, MS selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah membantu dan membimbing dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Bapak Dr. Syahrizal, SE, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dalam pengurusan KRS, dan persetujuan yang menyangkut dosen pembimbing akademik.
5. Bapak dan Ibu staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya program studi Manajemen Perdagangan serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu.
6. Staf Administrasi Program Studi Manajemen, yang telah banyak memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.
7. Karyawan dan Karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah telah memeberikan bantuan dalam pengurusan administrasi.
8. Secara khusus penulis ingin mengucapkan Terima Kasih kepada kedua orang tua tercinta, adik-adik, dan keluarga penulis yang telah memberikan yang terbaik dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini serta telah mendukung dalam doa dan pengorbanan yang telah diberikan.
9. Ibu Rina Fitria selaku pemilik dari Tampuo Cafe yang telah memberikan bantuan informasi tentang perusahaan.
10. Teman-teman penulis yaitu Dewi, Mutiara, Lasmi, Eka, yang telah memberikan dukungan dan motivasi dan terima kasih untuk bang Ipan yang sudah memberikan motivasi setiap penulis down dan membantu memberikan arahan setiap penulis melakukan revisi agar penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dan seseorang spesial yang tidak bisa

penulis sebutkan namanya yang sudah memberikan saran dan dukungannya selalu.

11. Dan yang terakhir ucapan Terima Kasih yang luar biasa untuk diri sendiri yang telah optimis, berjuang, dan pantang menyerah untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis tetap berusaha untuk menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan baik. Semoga kedepannya segala bantuan, bimbingan, dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Pemasaran	7
B. Strategi Pemasaran.....	8
C. Bauran Pemasaran	8
1. Produk (<i>product</i>)	9
2. Harga (<i>price</i>).....	13
3. Tempat (<i>place</i>).....	15

4. Promosi (<i>promotion</i>)	16
5. Orang (<i>people</i>)	19
6. Proses (<i>process</i>)	20
7. Bukti fisik (<i>physical evidence</i>)	21
D. Penelitian Terdahulu	21
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN.....	23
A. Jenis Penelitian	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
C. Jenis dan Sumber Data	23
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	24
E. Teknik Analisis.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
A. Profil Perusahaan	26
1. Sejarah singkat Tampuo Cafe	26
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	27
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	28
B. Hasil Penelitian	30
1. Produk (<i>Product</i>).....	31
2. Harga (<i>price</i>).....	32
3. Tempat (<i>place</i>).....	34
4. Promosi (<i>promotion</i>)	35

5. Orang (<i>people</i>).....	36
6. Proses (<i>process</i>)	37
7. Bukti Fisik (<i>physical evidence</i>).....	38
C. Pembahasan	40
1. Produk (<i>Product</i>).....	40
2. Harga (<i>price</i>).....	41
3. Tempat (<i>place</i>).....	43
4. Promosi (<i>promotion</i>)	44
5. Orang (<i>people</i>).....	46
6. Proses (<i>process</i>)	48
7. Bukti Fisik (<i>physical evidience</i>).....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Beberapa Aspek Perbedaan Tampuo dan Cafe Papara Cafe.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Daftar Harga Makanan Tampuo Cafe	32
Tabel 4.2 Daftar Varian Topping Tampuo Cafe.....	32
Tabel 4.3 Daftar Minuman Tampuo Cafe.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Tampuo Cafe	28
Gambar 4.2 Parkiran Tampuo Cafe	39
Gambar 4.3 Facebook Tampuo Cafe	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Narasumber.....	56
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	56
Lampiran 3 Rekapitulasi Wawancara.....	57
Lampiran 4 Dokumentasi.....	60
Lampiran Surat Observasi Penelitian.....	62

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dunia usaha di era globalisasi ini semakin luas, para pelaku usaha pun dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam membangun dan mengembangkan usahanya. Usaha tersebut juga harus memiliki nilai sehingga mampu bersaing dan juga dapat menjamin kebutuhan hidup pelaku usaha tersebut. Serta tantangan bagi pelaku usaha untuk mengeluarkan produk dan pelayanan yang disukai dan diminati banyak konsumen.

Salah satu usaha atau bisnis yang mengalami perkembangan yang pesat yaitu bisnis cafe, dilansir dari kafekolong.com bisnis cafe terus bertumbuh setiap tahunnya di kisaran 15-20%. Sebuah usaha yang menawarkan produk, pelayanan, dan tempat ini banyak digandrungi semua kalangan terutama anak-anak muda. *Cafe* biasanya dijadikan sebagai tempat untuk berkumpul bersama keluarga, teman-teman, dan rekan kerja, sambil menikmati makanan dan minuman juga sebagai sarana hiburan. Bisnis ini pun sudah banyak menjamur di daerah perkotaan.

Menurut pendapat Marsum dalam Marpaung, (2016) *cafe* merupakan salah satu bentuk tipe dari Restoran. Menurut Kotler dalam Marpaung, (2016) yang mana usaha restoran termasuk pada pengolahan pelayanan jasa yang bersifat campuran. Restoran adalah salah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya (Depkes, 2003).

Banyak strategi yang bisa digunakan untuk meningkatkan penjualan dan juga strategi untuk menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan produsen. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan adalah *marketing mix strategy* (strategi bauran pemasaran). Menurut Philip Kotler dalam Rachmawati (2011) bauran pemasaran adalah serangkaian variabel yang dapat dikontrol dan tingkat variabel yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pasaran yang menjadi sasaran.

Menurut Kotler dan Keller (2009) bauran pemasaran memiliki empat variabel yang dikenal dengan 4P (*product, price, place, and promotion*), sedangkan untuk pemasaran jasa menurut Nirwan dalam Ryan dan Edwin, (2013) terdapat tiga variabel tambahan yaitu: (*physical evidence, people, and process*). sehingga dikenal dengan 7P. Ketujuh variabel ini sangat menentukan bagaimana produk yang di jual dapat dibeli oleh konsumen ataupun tidak. Karena masing-masing variabel memiliki peran yang sangat penting menentukan bagaimana produk tersebut akan dijual apakah dibeli oleh konsumen ataupun tidak.

Namun jika pada umumnya banyak wirausahawan yang membangun bisnis cafe ini di daerah perkotaan atau daerah yang padat penduduknya, berbeda halnya dengan usaha cafe satu ini, dimana *cafe* ini sendiri dibangun di daerah pedesaan atau perkampungan. Cafe ini bernama Tampuo Cafe yang berada di Gumarang Nagari III Koto Silungkang Kecamatan Palembayan Kabupaten Agam Sumatera Barat.

Kecamatan Palembayan adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Kecamatan ini memiliki luas 346,81 kilometer persegi.

Kecamatan ini terdiri dari 6 nagari yaitu; baringin, sipinang, sungai pua, IV Koto Palembayan, III koto silungkang, Salareh aia. Penduduk kecamatan ini berjumlah 36.628 jiwa, 35% atau 12.819,8 jiwa dari penduduk kecamatan Palembayan berusia 15-35 tahun, dimana kategori usia tersebut merupakan kalangan atau kelompok usia yang mendominasi sebagai pengunjung *cafe*.

Kecamatan Palembayan sendiri memiliki beberapa *cafe* atau tempat nongkrong kalangan muda-mudi yang secara langsung menjadi pesaing Tampuo Cafe, seperti sebuah *cafe* yang bernama Papara yang sama-sama terletak di nagari III koto silungkang. Berikut ini adalah aspek-aspek yang ada di Tampuo Cafe dan Papara Cafe :

Tabel 1.1 Beberapa Aspek Perbedaan Tampuo Cafe Papara Cafe

Aspek penilaian	Tampuo Cafe	Papara Café
Jumlah menu	21 menu makanan dan minuman	37 menu makanan dan minuman
Kisaran harga	Rp. 4000 – Rp. 17000	Rp. 5000 – Rp. 20.000
Jam operasional	Pukul 11.00-23.00 WIB	Pukul 16.00-23.00
Fasilitas <i>cafe</i>	Tempat Solat (mushola), Toilet, music backsound biasa	Toilet, live music

Berdasarkan tabel perbandingan di atas antara Tampuo Cafe dan Papara Cafe, maka Tampuo Cafe mengungguli kompetitornya untuk di beberapa aspek, seperti harga, jam operasional dan fasilitas.

Pada persaingan bisnis yang cukup ketat di bidang kuliner, ternyata usaha cafe ini mampu bertahan dan juga mampu berkembang, hal ini ditunjang oleh beberapa strategi yang membuat keberhasilan ini mampu bertahan, dan juga tak terlepas dari peran konsumen. Karena maju mundurnya sebuah usaha dipengaruhi oleh tingkat konsumen yang dimiliki. Dari uraian di atas maka penulis tertarik memilih judul “**Analisis Bauran Pemasaran Pada Tampuo Cafe Gumarang Kecamatan Palembang**”

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang diuraikan di atas dapat diperoleh perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi produk (*product*) pada Tampuo Cafe ?
2. Bagaimana strategi harga (*price*) pada Tampuo Cafe ?
3. Bagaimana strategi lokasi (*place*) pada Tampuo Cafe ?
4. Bagaimana strategi promosi (*promotion*) pada Tampuo Cafe ?
5. Bagaimana strategi orang (*people*) pada Tampuo Cafe ?
6. Bagaimana strategi proses (*process*) pada Tampuo Cafe ?
7. Bagaimana strategi bukti fisik (*physical evidence*) pada Tampuo Cafe ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan di bahas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui strategi produk (product) pada Tampuo Cafe
2. Untuk mengetahui strategi harga (price) pada Tampuo Cafe
3. Untuk mengetahui strategi lokasi (place) pada Tampuo Cafe
4. Untuk mengetahui strategi promosi (promotion) pada Tampuo Cafe
5. Untuk mengetahui strategi orang (people) pada Tampuo Café
6. Untuk mengetahui strategi proses (process) pada Tampuo Café
7. Untuk mengetahui strategi bukti fisik (physical evidence) pada Tampuo Cafe

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap pihak-pihak yang terkait antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan mengenai analisis bauran pemasaran Cafe.

Manfaat Praktis

2. Bagi penulis

Menambah wawasan dan mampu bereksperimen dalam melakukan pola pikir yang lebih baik lagi.

3. Bagi universitas

Hasil penelitian yang didapatkan diharapkan bermanfaat sebagai bahan bacaan dan masukan atau sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi perusahaan

Memberikan kontribusi yang bermanfaat atau dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik ataupun karyawan dalam melakukan *marketing mix* (bauran pemasaran).