

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA BIGBOSS COFFEE RESTO DI  
PAYAKUMBUH**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen  
Perdagangan DIII sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Ahli Madya*



INDAH DEAFIRA

2019/19134038

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

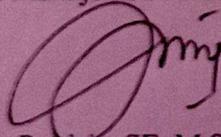
**2022**

**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA BIGBOSS COFFEE RESTO DI  
PAYAKUMBUH**

Nama : Indah Deafira  
NIM : 19134038  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi

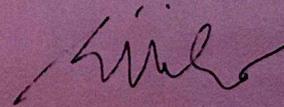
Diketahui Oleh  
Koordinator Program Studi  
DIII Manajemen Perdagangan



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

Padang, November 2022

Disetujui Oleh  
Pembimbing



Rini Sarianti, SE, M.Si  
NIP. 19650306 199001 200 1

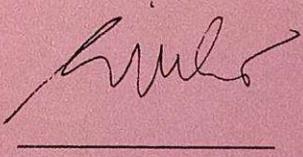
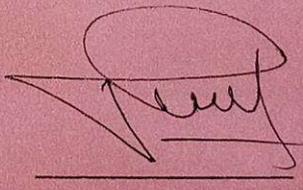
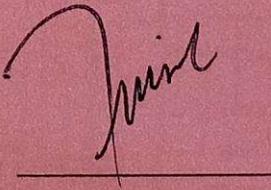
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA BIGBOSS COFFEE RESTO DI  
PAYAKUMBUH

Nama : Indah Deafira  
Nim : 19134038  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi  
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, November 2022

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Rini Sarianti, SE, M.Si	(Ketua)	
Thamrin, S.Pd, MM	(Anggota)	
Awisal Fasyni, SP, MM	(Anggota)	

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Deafira  
NIM / Tahun Masuk : 19134038 / 2019  
Tempat / Tanggal Lahir : Payakumbuh, 23 Juni 2001  
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Pakan Sinayan, Payakumbuh Barat  
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Bauran Promosi Pada Bigboss Coffee Resto di Payakumbuh

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik 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 di tulis atau di terbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah di tanda tangani asli oleh pembimbing tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang telah berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Oktober 2022  
Yang Menyatakan

Indah Deafira

## ABSTRAK

**Judul : Tinjauan Bauran Promosi Pada Bigboss Coffee di Payakumbuh**  
**Pembimbing : Rini Sarianti, SE, M.Si**

Perkembangan bisnis saat ini semakin pesat. Adanya persaingan pasar yang begitu kuat membuat pelaku bisnis harus memikirkan betapa pentingnya bauran promosi yang dilakukan agar dapat bersaing. Bigboss Coffe Resto merupakan salah satu usaha yang menawarkan makanan dan minuman, mulai dari makanan berat hingga makanan ringan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan bauran promosi yang dilakukan Bigboss Coffee Resto. Lokasi penelitian ini beralamat di Jl. Soekarno Hatta no.202, Bulakan Balai Kandih, Payakumbuh Barat, Kota Payakumbuh. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah observasi dan wawancara langsung kepada pemilik Bigboss Coffee Resto. Dari penelitian ini menjelaskan bahwa Bigboss Coffee Resto sudah melakukan bauran promosi yang terdiri dari : Periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*Sales Promotion*), *Penjualan Perseorangan (Personal Selling)*.

**Kata Kunci : Bauran Promosi, Bigboss Coffee Resto**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Tinjauan Bauran Promosi Pada Bigboss Coffee Resto di Payakumbuh**”. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program studi Diploma III dan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis dibimbing dan dibantu oleh berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Allah SWT** yang telah memberikan kemudahan sehingga laporan ini dapat terselesaikan.
2. Kedua Orang Tua Tercinta yakni, Ayahanda **Rusdi, SH, MH** dan Ibunda **Evi Susanti** yang tiada hentinya memberikan kasih sayang, memberi semangat, motivasi serta dukungan untuk penulis.
3. Saudara tersayang yakni Isra Dina N. Restika, Ilham Ridho Putra, Ibnu Hafizh yang selalu mendukung penulis.
4. Bapak **Prof. Ganefri, Ph, D** selaku Rektor Universitas Negeri Padang.
5. Bapak **Dr. Idris, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Ibu **Dina Patrisia, SE, M.Si.,Ph.D** selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan beserta para dosen dan seluruh karyawan/ staf pegawai Fakultas Ekonomi atas bantuan yang diberikan..
7. Bapak **Thamrin, S.Pd, MM** selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberi bimbingan, nasehat dan arahan bagi penulis selama penulis mengikuti studi.
8. Ibu **Rini Sarianti, SE, M.Si** selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir.

10. Rekan – rekan seperjuangan dalam bangku perkuliahan, khususnya Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
11. Sahabat tercinta saya, Nur Intan Ariffa, Aresya Wulandari.
12. Sahabat kosan Orinna Nikmatul Yasmin, A.Md, Ratna Kurnia Sari, Asty Raisha Agma dan Sherly Nurhalizah.
13. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
14. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me , I wanna thank me for doing all these hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive, I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me all time.*

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, karena terbatasnya kemampuan, pengalaman dan pengetahuan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki pada karya ilmiah selanjutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Oktober 2022

Indah Deafira

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	8
B. Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ) .....	10
C. Langkah – langkah Promosi Efektif .....	15
<b>BAB III PENDEKATAN PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
A. Bentuk Penelitian.....	17
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	17
C. Rancangan Penelitian.....	17
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>21</b>
A. Profil perusahaan .....	21
B. Hasil Penelitian .....	25
C. Pembahasan .....	28
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>34</b>
A. Kesimpulan.....	34
B. Saran .....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>36</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 1. Daftar Harga Bigboss Coffee Resto dan Kompetitor .....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 2. Penjualan Bigboss Coffee Resto 2022 .....</b>	<b>4</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1. Denah Lokasi Bigboss Coffee Resto .....</b>	<b>20</b>
<b>Gambar 2. Suasana Dalam Bigboss Coffee Resto .....</b>	<b>21</b>
<b>Gambar 3. Bigboss Coffee Resto Tampak Luar .....</b>	<b>21</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara .....</b>	<b>33</b>
<b>Lampiran 3. Dokumentasi.....</b>	<b>36</b>
<b>Lampiran 4. Menu Bigboss Coffee Resto.....</b>	<b>37</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha di era saat ini semakin pesat dan ketat, sehingga para pelaku usaha atau pebisnis dituntut untuk melakukan persaingan guna merebut dan menguasai pangsa pasar dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Kuliner Indonesia makin menarik setiap tahunnya, Indonesia juga memiliki kekayaan hayati yang cukup tinggi sehingga dapat mendukung peningkatan ekonomi sektor kuliner diantaranya adalah *bakery*, kafe, restaurant, dll.

Pelaku usaha bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan pada perubahan yang terjadi dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Usaha *coffee and resto* merupakan bisnis yang membutuhkan banyak inovasi dan kreatifitas dalam pengembangannya sehingga dibutuhkan strategi yang tepat agar konsumen atau pelanggan dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Setiap perusahaan menginginkan agar usahanya dapat berjalan dengan baik, lancar, serta banyak diminati oleh konsumen. Hal ini dimaksudkan agar dapat meningkatkan pendapatannya dan memiliki pelanggan tetap. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan strategi yang baik, salah satu strategi dalam pemasaran adalah strategi promosi.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012), “Promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut”. Salah satu yang menunjang

keberhasilan penjualan adalah promosi, promosi digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas agar kesadaran terhadap suatu produk perusahaan lebih meningkat. Perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi dengan melakukan periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, publisitas, pemasaran langsung, *public relations* atau disebut juga dengan bauran promosi (*promotion mix*).

Bauran promosi merupakan kombinasi dari elemen promosi yang dilakukan perusahaan dalam rangka menyampaikan pesan perusahaan kepada calon konsumen. Pada umumnya perusahaan menerapkan bauran promosi secara terpadu agar dapat meningkatkan volume penjualan, dengan menerapkan bauran promosi yang benar dan tepat diharapkan perusahaan dapat bertahan di era persaingan tinggi seperti saat ini.

Beriringan dengan hal tersebut, di Kota Payakumbuh, Sumatera Barat telah banyak ditemukan *coffee and resto*. Produk yang ditawarkan relatif sama, akibatnya terjadi persaingan usaha yang ketat. Salah satu usaha *coffee and resto* yang ada di Payakumbuh adalah Bigboss Coffee Resto. Bigboss Coffee Resto merupakan usaha yang didirikan pertengahan 2021. Produk yang ditawarkan Bigboss Coffee Resto terdiri dari makanan ringan, makanan berat serta aneka minuman dengan harga yang terbilang terjangkau.

**Tabel 1. Daftar Harga Bigboss Coffee Resto dan Kompetitor**

<b>BIGBOSS COFFEE RESTO</b>			<b>KOPMIL IJO</b>	
<b>NO</b>	<b>Jenis Produk</b>	<b>Harga</b>	<b>Jenis Produk</b>	<b>Harga</b>
<b>Makanan</b>			<b>Makanan</b>	
1	Mie goreng spesial	Rp.15.000	Mie goreng biasa	Rp. 19.000
2	Mie rebus spesial	Rp.15.000	Mie goreng ayam	Rp.25.000
3	Nasi goreng sosis	Rp.15.000	Nasi goreng biasa	Rp.19.000
4	Nasi goreng ayam	Rp.20.000	Nasi goreng ayam	Rp.28.0000
5	Mie kweiau spesial	Rp.15.000	Mienas	Rp.23.000
6	Mie kwetiau ayam	Rp.20.000	Ayam penyet	Rp.25.000
7	Ketoprak	Rp.10.000	Pecel ayam	Rp.23.000
8	Ayam remuk	Rp.15.000	Martabak mie	Rp.19.000
9	Ayam remuk komplit	Rp.18.000	Omelet	Rp.19.000
10	Kentang goreng	Rp.12.000	Kentang goreng	Rp.18.000
11	Sosis	Rp.12.000	Sosis	Rp.18.000
<b>Minuman</b>		<b>Harga</b>	<b>Minuman</b>	<b>Harga</b>
1	Teh es	Rp.7.000	Teh es	Rp.10.000
2	Teh panas	Rp.5.000	Lychee tea	Rp.18.000
3	Kopi sayang bigboss	Rp.20.000	Cappucino original	Rp.19.000
4	Kopi susu	Rp.12.000	Susu putih	Rp.15.000
5	Black coffee aren	Rp.15.000	Kopi susu	Rp.18.000
6	Lemon tea	Rp.10.000	Black coffee	Rp.15.000

7	Jus naga	Rp.12.000	Orange jus	Rp.15.000
8	Jus mangga	Rp.12.000	Lemontea	Rp.15.000
9	Jus jeruk	Rp.10.000	Tiramisu	Rp.20.000
10	Choco malt	Rp.10.000	Milo	Rp.19.000
11	Mojito	Rp.10.000	Kopi Milo	Rp,19.000
12	Greentea	Rp.10.000	Thai tea	Rp.20.000
13	Mochiato caramel	Rp.15.000		

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa harga produk yang ditawarkan Bigboss Coffee Resto lebih murah dan terjangkau dibanding salah satu pesaing yang juga menjual produk sejenis. Dengan letak yang strategis dan sering dilalui banyak orang, seharusnya Bigboss Coffee Resto mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Namun data yang penulis dapatkan di lapangan adalah sebagai berikut :

**Tabel 2. Penjualan Bigboss Coffee Resto 2022**

Bulan	Omset
Januari	Rp.24.250.000
Februari	Rp.27.090.000
Maret	Rp.23.460.000
April	Rp.22.300.000
Mei	Rp.25.625.000
Juni	Rp.19.375.000
Juli	Rp.22.500.000

*Sumber : Bigboss Coffee Resto*

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa penjualan yang didapatkan oleh Bigboss Coffee Resto mengalami ketidakstabilan. Terlihat bahwa pada pertumbuhan penjualan tertinggi pada bulan Februari dan penjualan terendah terjadi pada bulan Juni.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Hal ini menjadi masalah serius bagi Bigboss Coffee Resto karena dalam beberapa bulan terakhir penjualan mengalami penurunan sehingga berdampak pada profit perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan owner Bigboss Coffee Resto, diketahui pihak Bigboss Coffee Resto belum menerapkan bauran promosi dengan baik dan banyaknya kompetitor di pangsa pasar yang sama. Hal ini dibuktikan dengan belum adanya media sosial khusus Bigboss Coffee Resto sebagai salah satu bauran promosi iklan seperti instagram, tiktok dan lain-lain. Seperti yang kita ketahui, media sosial adalah sebuah wadah publikasi yang semakin marak digunakan di era digital, hingga dapat diakses dengan mudah tanpa batas (Rohman, F 2016). Sedangkan kompetitor Bigboss Coffee sudah menggunakan media sosial khusus dalam mempromosikan dan mengiklankan produknya, serta memudahkan calon konsumen untuk memberi informasi mengenai produk yang ditawarkan, seperti Kopmil Ijo, Gerobak Coffee, Kopigo dan lainnya, ini menyebabkan Bigboss Coffe Resto sedikit tertinggal dibanding pesaingnya sehingga Bigboss Coffe Resto jadi kurang dikenal oleh calon konsumen.

Hal ini lah yang menurut peneliti salah satu penyebab menurunnya penjualan yang terjadi di Bigboss Coffee Resto. Maka perlu adanya penerapan bauran promosi yang efektif bagi pengembangan usaha tersebut agar dapat meningkatkan penjualan.

Bigboss Coffee Resto ini menarik untuk diteliti dikarenakan peneliti ingin melakukan peninjauan penerapan bauran promosi seperti apa yang dapat meningkatkan penjualan Bigboss Coffee Resto dengan banyaknya kompetitor.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai bauran promosi untuk meningkatkan penjualan dengan judul **“Tinjauan Bauran Promosi Pada Bigboss Coffee Resto di Payakumbuh”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, untuk memudahkan dalam penyelesaian permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan ini, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :  
“Bagaimana penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh pihak Bigboss Coffee Resto?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran promosi yang dilakukan Bigboss Coffee Resto.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

##### 1. Bagi Penulis

Selain sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang juga untuk menambah wawasan berpikir tentang bauran promosi di dalam menjalankan bisnis coffee resto dan menambah pengetahuan di bidang manajemen khususnya perdagangan.

##### 2. Bagi Bigboss Coffee Resto

Sebagai masukan kepada pebisnis dalam mengambil keputusan mengenai permasalahan ini, membantu Bigboss Coffee Resto dengan memberikan informasi dan sumbangan pikiran mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh Bigboss Coffee Resto dalam menjalankan usahanya.

##### 3. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan dengan penelitian sejenis lainnya dan bisa digunakan dengan semestinya bagi rekan-rekan selanjutnya.

##### 4. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi masyarakat ilmiah yang berminat melakukan penelitian pada bidang ini.