

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PADA JIWANI COFFEE
DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Studi Manajemen Perdagangan (DIII)
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh:

**INDRA MAHDI
2018/18134043**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

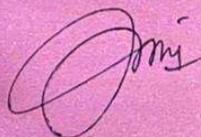
**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PADA JIWANI COFFEE
DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN**

Nama : Indra Mahdi
NIM : 18134043
Program Studi : Manajemen Perdagangan (D III)
Fakultas : Ekonomi

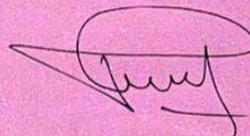
Padang, Januari 2022

Diketahui Oleh
Koordinator Program Diploma (DIII)
Manajemen Perdagangan

Disetujui Oleh
Pembimbing Tugas Akhir



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



Thamrin S.Pd, MM
NIP. 19750816 200501 1 003

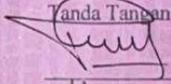
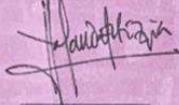
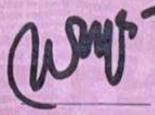
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PADA JIWANI COFFEE
DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN**

Nama : Indra Mahdi
NIM / TM : 18134043/ 2018
Program Studi : D III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

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

Padang, Februari 2022

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Thamrin, S.Pd, MM	(Ketua)	
Yolandafitri Zulvia, SE, M.Si	(Anggota)	
Whyosi Septrizola, SE, MM	(Anggota)	

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indra Mahdi
Thn. Masuk/NIM : 2018/18134043
Tempat/Tgl. Lahir : Padang, 9 Mei 2001
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Parkit 3 No 6 Air Tawar Padang, Sumatera Barat
Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Promosi pada Jiwani Coffee dalam Menarik Minat Konsumen

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 penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat ketidakbenaran 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 berlaku.

Padang, Januari 2022
Yang menyatakan,



Indra Mahdi

ABSTRAK

Judul : Analisis Strategi Promosi Pada Jiwani Coffee Dalam Menarik Minat Konsumen

Pembimbing : Thamrin S.Pd, MM

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau aktivitas promosi yang dilakukan oleh Jiwani Coffee di Kota Padang dalam menjalankan usahanya untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi yang terjadi sesungguhnya, serta mengklasifikasikan data dari hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata yang tersusun rapi dan jelas. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dari hasil pembahasan dapat di jelaskan bahwa Jiwani Coffee menerapkan beberapa aktivitas promosi seperti *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relation*, dari beberapa variabel promosi tersebut dapat di amati aktivitas promosi Jiwani Coffee untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul: **“Analisis Strategi Promosi pada Jiwani Coffee dalam Menarik Minat Konsumen.”** Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Thamrin, S.Pd, MM, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, naehat, dan arahan bagi penulis. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Idris, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM dan Ibu Yolandafitri Zulfia, SE, M.Si selaku Dosen Penguji
3. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si.,Ph.D selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Ibu Dosen dan Staff Pengajar Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

5. Karyawan Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
6. Kepada Bapak Sayd Syauqi Alva selaku *owner* Jiwani Coffee yang telah memberikan waktu dan kesediannya kepada penulis untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir penulis.
7. Orang tua dan adik yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan dalam bangku perkuliahan, khususnya Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, karena terbatasnya kemampuan, pengalaman, dan pengetahuan. Oleh karena 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, Januari 2022

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	
Error! Bookmark not defined.	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	
vi	
DAFTAR ISI	
viii	
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang Masalah	2
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
TIJAUAN PUSTAKA	6
A. Pemasaran	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Konsep Pemasaran	6
B. Strategi Promosi	8
1. Pengertian Strategi Promosi	8
C. Bauran Promosi	10
D. Tujuan Promosi	14
E. Langkah-langkah Promosi Efektif	16
BAB III	15
PENDEKATAN PENELITIAN	15
A. Bentuk Penelitian	15
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	15
C. Rancangan Penelitian	15
BAB IV	19
PEMBAHASAN	19

A. Profil Perusahaan	19
4. <i>Public Relation</i> (Hubungan Masyarakat)	27
BAB V	28
PENUTUP	28
A. Kesimpulan	28
B. Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Jiwani Coffee	21
Gambar 2. Fasilitas yang Disediakan Jiwani Coffee	27
Gambar 3. Instagram Jiwani Coffee	32
Gambar 4. Tempat Pemesanan Makanan dan Minuman	33

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Penjualan Jiwani Coffee dengan Coffeeshop lainnya	3
Tabel 2. Jenis-Jenis Produk Minuman	23
Tabel 3. Jenis-Jenis Produk Makanan	24
Tabel 4. Jenis-Jenis Produk Makanan Ringan	25
Tabel 5. Daftar Harga Produk Minuman	26
Tabel 6. Daftar Harga Produk Makanan	26
Tabel 7. Daftar Harga Produk Makanan Ringan	27

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam berbisnis, para pengusaha pasti ingin usaha yang mereka jalani tersebut berjalan lancar dan disenangi oleh para konsumennya. Para pengusaha akan selalu dihadapi dengan tantangan bagaimana memuaskan keinginan konsumen agar selalu loyal dan, produk yang diinginkan konsumen, pelayanan yang diinginkan konsumen, tempat yang diinginkan konsumen, dan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, pengusaha selalu berusaha keras agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan dapat bersaing dengan lawannya. Dalam rangka memenuhi keinginan konsumen, maka para pengusaha harus kreatif dan selalu mengikuti perubahan agar tidak ketinggalan zaman dan memiliki strategi promosi yang baik.

Pelaku usaha bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan pada perubahan yang terjadi dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, misalnya dalam penyajian makanan dan minuman. Usaha kafe merupakan bisnis yang membutuhkan kreatifitas dan inovasi dalam pengembangannya agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Menurut Fandy (2016), “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, acara dan pengalaman atau disebut juga dengan *promotion mix*.

Sejalan dengan hal tersebut, di kota Padang, Sumatera Barat telah banyak berdiri kafe-kafe dan lebih spesifik di kedai kopi. Pada umumnya menu-menu yang ditawarkan di kedai kopi tersebut relatif sama. Akibatnya terjadi persaingan usaha antar kedai kopi yang ketat karena masyarakat sebagai konsumen mempunyai pilihan yang beragam untuk memenuhi kebutuhan akan penyediaan dan pelayanan.

Salah satu kedai kopi yang sedang digemari remaja khususnya di kota Padang, yaitu Jiwani Coffee. Arti nama Jiwani Coffee, yaitu jiwa pemberani, Kedai Kopi ini beralamat di Jl. Belakang Olo 1 No. 20. Jiwani Coffee merupakan pemain baru pada usaha *Kedai Kopi* yang berdiri pada bulan Maret 2021, karena usaha ini baru berdiri, maka pendapatannya cenderung tidak stabil. Jiwani Coffee menjual aneka minuman kopi berbagai varian, minuman non coffee, dan makanan ringan.

Jiwani Coffee adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang *Food and Beverage*. Pada tahun 2021, Jiwani Coffee memulai kegiatan operasional tepatnya di bulan April. Jiwani Coffee mempunyai konsep *working space* (tempat kerja) karena Jiwani Coffee menargetkan pasar untuk para pekerja kantoran dan mahasiswa.

Jiwani Coffee ini terbentuk karena owner melihat ada peluang pada rumah kakeknya yang sudah lama tidak ditempati agar dapat dimanfaatkan

menjadi sebuah usaha kedai kopi. Alasan owner untuk memilih rumah pribadi sebagai lokasi usahanya karena owner tidak perlu memikirkan biaya sewa, apalagi melihat kondisi pandemi saat ini yang serba kesulitan. Alasan owner Jiwani Coffee memilih usaha kedai kopi karena owner memiliki suatu kebiasaan nongkrong di kedai kopi.

Jiwani Coffee juga melakukan kegiatan promosi pada usahanya. Hanya saja belum terlaksana dengan baik. Hal ini dapat diketahui dengan belum adanya harga promo dan belum adanya merek Jiwani Coffe, Jiwani Coffee lokasinya sedikit masuk ke dalam dari jalan raya, sehingga konsumen sedikit kesulitan untuk mencari lokasi Jiwani Coffee tersebut. Jiwani Coffee memiliki harga produk yang bersaing dengan coffee shop lainnya. Berikut ini adalah data perbandingan penjualan Jiwani Coffee dengan Coffee Shop terdekat, yaitu Orion Coffee

Tabel 1. Data Perbandingan Penjualan

Jiwani Coffee			Orion Coffee		
No	Bulan	Tahun 2021	No	bulan	Tahun 2021
1	April	Rp. 85.000.000	1	Januari	Rp 90.000.000
2	Mei	Rp. 90.590.000	2	Februari	Rp 95,705,000
3	Juni	Rp. 79.000.000	3	Maret	Rp 86,779,000
4	Juli	Rp. 92.170.000	4	April	Rp 83,000,000
5	Agustus	Rp. 80.500.000	5	Mei	Rp 88,396,000
6	September	Rp. 82.000.000	6	Juni	Rp 79,850,000
7	Oktober	Rp. 88.450.000	7	Juli	Rp 90,257,000
8	November	Rp. 90.000.000	8	Agustus	Rp 92,787,000
9	Desember	Rp. 81.300.000	9	September	Rp 84,600,000
Total Penjualan		Rp. 359.560.000	Total Penjualan		Rp 617,715,000

Sumber: Owner Jiwani Coffee dan Orion Coffee, Tahun 2021

Mengingat sudah menjamurnya *coffee shop* di Kota Padang, maka persaingan akan semakin ketat. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk mengetahui bagaimana strategi promosi pada Jiwani Coffee dalam menghadapi persaingan antara *coffee shop* lainnya agar bisa lebih maju dari pesaingnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Analisis Strategi Promosi Pada Jiwani Coffee Dalam Menarik Minat Konsumen”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana Strategi Promosi dilakukan oleh Jiwani Coffee di Padang dalam menjalankan usahanya agar dapat bertahan dalam persaingan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan Jiwani Coffee selama ini.
2. Mengusulkan strategi promosi yang perlu dilakukan Jiwani Coffee.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, bagi semua pihak yang ingin mempelajari ilmu strategi promosi dan bagi pihak Jiwani Coffee.

2. Manfaat Praktis

a. 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 strategi pemasaran di dalam menjalankan bisnis kafe dan menambah pengetahuan di bidang manajemen, khususnya perdagangan.

b. Bagi Jiwani Coffee

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

c. Bagi Fakultas

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

d. Bagi Pembaca

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