

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA  
BENGRAS KOPI JATI**

**TUGAS AKHIR**

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



**DEDE RIADY**  
**19134022/2019**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2023**

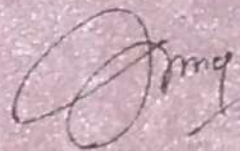
**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA BENGRAS KOPI JATI**

Nama : Dede Riady  
NIM/TM : 19134022/2019  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi

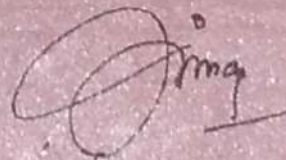
Padang, Juli 2023

Diketahui  
Koordinator Program Studi DIII  
Tugas Akhir  
Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D  
NIP. 197512091999032001

Disetujui oleh  
Pembimbing



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D  
NIP. 197512091999032001

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**TINJAUAN AKTIVITAS PROMOSI PADA BENGRAS KOPI PADANG**

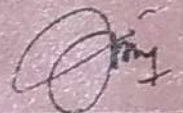
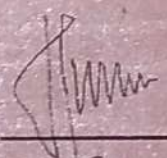
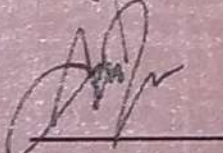
Nama : Dede Riady  
NIM/TM : 19134022  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir**

**Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII)**

**Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**

Padang, Juli 2023

No.	Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1.	Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D	(Ketua)	
2.	Firman, SE, M.Sc	(Anggota)	
3.	Arief Maulana, SE, MM	(Anggota)	

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dede Riady  
Thn. Masuk/NIM : 2019/19134022  
Tempat/Tgl. Lahir : Bekasi/11 Maret 2000  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Parit Panjang Jorong Surau Labuah  
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Bauran Promosi Pada Bengras Kopi Jati

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 dikemudian 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, 2023

Yang menyatakan



Dede Riady

Nim.19134022

## ABSTRAK

**Judul : Tinjauan Bauran Promosi Pada Bengras Kopi Jati**

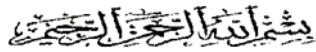
**Pembimbing : Dina Patrisia, SE, M.Si. Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan bauran promosi yang dilakukan Bengras Kopi Jati. Lokasi penelitian ini beralamat di Jl. Tan Malaka No.25, Sawahan, Kec Padang Timur, Kota Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penilaian kualitatif, yaitu pengumpulan data yang menggunakan metode wawancara dan observasi. Dari penelitian ini menjelaskan bahwa Bengras Kopi Jati mempunyai bauran promosi dengan menggunakan variabel-variabel promosi seperti : *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), *Public Relation* (Hubungan Masyarakat), *Word of Mouth* (Getuk tular).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Promosi Penjualan yang diterapkan oleh Bengras Kopi Jati adalah memberikan promosi waktu ketika hari besar dan juga promosi 4 sekawan. 2) Hubungan Masyarakat yang dilakukan oleh Bengras Kopi Jati yaitu dengan mengadakan acara nonton bareng Semen Padang dan juga menjadi donatur untuk Berbagi Nasi Padang. 3) Getuk Tular yang dilakukan Bengras Kopi Jati yaitu dengan melakukan komunikasi langsung dengan pelanggan, sesuai dengan slogan Bengras Kopi Jati yaitu *Tina Ngopi Jadi Dulur* (Dari Ngopi Jadi Saudara).

**Kata Kunci: Bauran Promosi, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Getuk Tular**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, tiada rangkaian kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas Rahmat, ridho, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat Menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Tinjauan Bauran Promosi Pada Bengras Kopi Jati”**

Shalawat beriring salam tidak lupa penulis hadiahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sebagai suri teladan bagi kita semua. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada program studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Untuk kedua orang tua serta keluarga yang selalu membantu dan memotivasi baik moril maupun materil dan doanya kepada penulis selama ini.

3. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si. Ph.D selaku Pembimbing Tugas akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
4. Pengelola Bengras Kopi yang telah memberikan waktu dan kesempatan kepada penulis untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Rini Sarianti, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing akademik yang telah banyak memberi bimbingan, nasehat, dan arahan bagi penulis selama penulis mengikuti studi.
6. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
7. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si. Ph.D selaku ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Bapak dan Ibu dosen, staf pengajar dan karyawan program studi DIII FE UNP yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
9. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan semangat dan dorongan agar penulis cepat menyelesaikan Tugas Akhir serta memotivasi yang sangat berguna bagi penulis.
10. Teman-teman program studi DIII FE UNP khususnya Manajemen Perdagangan Angkatan 2019 yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran, serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.

11. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penelitan tugas akhir dimasa mendatang. Semoga Tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Juli 2023

Dede Riady

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....	i
ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Promosi .....	7
B. Bauran Promosi .....	13
C. Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi .....	18
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN .....	21
A. Bentuk Penelitian .....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	21
C. Rancangan Penelitian .....	21
D. Metode Pengumpulan Data .....	23
E. Objek Penelitian .....	24
F. Sumber Data .....	24
G. Teknik Pembahasan .....	25
BAB IV PEMBAHASAN .....	26
A. Profil Perusahaan .....	26
B. Hasil Penelitian .....	34
C. Pembahasan .....	36

BAB V PENUTUP.....	42
A. Kesimpulan .....	42
B. Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA .....	44
LAMPIRAN .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Denah Lokasi Bengras Kopi Jati.....	28
Gambar 2. Suasana Dalam Bengras Kopi Jati .....	29
Gambar 3. Bengras Kopi Jati Tampak Luar.....	29
Gambar 4. Logo Bengras Kopi Jati.....	30
Gambar 5. Struktur Bengras Kopi Jati .....	34
Gambar 6. Promosi 4 Sekawan .....	37
Gambar 7. Promosi Bengras Kopi Jati.....	37
Gambar 8. Instagram Bengras Kopi Jati .....	39
Gambar 9. Berbagi Nasi Padang .....	40
Gambar 10. Ulasan Dari Para <i>Customer</i> Bengras Kopi Jati .....	41

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peningkatan Jumlah <i>Coffee Shop</i> Kota Padang .....	1
Tabel 2. Data Penjualan Begras Kopi Padang per Tahun .....	2
Tabel 3. Data Penjualan Begras Kopi Padang per Bulan.....	3
Tabel 4. Daftar Menu Bengras Kopi Padang .....	31

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Observasi.....	46
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara .....	47
Lampiran 3. Foto Dokumentasi Dengan Manajer Bengras Kopi Jati .....	50

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

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. Pelaku usaha dituntut untuk memiliki kepekaan pada perubahan yang terjadi dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, misalnya dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*).

Pada masa sekarang dunia bisnis di bidang kuliner di Indonesia mulai berkembang sangat pesat. Dapat dilihat dari berbagai usaha penjualan produk yang sangat beragam meramaikan pasar bisnis di Indonesia. Tidak terkecuali di Kota Padang, kini yang sedang trend di Kota Padang adalah bisnis *coffee shop* atau kedai kopi. Dengan banyaknya *coffee shop* yang sudah merambah di Kota Padang pun menuai persaingan dagang dan membuat setiap pebisnis mempromosikan produknya dengan strategi promosi yang berbeda dan terbaru. Saat ini perkembangan bisnis *coffee shop* di Kota Padang terbilang cukup signifikan. Hal ini terbukti melalui rekap jumlah *coffee shop* yang didata oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Padang.

**Tabel 1. Peningkatan Jumlah *Coffee Shop* Kota Padang**

No	Tahun	<i>Coffee Shop</i>
1	2018	64
2	2019	66
3	2020	146

4	2021	187
---	------	-----

Sumber: DPMPTSP Kota Padang, 2021

Berdasarkan Tabel di atas, terus terjadi peningkatan jumlah *coffee shop* di Kota Padang sejak tahun 2018 hingga saat ini. Situasi persaingan yang semakin bertambah banyak dan kondisi sosial yang terus berubah, menuntut setiap pemilik usaha *coffee shop* selalu tanggap dan menyesuaikan diri dalam menghadapi persaingan.

Oleh karena itu, promosi digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas agar kesadaran terhadap suatu produk yang dipasarkan lebih meningkat. Perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi dengan melakukan periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), publisitas, hubungan masyarakat (*publicity and public relation*), pemasaran langsung (*direct marketing*), acara dan pengalaman (*Event and Experiences*), pemasaran digital (*digital marketing*), dan getuk tular (*Word of Mouth*).

Salah satu strategi yang harus dilakukan oleh pelaku usaha yaitu dengan menerapkan strategi promosi yang tepat. Penerapan strategi promosi yang tepat salah satunya juga diterapkan oleh Begras Kopi Jati yang merupakan objek dari penelitian ini. *Output* dari keefektifitasan strategi promosi yang telah diterapkan dapat diketahui melalui rekapitulasi data penjualan selama 12 bulan terakhir.

**Tabel 2. Data Penjualan Begras Kopi Padang per Tahun**

Tahun	Penjualan
2019	Rp 201.543.000

2020	Rp 150.728.000
2021	Rp 158.033.000

**Tabel 3. Data Penjualan Begras Kopi Padang per Bulan**

No.	Tahun	Bulan	Penjualan
1	2021	Juni	Rp 13.330.000,00
		Juli	Rp 13.108.000,00
		Agustus	Rp 13.017.000,00
		September	Rp 13.108.000,00
		Oktober	Rp 14.923.000,00
		November	Rp 14.223.000,00
		Desember	Rp 15.045.000,00
2	2022	Januari	Rp 15.506.000,00
		Februari	Rp 11.824.000,00
		Maret	Rp 10.394.000,00
		April	Rp 10.580.000,00
		Mei	Rp 11.278.000,00
		Juni	Rp 11.999.000,00
		Juli	Rp 11.503.000,00
		Agustus	Rp 8.425.000,00
		September	Rp 8.150.000,00
		Oktober	Rp 8.780.000,00
		November	Rp 7.517.000,00
		Desember	Rp 8.563.000,00

*Sumber: Begras Kopi (data diolah, 2022)*

Berdasarkan data pada tabel dan grafik yang diperoleh di atas, dapat disimpulkan bahwa penjualan Begras Kopi Jati pada tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan yaitu Rp. 150.728.000 disebabkan oleh pandemic Covid-19 yang melanda Indonesia dan seluruh Dunia yang mengakibatkan

penjualan pada Bengras Kopi Jati mengalami penurunan. Pada saat pandemic tersebut para konsumen Bengras Kopi Jati sangat berkurang dikarenakan pembatasan kapasitas, *social distancing*, dan protocol Kesehatan yang sangat ketat membuat para konsumen lebih memilih untuk dirumah saja agar terhindar dari virus Covid-19. Berbeda dengan pendapatan pada tahun 2019 yaitu Rp. 201.543.000, pada tahun ini merupakan pendapatan terbesar dari Bengras Kopi Jati dalam kurun waktu tiga tahun belakangan. Lalu pada tahun 2021 pendapatan dari Bengras Kopi Jati mulai mengalami peningkatan yaitu Rp. 158.003.000, karena penyebaran virus Covid-19 sudah mulai berkurang.

Dalam usaha penjualannya Bengras Kopi Jati juga menerapkan strategi promosi, tetapi pelaksanaan kegiatan promosinya belum dilaksanakan secara intensif karena kurangnya efektifitas dan efisiensi kegiatan promosi yang pernah dilaksanakan sebelumnya. Hal ini dibuktikan dari ketidakstabilan kenaikan dan penurunan penjualan selama 12 bulan terakhir. Kendala tersebut muncul karena Bengras Kopi Jati merupakan *coffee shop* yang berdiri dalam bentuk waralaba sehingga mengharuskan pihak manajemen untuk melakukan kesepakatan antara investor dan pihak manajemen Bengras Kopi saat harus melakukan promosi terkait biaya yang akan dikeluarkan dalam kegiatan promosi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi promosi yang dilakukan Bengras Kopi Jati, untuk itu penulis mengangkat penelitian yang berfokus pada tinjauan bauran promosi pada Bengras Kopi Jati.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tinjauan bauran promosi pada Bengras Kopi Jati?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Mengetahui bagaimana penerapan bauran promosi yang diterapkan oleh Bengras Kopi Jati.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penulisan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

### **1. Bagi Pemilik Usaha**

Hasil pembahasan dalam penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik usaha sebagai referensi dalam meninjau atau mengevaluasi maupun memaksimalkan penerapan kegiatan promosi pada Bengras Kopi Jati.

### **2. Bagi Penulis**

Memberikan gambaran langsung mengenai penerapan kegiatan promosi pada Bengras Kopi Jati dan menerapkan hasil pembelajaran secara langsung dan ide maupun hasil pemikiran yang diperoleh dituangkan dalam penelitian ini.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya ataupun menjadi bahan penelitian untuk dilakukan studi lanjutan bila masih diperlukan

pembahasan lanjutan atau masih terdapat kekurangan dalam metode yang digunakan pada penelitian ini.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada Bengras Kopi Jati, ada beberapa kegiatan promosi yang dilakukan Bengras Kopi Jati yaitu:

- 1) Promosi penjualan yang dilakukan oleh Bengras Kopi Jati adalah melakukan promosi seperti promosi 4 sekawan dengan minimal belanja 3 produk Bengras maka mendapatkan gratis produk Bengras dan juga promosi di hari-hari besar.
- 2) Promosi melalui hubungan masyarakat atau *public relation* yaitu dengan menjadi donatur berbagi nasi padang dan juga pernah menjadi sponsor penyedia tempat untuk nobar Semen Padang.
- 3) Getuk tular melalui pendekatan kepada calon pembeli dengan ikut ngobrol karena ini sesuai dengan slogan Bengras Kopi *tina ngopi jadi dulur* (dari ngopi jadi saudara/teman).

### **B. Saran**

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan dalam simpulan di atas, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan penjualan sebaiknya Pihak Bengras Kopi Jati lebih banyak dalam melakukan promosi diskon secara online agar konsumen dapat dengan mudah untuk mengetahui serta tertarik untuk membeli produk Bengras Kopi Jati.

2. Pihak Bengras Kopi Jati sebaiknya lebih memaksimalkan pendekatan terhadap konsumen agar mendapatkan kesan positif terhadap pelayanan yang diberikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N.H. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Edisi. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, 2015, *Strategi Pemasaran*, Edisi Keempat, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. England: Pearson Education.
- Buku Panduan Tugas Akhir Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang tahun 2016.
- Sofjan Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Kesebelas. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta: CV Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta: PT Buku Seru.
- William J. Stanton. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.