KINERJA PROMOSI PRODUK KOPI LOKAL DI HALL COFFEE ROASTERY

SKRIPSI

Diajukan kepada tim penguji skripsi jurusan pariwisata
Sebagai salah satu persyaratan guna memproleh
Gelar Sarjana Sains Terapan

Gian Sabilillah
Nim.18135256

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

KINERJA PROMOSI PRODUK KOPI LOKAL DI HALL ROASTERY COFFEE

Nama	: Gian Sabilillah
NIM/BP	: 18135254/2018
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 21 Agustus 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing

Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP

Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Universitas Negeri Padang

Judul	: Kinerja Promosi Produk Kopi Lokal di Hall Roastery Coffee
Nama	: Gian Sabilillah
NIM/BP	: 18135256/2018
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 21 Agustus 2022

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
1. Ketua	: Trisna Putra, SS, M.Sc	1.
2. Anggota	: Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D.	2.
3. Anggota	: Nidia Wulansari, S.E., M.M	3.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : kkunp.info@gmail.com

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Gian Sabilillah
NIM/TM	: 18135256 / 2018
Program Studi	: D4 Manajemen Perhotelan
Departemen	: Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

"Kinerja Promosi Produk Kopi Lokal di Hall Roastery Coffee" adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Ketua Departemen Pariwisata

Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,

GIAN SABILILLAH
NIM. 18135256

Abstrak

Permasalahan dari penelitian ini adalah semakin ketatnya persaingan bisnis industri kopi di Indonesia, selain itu pentingnya upaya promosi dalam meningkatkan penjualan. Kopi sendiri merupakan minuman hasil dari seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk yang mana pada masa ini kopi bukan lagi hanya sebuah minuman panas yang biasa diminum untuk menghilangkan kantuk, tapi sudah menjadi *life style.*

Salah satu *coffee sho*p yang menjual berbagai macam produk kopi lokal Indonesia yang berada di wilayah kota Padang adalah Hall Coffee Roastery yang terletak di daerah Padang tepatnya di Jalan Srigunting No.07, Air Tawar, Kec. Padang Utara, Kota Padang. *Coffe shop* ini bergerak dalam bidang kuliner yang memasarkan berbagai jenis kopi asli Indonesia atau biasa disebut dengan kopi lokal. Dimana mereka memiliki *brand* atau merek dagang sendiri yang menjadi ciri khas mereka.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendespripsikan upaya promosi produk coffee lokal di Sumatera Barat, adapun objek dari penelitian ini adalah Hall Coffee Roastery dimana sampel penelitian dalam penelitian ini merupakan pelanggan Hall Coffee Roastery Padang yang berjumlah sebanyak 79 sample, Sumatera Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif variabel. Hasil dari penelitian ini adalah Secara keseluruhan promosi di Hall Coffee Roastery tergolong pada kategori baik yang berada pada rentang $53.35 \leq 64.05$ dengan persentase 40,5%. Dapat disimpulkan upaya promosi di Hall Coffee Roastery perlu ditingkatkan dengan memperhatikan faktor promosi ditinjau dari indikator frekuensi promosi, kualitas, kuantitas, waktu dan ketepatan upaya promosi.

berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa promosi kopi lokal di Coffe Hall Rastery dapat dikatakan termasuk pada kategori baik, hal ini dikarenakan hampir setengah dari jumlah cutomer memilih bahwa promosi yang dilakukan sudah dapat dikategorikan sangat baik. Dapat disimpulkan bahwa pomosi yang dilakukan oleh Hall Coffee Roastery sudah baik dan sesuai karena promosi yang dilakukan dapat menjangkau cutomer untuk datang berkunjung dan para customer sendiri pun dapat memahami dan mengerti isi promosi yang dilakukan sehingga mereka mau untuk datang dan berkunjung untuk menikmati kopi lokal yang menjadi menu utama Hall Coffee Roastery.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **"Kinerja Promosi Produk Kopi Lokal di Hall Coffee Roastery"** ini disusun sebagai syarat untuk melanjutkan Penelitian Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, Peneliti tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Untuk itu Peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dan juga selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan nasihat, arahan, kritik dan saran dalam penelitian ini serta dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini..
3. Bapak Feri Ferdian, S.St, M.M, Ph.D selaku penguji 1 skripsi saya yang telah memberi masukan, arahan, kritik dan saran dalam penelitian skripsi ini.
4. Ibu Nidia Wulansari, SE, MM selaku penguji 2 skripsi saya yang telah memberi masukan, arahan, kritik dan saran dalam penelitian skripsi ini.

5. Bapak Rian Surendra, S.EI, M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan nasihat, arahan, kritik dan saran dalam Penelitian ini.
6. *Staff* administrasi yang telah membantu Peneliti dalam melengkapi surat-surat yang diperlukan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
7. *Staff* Hall Coffee Roastery yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan Peneliti untuk menyelesaikan Penelitian ini.
8. Kepada Sahabat dan Seluruh Rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2018 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis.
9. Kepada Kedua Orangtua serta Keluarga Besar tercinta terima kasih atas do'a dan dukungan yang telah diberikan sehingga Peneliti bisa sampai ke tahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya Peneliti juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 12
C. Batasan Masalah 12
D. Rumusan masalah 13
E. Tujuan Penelitian 13
F. Manfaat Penelitian 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**
A. Kajian Teori 15
B. Kerangka Konseptual 18
C. Hipotesis penelitian 18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **19**
A. Jenis Penelitian 19
B. Tempat dan Waktu Penelitian 19
C. Variabel Penelitian 19
D. Definisi Operasional Variabel 19
E. Sumber Dan Informan Penelitian 20
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan data 22
G. Instrumen Penelitian 23
H. Uji Coba Instrumen 25
I. Teknik Analisis Data 27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **29**
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 29
B. Hasil Penelitian 29
C. Pembahasan 40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **41**

A. Kesimpulan 41
B. Saran 42
DAFTAR PUSTAKA 44

DAFTAR TABEL

1 . Jumlah Kunjungan di Hall Coffee Roastery tahun 2021 11
2 . Jumlah customer Hall Coffe Roastery tahun 2021 20
3 . Pilihan Jawaban Skala Likert Pada Variabel 23
4 . Kisi-Kisi Instrumen Penelitian 23
5 . Hasil Analisis Validitas 25
6 . Interprestasi Nilai r (Alpha Cronbach) 26
7 . Hasil Uji Reliabilitas 26
8 . Klasifikasi Skor dalam 5 Kategori 27
9 . Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 29
10 . Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 30
11 . Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan 30
12 . Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 31
13 . Variabel Promosi 31
14 . Deskripsi Data Variabel Promosi 32
15 . Data Statistik Indikator Frekuensi Promosi 33
16 . Deskripsi Data Indikator Frekuensi Promosi 34
17 . Data Statistik Indikator Kualitas Promosi 34
18 . Deskripsi Data Indikator Kualitas Promosi 35
19 . Data Statistik Indikator Kuantitas Promosi 36
20 . Deskripsi Data Indikator Kuantitas Promosi 36
21 . Data Statistik Indikator Waktu Promosi 37
22 . Deskripsi Data Indikator Waktu Promosi 38
23 . Data Statitik Indikator Ketepatan Atau Kesesuaian Sasaran Promosi 39
24 . Deskripsi Data Indikator Ketepatan Atau Kesesuaian Sasaran Promosi 39

DAFTAR GAMBAR

1 . Negara penghasil kopi terbesar di dunia tahun 2020 2
2 . Volume dan Nilai Ekspor Kopi di Indonesia tahun 2022 5
3 . Jumlah Konsumsi Kopi Nasional di Indonesia..... 6
4 . Daftar Menu Minuman di Hall Coffee Roastery 8
5 . Daftar Kopi lokal Pasaman yang digunakan di Hall Roasty Coffe 9
6 . Kerangka Konseptual..... 18

BAB I

PENDAHULUAN

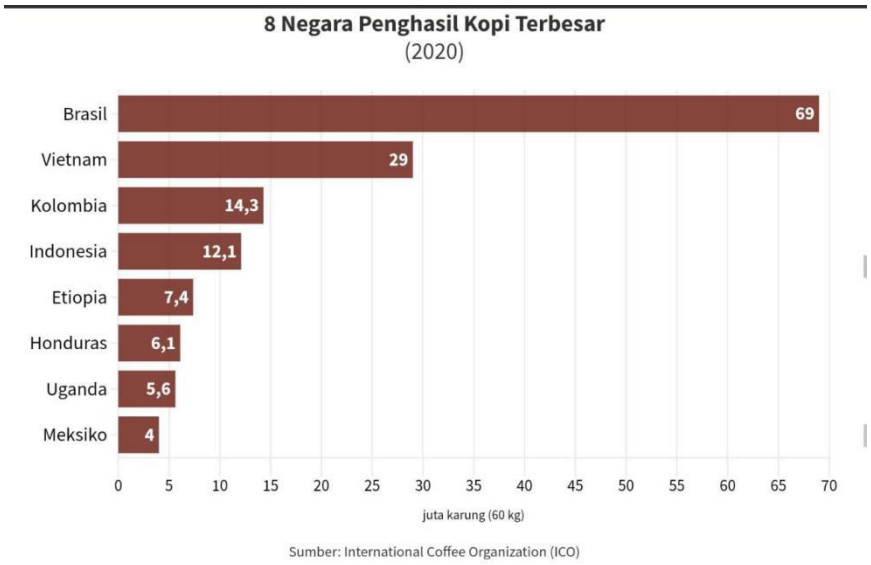
A. Latar Belakang

Pariwisata salah satu sektor penunjang perekonomian di Indonesia dan pariwisata juga menjadi salah satu daya tarik yang sangat mereka di masyarakat lokal ataupun dunia. Industri pariwisata yang mulai berkembang di Indonesia pada saat ini salah satunya adalah jasa boga. Tingkat persaingan antara industri jasa boga semakin tajam, dengan semakin majunya teknologi dalam era globalisasi ini setiap usaha dagang berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produksinya maupun manajemen pemasarannya dengan tujuan memaksimalkan keuntungan sesuai target yang diinginkan oleh setiap perusahaan.

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis telah merambah ke semua sektor usaha (bisnis) sehingga kompetisi yang ada antara usaha dagang semakin ketat. Ketatnya kompetisi tersebut membuat industri dagang yang bergerak dalam dunia kuliner tidak lepas dari persaingan tersebut. Salah satu industri dagang yang sangat menggiurkan adalah bisnis kopi, kopi adalah minuman hasil dari seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu kopi robusta (*Coffee canephora*) dan kopi arabika (*Coffee arabica*). Di masa ini kopi bukan lagi hanya sebuah minuman panas yang biasa diminum untuk menghilangkan kantuk, tapi sudah menjadi *life style.*

Terlepas dari minum kopi sudah menjadi *life styl*e, bisnis kopi mempunyai peluang besar di Indonesia. Kopi merupakan jenis minuman yang penting bagi sebagian besar masyarakat, tidak hanya Indonesia namun juga dunia, bukan hanya

karena kenikmatan yang didapat dalam mengkonsumsi kopi namun juga karena nilai ekonomis yang menguntungkan bagi negara-negara yang memproduksi dan mengekspor biji kopi. Berikut daftar negara penghasil kopi terbesar di dunia pada tahun 2020:



Gambar 1. Negara penghasil kopi terbesar di dunia tahun 2020
Sumber : *International Coffee Organization (ICO)*

Indonesia adalah salah satu negara produsen dan eksportir kopi paling besar di dunia dan berada di urutan nomor 4. Salah satu sajian minuman khas dari biji tanaman kopi yang tumbuh di Indonesia disebut dengan kopi lokal. Kopi lokal Indonesia sendiri terdiri dari 3 jenis, yaitu arabika, robusta dan liberika

Selain jenis-jenis kopi tersebut, Indonesia juga memiliki 7 macam kopi lokal khas berbagai daerah yang mendunia, diantaranya:

a. Kopi Gayo

Di daerah paling barat di Indonesia, yaitu Aceh terdapat dua jenis kopi yang di produksi, yaitu kopi jenis Arabika dan Robusta. Kopi Gayo

Arabika merupakan kopi khas dari Aceh yang digadang-gadang menjadi salah satu kopi terbaik di dunia. Karakteristik yang paling kuat milik kopi Aceh Gayo adalah aroma nya yang sangat tajam. Selain itu, kopi Gayo tidak memberi bekas rasa pahit yang lekat di lidah setelah meminumnya, berbeda dengan kebanyakan jenis kopi lainnya yang meninggalkan *aftertaste* pahit. Inilah alasan mengapa banyak orang sangat menikmati kopi Aceh Gayo.

b. Kopi Lampung

Berbeda dengan Aceh Gayo yang lebih terkenal dengan jenis kopi Arabika nya, kopi Lampung justru sangat mengunggulkan kopi jenis Robusta. Karakteristik yang sangat terasa dari kopi nusantara asal Lampung tekstur nya yang halus, namun rasanya yang cukup kuat. Metode *dry processing* yang digunakan dalam pengolahan biji kopi Lampung ini pun diyakini sebagai asal mula cita rasa dan karakteristik yang kuat di dalamnya.

c. Kopi Toraja

Memiliki nama lain *Celebes Kalossi*, kopi asal daerah Sulawesi ini memiliki aroma yang sangat khas juga harum yang membuatnya cukup disukai adalah tingkat keasaman yang rendah. Keunikan dari karakteristik kopi Toraja terdapat pada kecenderungan rasa floral dan fruity yang dihasilkan. Selain itu, rasa kopinya yang kuat dan sedikit kecut meninggalkan *aftertaste* yang unik di lidah.

d. Kopi Jawa

Produksi biji kopi Jawa umumnya dilakukan dengan metode *wet processing* sehingga cita rasanya mungkin sedikit berbeda dan tidak sekuat biji kopi yang dihasilkan di Sumatra atau Sulawesi. Meskipun begitu, jenis kopi Arabika ini sangat dinikmati karena rasanya yang dinilai 'seimbang'. Tingkat keasaman yang medium dan kekentalan yang tidak terlalu pekat menjadi serta semilir aroma rempah yang dihasilkan, membuat ciri khas sendiri saat menenggaknya.

e. Kopi Bali Kintamani

Karakteristik kopi nusantara yang satu ini adalah cita rasa kesegaran dari asam (*citrus*) seperti jeruk. Aromanya dianggap eksotis dilengkapi dengan tekstur yang *light*, membuat kopi ini tidak terlalu terasa pahit dan tidak meninggalkan *aftertaste* pekat setelahnya. Oleh sebab itu, kopi jenis ini mungkin saja bisa lebih banyak dinikmati oleh orang-orang yang tidak terlalu suka minum kopi dengan *body* yang 'berat.

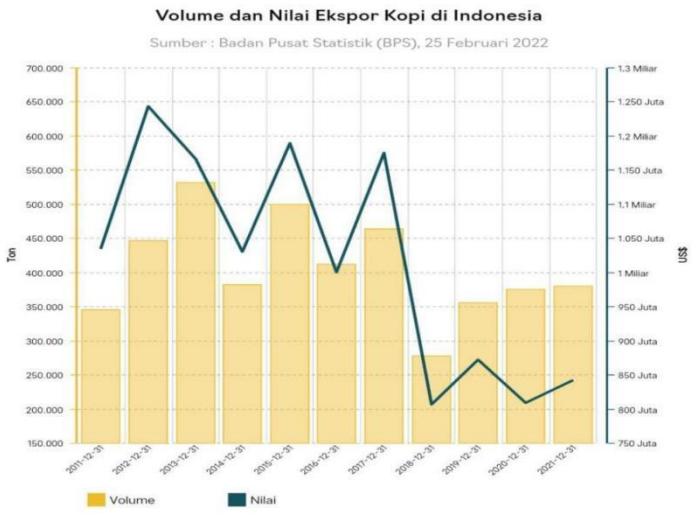
f. Kopi Flores Bajawa

Kopi Arabika asal Flores Bajawa ini menghasilkan tingkat keasaman medium serta tekstur rasa yang ringan. Selain dari aromanya yang menggiurkan, karakteristik kopi ini juga dikenal dengan sensasi manis juga cita rasa kacang-kacangan dan herbal di dalamnya. Keunikan ini yang bisa jadi tidak bisa kamu nikmati pada kopi-kopi lainnya. Tidak heran jika jenis Flores Bajawa ini bisa menembus pasar internasional karena keunggulan tersebut.

g. Kopi Papua Wamena

Ketajaman aroma dengan cita rasa yang ringan merupakan ciri khas dari kopi nusantara dari bagian timur Indonesia ini. Mirip kopi Bali yang memiliki rasa floral, kopi Papua Wamena juga dilengkapi dengan nuansa harum coklat dan herbal. *Aftertaste 'smokey'* setelah meminumnya pun menjadi ciri khas dan keunikan tersendiri. Teksturnya yang lembut dan tidak berampas juga sangat ramah di mulut.

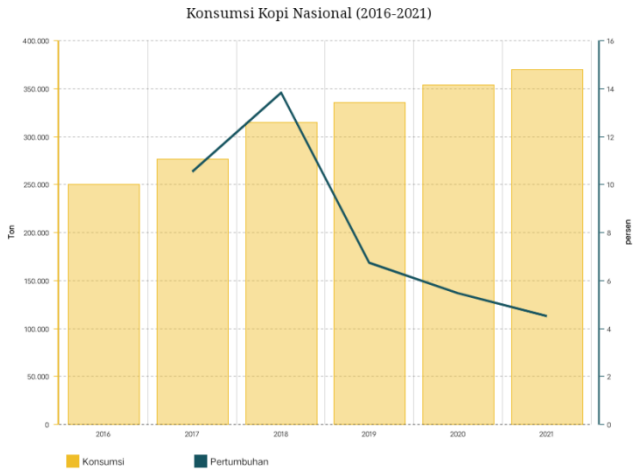
Dengan banyaknya hasil kopi dari Indonesia ini, maka tidak heran jika Indonesia banyak menciptakan produk kopi untuk dikonsumsi didalam negeri ataupun diekspor ke luar negeri. Berdasarkan data yang didapat dari Badan Pusat Statistik (BPS), volume ekspor Indonesia per Februari 2022 mencapai 240.000 ton dengan nilai sebesar US$ 840 juta yang tercantum di tabel berikut:



Gambar 2. Volume dan Nilai Ekspor Kopi di Indonesia tahun 2022
Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan volume dan nilai ekspor kopi di atas maka tidak mengherankan apabila di Indonesia sendiri kopi merupakan salah satu produk yang banyak dijual

dan digemari. Hasil riset pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian pada tahun 2021 mencatat bahwa diperkirakan jumlah masyarakat penikmat kopi di Indonesia terus mengalami peningkatan secara drastis per tahun dari tahun 2016 hingga 2021 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:



Gambar 3. Jumlah Konsumsi Kopi Nasional di Indonesia
Sumber : Kementerian Pertanian

Tabel di atas menunjukkan jumlah konsumsi kopi nasional di Indonesia mengalami peningkatan dan diperkirakan akan terus meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Dengan kondisi tersebut, maka peluang persaingan usaha bisnis kedai kopi di Indonesia semakin besar. Semakin kesini, bisnis kedai kopi di Indonesia penuh dengan persaingan untuk menarik pelanggan yang datang berkunjung dan menikmati kopi di kedai kopi mereka, sehingga segala strategi peningkatan bisnis kedai kopi pun diterapkan seperti pemberian diskon dan *voucher*. Tidak sedikit juga pemilik kedai kopi yang memberikan promosi kopi melalui jejaring media sosial untuk menarik perhatian calon konsumennya. Tentunya strategi yang diterapkan semakin banyak pasti dapat memberikan peluang bagi pemilik kedai

kopi dalam memenangkan persaingan bisnis kedai kopi melalui berbagai macam teknik pemasaran.

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan. Menurut Laksana (2019:1) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktivitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Di zaman yang serba modern seperti sekarang ini, masyarakat Indonesia tidak asing lagi dengan *coffee shop*. *Coffee shop* sendiri sebetulnya sudah lama hadir di Indonesia, tetapi orang zaman dahulu lebih mengenalnya dengan nama warung kopi. Gaya hidup masyarakat urban di Indonesia, menghasilkan suatu tradisi yang baru. Pada zaman dahulu penikmat kopi datang dari golongan orang tua, namun saat ini penikmat serta pencinta kopi lebih didominasi oleh para remaja.

Saat ini lebih dari 10.000 *Coffee Shop* di Indonesia yang diprediksi masih akan terus tumbuh dan bertambah. Para pengusaha yang memiliki *Cafe* saling berlomba untuk menciptakan *Cafe* yang dapat dinikmati oleh konsumennya. Semakin banyak *coffee shop* maka akan semakin ketat persaingan yang ada diantara para pengusaha. Maka dari itu, guna menarik konsumen dengan pemasaran dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat.

Salah satu *coffee sho*p yang menjual berbagai macam produk kopi lokal Indonesia yang berada di wilayah kota Padang adalah Hall Coffee Roastery yang

terletak di daerah Padang tepatnya di Jalan Srigunting No.07, Air Tawar, Kec. Padang Utara, Kota Padang. *Coffe shop* ini bergerak dalam bidang kuliner yang memasarkan berbagai jenis kopi asli Indonesia atau biasa disebut dengan kopi lokal. Dimana mereka memiliki *brand* atau merek dagang sendiri yang menjadi ciri khas mereka. Hall Coffee Roastery menyediakan berbagai macam jenis kopi lokal yang disajikan secara menarik serta minuman lainnya yang tidak mengandung kopi lainnya sehingga konsumen yang menjadi penikmat kopi atau tidak tetap bisa datang dan menikmati produk dari Hall Coffee Roastery. Berikut adalah menu yang disediakan oleh Hall Coffee Roastery:

Gambar 4. Daftar Menu Minuman di Hall Coffee Roastery

Sumber : Hall Coffee Roastery

Pada umumnya jenis kopi yang menjadi favorit penikmat kopi adalah kopi Robusta dan Arabika dan Coffee Hall Roasty memanfaatkan hal tersebut dengan menyediakan kedua jenis kopi tersebut seperti pada gambar menu di Coffee Hall Roastery berikut:

Gambar 5. Daftar Kopi lokal yang digunakan di Coffee Hall Roastery

Sumber : Hall Coffee Roastery

Kopi local yang digunakan oleh Hall Coffee Roastery ada 2 yaitu:

1. Robusta kerinci

   Salah satu jenis kopi yang saat ini banyak diminati kawula muda adalah kopi robusta. Kopi jenis ini merupakan turunan dari spesies Coffea canephora. Kopi jenis ini tumbuh di dataran rendah, namun lokasi yang paling baik untuk membudidayakan tanaman ini pada ketinggian 400-800 mdpl.

2. Arabika pasaman

   kopi arabika, juga dikenal dengan kopi Arab, kopi semak arab adalah spesies genus coffee,diyakini sebagai spesies kopi pertama yang dibudidayakan ,harus ditanam di daerah pegununggan dengan ketinggian 1.000 – 2.000 mdpl.

Salah satu kopi *best seller* yang ada di Hall Coffee Roastery adalah kopi lokal Pasaman. Kabupaten Pasaman sendiri merupakan salah satu kabupaten di Sumatra Barat yang mana luas lahan tercatat 20.754 hektar dengan produksi sekitar 15.670 Ton/tahun. Dengan menggunakan kopi lokal Pasaman sebagai bahan utama

pembuatan kopi, maka secara tidak Coffee Hall Roasty sudah berperan aktif dalam meningkatkan produktivitas dan nilai jual kopi lokal yang ada di daerah Pasaman.

Selain berbagai macam menu yang ditawarkan oleh *Coffee Shop*, menjaga komunikasi juga sangat penting untuk menjaga keberlangsungan suatu usaha, hal ini yang coba dibangun oleh akun *Instagram* Hall Coffee Roastery dengan memberikan kehangatan dan keakraban kepada para *followers* atau para konsumen. Dengan adanya komunikasi tersebut dapat membangun sebuah loyalitas dari pelanggan sehingga pelanggan Hall Coffee Roastery sendiri tidak akan sungkan untuk memberikan kritik dan saran mereka secara langsung melalui *Instagram*. Jumlah *followers* mereka dari akun instagram (@HallCoffeeRoastery) sebanyak 1.059 *followers.*

Gambar 7. Akun Instagram Hall Coffee Roastery
Sumber : Situs Instagram Hall Coffee Roastery

Dengan adanya kritik dan saran tersebut lahir inovasi-inovasi yang selalu dilakukan oleh Hall Coffee Roastery untuk memuaskan hati para pelanggan. komunikasi dua arah yang aktif dibangun oleh karyawan dengan para konsumen menjadi tolak ukur bagaimana inovasi yang harus mereka lakukan untuk mendatangkan pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan setia sekaligus

sebagai sebuah wadah yang dapat digunakan untuk mengajak para *followers* berkomunikasi dan berdiskusi. Pesan yang ditinggalkan dalam kolom komentar oleh konsumen nantinya akan dijadikan sebagai sebuah jembatan atau media komunikasi dengan para *followers*.

Tabel 1. Jumlah Customer di Hall Coffee Roastery tahun 2021

N0	**Bulan**	**Jumlah *customer***
1.	Januari	438
2.	Februari	422
3.	Maret	385
4.	April	298
5.	Mei	394
6.	Juni	317
7.	Juli	347
8.	Agustus	408
9.	September	334
10.	Oktober	296
11.	November	379
12.	Desember	472
JUMLAH		**4.490**

Sumber : Hall Coffee Roastery (2022)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan *customer* di Hall Coffe Roastery pada tiap bulannya tidak lah stabil, kadang jumlah *customer* naik dan kadang turun. Biasanya jumlah *customer* akan meningkat pada saat libur seperti Natal dan tahun baru ataupun pada saat *valentine* dimana biasanya para pangan akan merayakan hari kasih sayang tersebut. Menurut Ridho Aldi Putra selaku *Founder* Hall Coffee Roastery, jumlah *customer* yang datang masih terbilang sedikit dan dibawah target yang diharapkan yaitu sekitar 400 lebih pengunjung disetiap bulannya. Oleh karena itu, pihak *coffee shop* haruslah mulai melakukan promosi secara giat dan promosi yang tepat guna mempertahankan *customer* lama dan menarik *customer* baru untuk berkunjung.

Apabila pihak pengelola Hall Coffee Roastery tidak melakukan perbaikan terhadap promosi yang dilakukan maka hal itu dapat menyebabkan semakin turunnya jumlah kunjungan *customer*. Permasalahan yang ada pada Hall Coffee Roastery perlu penanganan lebih lanjut agar meningkatkan jumlah kunjungan *customer*. Berdasarkan latar belakang di atas membuat peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang bagaimana promosi yang digunakan oleh Hall Coffee Roastery, dengan hal ini peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul "Promosi Produk Kopi Lokal di Hall Coffee Roastery".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Ketatnya persaingan *Coffee Shop* dalam menjual produk kopi lokal sebagai bahan utama
2. Frekuensi postingan akun Instagram Hall Coffee Roastery terbilang kurang untuk mendapatkan *feedback* dari *followers* dan *customer*
3. Kurangnya promosi yang tepat untuk proses pemasaran produk kopi lokal

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan oleh Peneliti diatas, maka Peneliti membatasi masalah sebagai berikut : Bagaimana kinerja Promosi Produk Kopi Lokal di Hall Coffee Roastery?

D. Rumusan masalah

Berdasarkan batasan masalah yang diatas, maka rumusan masalah pada Penelitian ini sebagai berikut : Bagaimana kinerja promosi kopi lokal di Hall Coffee Roastery ditinjau dari aspek pesan promosi, media promosi, dan waktu promosi?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum pada Penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja Promosi Produk Kopi Lokal di Hall Coffee Roastery.

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus pada Penelitian ini sebagai berikut :

a. Mendeskripsikan tentang kinerja Promosi Produk Kopi Lokal di Hall Coffee Roastery.

b. Menganalisis tentang kinerja Promosi Produk Kopi Lokal di Hall Coffee Roastery melalui.

F. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang diharapkan pada Penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Hall Coffee Roastery

   Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi serta masukan kepada pihak Hall Coffee Roastery tentang kinerja promosi produk kopi lokal.

2. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang

a. Sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menunjang ilmu pengetahuan di jurusan pariwisata Universitas Negeri Padang.
b. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah informasi yang bisa digunakan dalam perkuliahaan di jurusan pariwisata, prodi D4 manajemen perhotelan tentang promosi produk kopi lokal.

3. Bagi Penelitian selanjutnya

   Dapat menjadi sebuah referensi dan pedoman dalam melakukan Penelitian selanjutnya yang berhubungan kinerja Promosi Produk Kopi Lokal di Hall Coffee Roastery.

4. Bagi penulis
   a. Untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (SST).
   b. Menambah wawasan dan mendapatkan ilmu serta pengetahuan baru tentang hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.