



Pengembangan Strategi Pemasaran *Coffee Shop* Salapan Djati

Vetto Agung Prabowo¹, Vigar Patria², Santi Pertiwi Hari sandi³, Dwi Epty Hidayaty⁴

Universitas Buana Perjuangan

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Submit **10 July 2023**

Accepted **15 July 2023**

Published **20 July 2023**

Email Author:

mn21.vettoprabowo@mhs.ubpkarawang.ac.id

mn21.vigarpatria@mhs.ubpkarawang.ac.id

santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id

dwi.epty@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze and develop an effective marketing strategy system at the "Salapan Djati" coffee shop to increase competitiveness and business growth. Through a qualitative approach with the case study method, data were collected through in-depth interviews, direct observation, and analysis of documentation related to coffee marketing strategies. The results of the study show that "Salapan Djati" can improve the marketing strategy system through several main strategies: (1) developing innovative and quality coffee products, (2) appropriate market segmentation to target potential consumers, (3) utilization of social media and digital platforms in marketing campaigns, (4) improving the quality of customer service, and (5) cooperating with local suppliers to support sustainability and community aspects. The practical implication of this research is to provide guidance for coffee shop owners in designing and implementing an effective marketing strategy system to improve business performance.

Keywords: Marketing Strategy System, Coffee shop, Business growth, competitiveness.

ABSTRAK

Bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan sistem strategi pemasaran yang efektif pada coffee shop "Salapan Djati" guna meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumentasi terkait strategi pemasaran kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Salapan Djati" dapat meningkatkan sistem strategi pemasaran melalui beberapa strategi utama: (1) pengembangan produk kopi yang inovatif dan berkualitas, (2) segmentasi pasar yang tepat untuk menargetkan konsumen potensial, (3) pemanfaatan media sosial dan platform digital dalam kampanye pemasaran, (4) peningkatan kualitas layanan pelanggan, dan (5) kerjasama dengan pemasok lokal untuk mendukung aspek keberlanjutan dan komunitas. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah memberikan panduan bagi pemilik coffee shop dalam merancang dan mengimplementasikan sistem strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan kinerja bisnis.

Kata kunci : Sistem Strategi Pemasaran, Coffee shop, Pertumbuhan bisnis, daya saing

PENDAHULUAN

Salapan Djati Coffee & Kitchen atau di singkat Sadjati Coffee merupakan salah satu kedai kopi atau coffee shop di Karawang yang banyak dikunjungi para penikmat kopi khususnya anak muda sejak tahun 2019 di Dusun Tamelang Timur Desa Margasari Kecamatan Karawang Timur Karawang Jawa Barat. Sadjati adalah salah satu kedai kopi di Karawang yang mengusung konsep Kultur Alam dengan konsep menyatu dengan alam, Suasana begitu tenang nyaman dan tentram yang pasti sangat jauh dengan hiruk pikuk perkotaan. Salapan Djati Coffee & Kitchen ini menyajikan berbagai minuman kopi berkualitas dan makanan, Sadjati Coffee memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Selain itu, penggunaan biji kopi Arabika berkualitas yang diekstrak menjadi kopi kental bernama espresso menjadi bahan andalan dalam memodifikasi jenis-jenis minuman kopi seperti es kopi susu sadjati, supresso dan lain-lain, serta menu andalan untuk makanan yaitu sapi lada hitam dengan rasa yang sangat melekat aroma lada hitam yang meresap pada daging sapi (SA Fakhrunisa, 2019). Target pasar Sadjati Coffee merupakan kalangan muda hingga sanak keluarga yang ingin menikmati sedapnya sajian minuman kopi, tidak hanya kopi dan makanan untuk bersantai, mengerjakan tugas, berkumpul bersama keluarga, dan lainnya dengan tersedianya fasilitas tempat yang nyaman. Ada beberapa alasan juga mengapa anak muda sering nongkrong di coffee shop dengan suasana tempat yang nyaman, tempat bertemu nya dengan teman, tempat untuk menemukan inspirasi dan kreatifitas, dan aspek sosial, perlu diingat juga bahwa alasan anak muda nongkrong di coffee shop dapat bervariasi tergantung individu dan situasi. Perkembangan coffee shop juga juga tidak hanya menawarkan produk saja, Namun jasa pelayanan merupakan salah satu poin lebih oleh setiap coffee shop apabila memberikan pelayanan dengan baik kepada setiap konsumen (Prayogi, 2019). Bagi yang ingin melakukan pemesanan secara online dari rumah juga dapat dilakukan dengan memesan produk Sadjati Coffee melalui aplikasi seperti Gojek atau Grab dimana pesanan akan disiapkan dalam keadaan baik dan dapat diterima dengan baik juga oleh pelanggan, Bagaimana Salapan Djati Coffee & Kitchen ini yang sudah berdiri sejak 2019 hingga sekarang bisa begitu pesat dari segi pemasarannya walaupun di lihat dari tata letak dan tempatnya sangat jauh dari perkotaan? Hal itulah yang membuat kami tertarik untuk meneliti tentang PENGEMBANGAN SISTEM PEMASARAN PADA SALAPAN DJATI COFFEE & KITCHEN Salah satunya di Karawang Jawa Barat (Armstrong, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode evaluasi untuk mengevaluasi suatu program yang sedang berjalan atau dilaksanakan. Hasil penelitian ini akan digunakan untuk memperbaiki atau menyempurnakan program-program tersebut. Studi evaluatif adalah studi deskriptif yang mencoba untuk secara sistematis dan akurat mewakili fakta dan karakteristik sebenarnya dari populasi tertentu. Menurut Sukardi (2009:14), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan kegiatan penelitian. Penelitian deskriptif ini disebut juga penelitian pra eksperimen karena menyelidiki, mendeskripsikan dan mencoba menjelaskan serta memprediksi fenomena berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan (Salma, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini adalah Salapan djati coffee shop termasuk brand coffee yang mengusung konsep nature. Salapan djati coffee shop sendiri tidak hanya menyajikan kopi saja melainkan menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman non kopi. Dengan mengusung konsep natural alami ini sangat cocok dengan berbagai menu menu yang di sajikan.

Pemilik Salapan Djati Coffee Shop adalah Ryan Zahriel. Kali pertama, perusahaan tersebut membuka coffee shop pertamanya di Dusun Tamelang Timur Desa Margasari, Karawang Timur pada 19 Januari 2019 lalu.

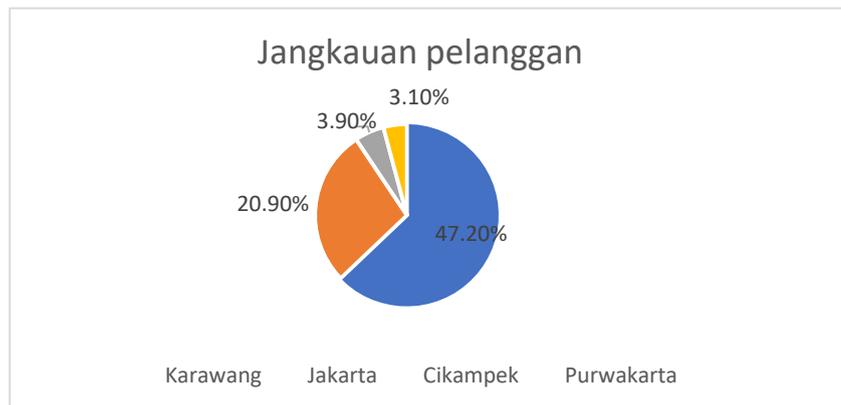
Meski begitu, perusahaan tersebut tidak hanya bergerak di bidang minuman saja, tetapi juga bergerak dibidang makanan (Pramudita Fadilla et al., n.d.)

Tabel 1. jangkauan rentang usia pelanggan

| | |
|-------------|-------|
| 18-24 tahun | 48% |
| 25-34 tahun | 40,1% |
| 35-44 tahun | 5,3% |
| 13-17 tahun | 4,2% |

Sumber: Salapan djati,2023

Gambar 1. Jangkauan pelanggan



Pengembangan strategi sistem pemasaran melibatkan perencanaan dan implementasi langkah-langkah untuk mempromosikan produk atau layanan suatu perusahaan kepada target pasar yang relevan. Strategi pemasaran yang efektif melibatkan pemahaman yang mendalam tentang pasar, analisis pesaing, segmentasi pasar, serta penggunaan alat dan teknik pemasaran yang tepat. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat dibahas dalam pengembangan strategi sistem pemasaran:

1. Analisis Pasar: Melakukan analisis pasar yang komprehensif untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen. Ini meliputi penelitian tentang tren pasar, segmentasi pasar, dan identifikasi pangsa pasar yang potensial.
2. Penentuan Sasaran dan Segmentasi Pasar: Menentukan target pasar yang spesifik dan mengidentifikasi segmen pasar yang paling sesuai dengan produk atau layanan yang

- ditawarkan. Hal ini membantu dalam mengarahkan upaya pemasaran dengan lebih efektif.
3. Posisi dan Diferensiasi Produk: Menentukan posisi yang unik dan diferensiasi produk atau layanan dalam pikiran konsumen. Ini melibatkan identifikasi keunggulan kompetitif dan nilai tambah yang membedakan produk dari pesaing.
 4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*): Mengembangkan strategi yang komprehensif untuk setiap elemen bauran pemasaran (product, price, place, promotion). Memastikan produk atau layanan yang tepat, penetapan harga yang sesuai, saluran distribusi yang efektif, dan promosi yang efektif untuk mencapai target pasar.
 5. Komunikasi Pemasaran: Merancang dan melaksanakan kegiatan promosi yang efektif, termasuk periklanan, penjualan personal, hubungan masyarakat, pemasaran digital, dan media sosial. Menggunakan saluran komunikasi yang tepat untuk mencapai target audiens dengan pesan yang sesuai
 6. Pengukuran dan Evaluasi: Memantau dan mengukur hasil pemasaran, seperti penjualan, kesadaran merek, loyalitas pelanggan, dan efektivitas kampanye pemasaran. Evaluasi strategi pemasaran secara berkala untuk mengidentifikasi keberhasilan dan perbaikan yang dapat dilakukan (Kotler, 2022).

Pembahasan tentang pengembangan strategi sistem pemasaran dapat melibatkan berbagai aspek yang terkait dengan pasar, pelanggan, produk, promosi, dan pengukuran. Penting untuk mencari sumber referensi yang relevan, seperti buku, jurnal akademik, dan publikasi industri, untuk memperdalam pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif (Kholida Qothrunnada, 2022). Pengembangan *Coffee Shop* menurut Metelka (1991) dalam Sugiartodan Sulartiningrum (1996) adalah suatu usaha yang bergerak dibidang makanan yang dikelola secara komersial yang menyediakan minuman atau makanan ringan bagi para tamu dalam suasana informal tanpa mengikuti aturan standar layanan (Yolanda & Dwiridhotjahjono, 2021). *Coffee shop* merupakan industri retail yang saat ini berkembang pesat, *coffee shop* tidak hanya sebatas menawarkan produk saja, namun jasa pelayanan merupakan salah satu poin lebih oleh setiap *coffee shop* apabila memberikan pelayanan dengan baik kepada setiap konsumen (Pertiwi Hari Sandi, 2023)

SIMPULAN

Identifikasi target pasar yang jelas: Penting untuk mengidentifikasi siapa target pasar utamacoffee shop Anda. Apakah Anda ingin menargetkan mahasiswa, profesional muda, atau masyarakat umum? Dengan mengetahui siapa target pasar Anda, Anda dapat mengarahkan upaya pemasaran Anda secara efektif dan menyampaikan pesan yang sesuai. Fokus pada pengalaman pelanggan: *Coffee shop* seringkali menciptakan atmosfer yang nyaman dan ramah, serta menawarkan minuman berkualitas tinggi. Penting untuk fokus pada pengalaman pelanggan Anda. Pastikan kualitas kopi yang konsisten, staf yang ramah dan terlatih, serta

lingkungan yang nyaman dan menarik. Selain itu, pertimbangkan untuk menawarkan layanan tambahan seperti Wi-Fi gratis, ruang bekerja, atau acara khusus untuk meningkatkan daya tarik bagi pelanggan (Ikhsan Naashir & Pertiwi Hari Sandi, 2023).

BIBLIOGRAFI

- Armstrong, G. & K. P. (2021). *Principle Of Marketing*.
- Ikhsan Naashir, M., & Pertiwi Hari Sandi, S. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Upaya Pemasaran Produk Secara Digital Untuk Pelaku Umkm Di Desa Kertaraharja. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3438–3443.
- Kholida Qothrunnada. (2022, April 1). *Pengertian Strategi Pemasaran: Tujuan, Fungsi, Elemen, dan Contohnya* Baca artikel detikfinance, "Pengertian Strategi Pemasaran: Tujuan, Fungsi, Elemen, dan Contohnya. DetikFinance .
- Kotler, P. & K. K. L. (2022). *Marketing Management*.
- Pertiwi Hari Sandi, S. (2023). Perubahan Kemasan Untuk Upaya Peningkatan Penjualan Kripik Pisang Didesa Kertaraharja. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3448–3451.
- Pramudita Fadilla, S., Ratu Khalida, L., & Pertiwi Hari Sandi, S. (n.d.). Identifikasi Segmenting, Targeting, Positioning (Stp) Dalam Upaya Melejitkan Umkm Desa Sampalan Kabupaten Karawang. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*.
- Prayogi, B. (2019). Pelayanan. *Repository.Unimar-Amni.Ac.Id*.
- SA Fakhrunisa. (2019). Pengertian Coffe Shop. *Unpas.Ac.Id*.
- Salma. (2022, February 23). *Penelitian Deskriptif: Pengertian*. Duniadosen.Com.
- Yolanda, F., & Dwiridhotjahjono, J. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna Hdf Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 231–239.

Copyright holder:

Vetto Agung Prabowo, Vigar Patria, Santi Pertiwi Hari sandi,
Dwi Epty Hidayaty (2023)

First publication right:

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik