

RINGKASAN

WELIN OKTAPIANI. Strategi Pemasaran Kedai Kopi (studi kasus) Kedai Kopi Semenanjung di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. Selaku Pembimbing I. Ema Pusvita S.P., M.Si dan Pembimbing II. Putri Ayu Ogari, S.P.,M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran kedai kopi semenanjung di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder yang bersumber dari BPS kabupaten Ogan Komering Ulu serta sebaran Kuisisioner. Hasil penelitian ini, Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu memiliki banyak UMKM salah satunya adalah Kedai Kopi Semenanjung.

Dari sisi Bauran Pemasaran 7P : Kedai kopi semenanjung dikenal dengan pelayanan maksimal. Menu-menu yang disajikan pada kedai kopi semenanjung harganya relatif terjangkau, tujuannya agar produk kedai semenanjung bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Tidak hanya harga yang terjangkau, menu-menu yang ditawarkan pun bervariasi makanan hingga minumannya. Strategi pelayanan yang diterapkan oleh kedai kopi semenanjung yaitu pelanggan yang datang melakukan pemesanan di kasir dengan membayar dahulu pesanan makanan. Dengan melakukan strategi membayar dahulu sebelum menerima pesanan, kedai kopi semenanjung berharap strategi ini dapat diterima oleh

pelanggan. Namun pada situasi tertentu terlebih ketika sedang ramai pengunjung, mengharuskan konsumen yang akan membeli harus mengantri.

Strategi Matrik SWOT dengan hasil :

- a : S-O : menambah menu spesial di setiap harinya, mengadakan event atau potongan harga agar penjualan di kedai kopi semenanjung meningkat, mempertahankan hasil produk kedai kopi semenanjung.
- b: strategi W-O : memperluas ruangan dan menambah fasilitas seperti tempat duduk, menambah tenaga kerja, mengikuti sosialisasi yang bertujuan untuk menambah pengetahuan agar jaringan distribusi luas, menambah alat seperti drip coffee maker yang mampu melayani pengunjung agar mereka tidak menunggu lama.
- c : strategi S-T : memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan menambah produk yang menarik agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis dan mampu memenuhi protokol kesehatan.
- d: strategi W-T : membuat konsep ruangan yang menarik dan nyaman untuk pengunjung. perusahaan sejenis dan mampu memenuhi protocol kesehatan.
- e: strategi W-T : membuat konsep ruangan yang menarik dan nyaman untuk pengunjung.