

# Bauran Pemasaran Pada Kafe Photo Coffe

**Ratih Hendra Ningsih<sup>1</sup>, Lutfi Rahman Fadilah<sup>2</sup>**

Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Sukabumi  
Jalan Babakan Sirna 25 Kota Sukabumi Jawa Barat  
ratihhendraningsih@polteksmi.ac.id

---

---

## Abstrak

Dunia pemasaran merupakan dunia yang bersifat dinamis dan memiliki jangkauan yang sangat luas, Pemasaran lebih dipandang sebagai seni dari pada ilmu. Pemasaran juga merupakan faktor yang sangat penting dalam usaha yang dijalankan. Jika kita melihat peluang bisnis yang ada pada tahun-tahun ini memang masih dapat dikatakan peluang usaha yang masih sangat terbuka lebar, Banyak jenis peluang usaha yang terbuka dan bisa dikembangkan menjadi suatu peluang usaha yang menjanjikan, salah satunya yaitu bisnis di bidang makanan dan minuman yang mempunyai kecenderungan perkembangan yang meningkat cukup pesat, baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk. 1) Untuk mengetahui seberapa mana bauran pemasaran yang telah dilakukan Kafe photo coffee. 2) Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh Kafe photo coffee. 3) Untuk mencari solusi atas kendala yang dihadapi oleh Kafe photo coffee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

**Kata kunci:** Kafe photo coffee Kota Sukabumi, Bauran Pemasaran 4P

## Abstract

*The world of marketing is a dynamic world and has a very wide reach. Marketing is seen as an art rather than a science. Marketing is also a very important factor in running a business. If we look at the business opportunities that exist in these years, it can still be said that business opportunities are still very wide open. Many types of business opportunities are open and can be developed into a promising business opportunity, one of which is a business in the food and beverage sector. has a tendency of development that is increasing quite rapidly, both in terms of quantity and quality. This study aims to. 1) To find out how much of the marketing mix has been done by Kafe photo coffee. 2) To find out what obstacles are faced by Kafe photo coffee. 3) To find solutions to the problems faced by Kafe photo coffee. This study uses a quantitative method with a descriptive approach.*

**Keywords:** Kafe photo coffee Kota Sukabumi, 4P Marketing Mix

---

---

## I. PENDAHULUAN

Dunia pemasaran merupakan dunia yang bersifat dinamis dan memiliki jangkauan yang sangat luas. Pemasaran lebih dipandang sebagai seni dari pada ilmu. Pemasaran juga merupakan faktor yang sangat penting dalam usaha yang dijalankan. Jika kita melihat peluang bisnis yang ada pada tahun-tahun ini memang masih dapat dikatakan peluang usaha yang masih sangat terbuka lebar. Mungkin ada sebagian dari pelaku usaha yang ingin memanfaatkan peluang ini.

kegiatan usaha yang menguntungkan berdasarkan atas peluang yang besar, jika usaha tidak mempunyai peluang besar, dengan sendirinya

usaha atau bisnis tersebut akan menjadi sia-sia.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Sofjan Assauri (2018:198) menyatakan bahwa bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.

Menurut Sofjan Assauri (2018:200) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan, atau

dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau sebuah pikiran. Adapun faktor-faktor yang terkandung dalam suatu produk adalah mutu/kualitas, penampilan (*features*), pilihan yang ada (*options*), gaya (*styles*), merek (*brand names*), pengemasan (*packaging*), ukuran (*sizes*), jenis (*product lines*), macam (*product items*), jaminan (*warranties*) dan pelayanan (*services*).

Menurut Sofjan Assauri (2018:233) menyatakan bahwa penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ketangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat.

Menurut Sofjan Assauri (2018:2) menyatakan bahwa apabila masyarakat berbicara mengenai pemasaran, umumnya yang dimaksudkan adalah permintaan atau pembelian dan harga.

### III. METODE PENELITIAN

Metode yang penulis gunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berupaya memberikan gambaran kata-kata dan angka atau profil persoalan atau garis besar tahapan-tahapan guna menjawab pertanyaan, siapa, kapan, dimana dan bagaimana untuk tujuan dan kegunaan tertentu.

1. Observasi  
Metode ini dilakukan dengan cara melihat dan mengamati secara langsung kegiatan yang dilakukan oleh Kafe photocoffee.
2. Wawancara  
Merupakan Teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung kepada yang mengelola Kafe photo coffee dengan dasar penelitian.
3. Studi Pustaka  
Merupakan Teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku atau referensi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

### IV HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1.1 Produk (*Product*)

Kafe photo coffee menjual produk berupa minuman dan makan yang beragam jenis, sehingga pelanggan dapat mempunyai banyak pilihan untuk memilih sesuai dengan selera, menu yang disusun berdasarkan varian dan kategorinya. Untuk menu unggulan minuman pada Kafe Photo Coffe Sukabumi yaitu *Greentea Frappe*, *Hot Coffe Latte*, *Ice Sweet Tea*, *esspreso* dan *Ice*

*Lemon Tea*. Adapun menu unggulan makanan pada Kafe photo coffee Sukabumi yaitu Sop Buntut Bakar, Tahu Cabai Garam, Cireng Bumbu Rujak, Nasi Goreng Tomyam, dan Nasi Goreng Kampung.

1. Merek (*Brand*)  
Kafe photo coffee memberikan sebuah merek dengan merek Kafe Photo coffee Sukabumi, hal ini untuk menarik perhatian pembeli. Adapun dalam artian pemberian merek "Kafe Photo Coffee" yaitu sesuai dengan lokasi kafe photo coffee yang terletak di Kawasan perumahan kota baru parahiyan yang menyajikan view menajubkan membuat para pengunjung menjadikan kafe ini salah satu list mereka untuk dikunjungi.
2. Kemasan (*packing*)  
Kemasan yang digunakan Kafe photo coffee untuk makan ditempat (*dine in*) berupa piring dan gelas berbahan dasar kaca dan untuk dibawa pulang (*take away*) menggunakan kemasan berupa plastik dan *box* berbahan dasar plastik dan kertas. Berikut adalah kemasan yang digunakan oleh Kafe Photo Coffee.

Gambar 1 Kemasan Kotak Plastik

- a. Kemasan Kotak Plastik



Gambar 2 Kemasan Mika

- b. Kemasan Mika *box* bento



Gambar 3 Puper

- a. Kemasan *Puper Cup*



2021.

Gambar 4.4 Aqua Plastik  
a. Kemasan Gelas Plastik



Sumber: Kafe Photo Coffe Kota Sukabumi

### 3. Pelayanan (*Service*)

Pelayanan dilakukan secara langsung kepada konsumen yang datang. Pelayan kafe menyambut konsumen yang datang dan mempersilahkan duduk di kursi dan meja yang sudah disiapkan. Pelayanan yang diberikan juga tidak terlepas dari keramahtamahan yang diberikan oleh pelayan terhadap konsumen.

#### 4.1.2 Harga (*Price*)

Harga yang di berikan oleh Kafe photo coffee merupakan harga yang terlihat sedikit mahal dan produk Kafe photo coffee masih standar kafe pada umumnya. Ada pun menu harga makanan dan minuman yang diberikan tersebut mengacu pada daftar harga

Strategi penetapan harga yang dilakukan oleh kafe photo coffee Sukabumi ada 3 cara diantaranya yaitu:

1. Cara penetapan harga Kafe photo coffee penetapan harga dengan orientasi biaya Kafe photo coffee menetapkan harga berdasarkan biaya dikeluarkan untuk modal produk, gaji karyawan, pajak dan biaya pengeluaran lainnya.
2. Potongan Harga (*discount*) Potongan harga yang di berikan Kafe photo coffee Sukabumi berlaku untuk konsumen yang sedang ulang tahun, metting, dan hari-hari besar.
3. Cara menentukan harga Kafe photo coffee cara menentukan harga untuk makanan mulai dari Rp.17.000,- sampai dengan Rp.80.000,- dan harga untuk minuman mulai dari Rp.10.000,- sampai dengan Rp.37.000,- harga ini ditambah dengan Tax & service 15%.

Dari produk yang dijual kafe photocoffee Sukabumi, berikut adalah tabel hasil rekapitulasi data penjualan periode januari s.d desember

**Tabel 1**  
Menu Minuman Unggulan Pada Kafe photo coffee Kota Sukabumi Tahun 2021

No	Bulan	Minuman				
		Greentea frappe	Hot Coffe Latte	Coffe Esspreso	Ice Sweet Tea	Lemon Tea
1	Januari	250	178	152	176	175
2	Februari	170	182	164	178	183
3	Maret	166	146	112	167	148
4	April	108	100	107	254	158
5	Mei	95	158	97	137	112
6	Juni	107	130	124	166	134
7	Juli	110	74	103	144	145
8	Agustus	126	85	114	151	152
9	September	132	93	123	164	150
10	Oktober	120	101	127	161	155
11	November	165	130	148	187	162
12	Desember	250	157	161	282	202
<b>Jumlah Pcs</b>		<b>1799</b>	<b>1534</b>	<b>1532</b>	<b>2167</b>	<b>1876</b>

Sumber: Kafe photo coffee Kota Sukabumi

**Tabel 2**  
Menu Unggulan Makanan Kafe photo coffee Kota Sukabumi Tahun 2021

No	Bulan	Makanan				
		Sop Buntut Bakar	Tahu Cabai Garam	Cireng Bumbu Rujak	Nasi Goreng Tomyam	Nasi Goreng Kampung
1	Januari	28	175	133	47	56
2	Februari	30	143	104	31	34
3	Maret	21	106	54	40	15
4	April	14	114	65	35	18
5	Mei	16	122	60	25	24
6	Juni	32	150	76	34	37
7	Juli	30	104	81	39	60
8	Agustus	35	110	104	31	33
9	September	60	87	39	9	5
10	Oktober	26	96	41	35	23
11	November	27	50	48	24	14
12	Desember	38	114	119	17	20
<b>Jumlah Perpersi</b>		<b>357</b>	<b>1371</b>	<b>924</b>	<b>367</b>	<b>339</b>

Sumber: Kafe photo coffee Kota Sukabumi

Dapat dilihat di atas data penjualan Kafe photo coffee menyatakan bahwa penjualan yang dilakukan Kafe photo coffee perbulannya bermacam-macam, kafe photo coffee pada tahun 2021 penjualan tidak stabil karena adanya dampak Covid-19 dan penerapan PPKM, dapat kita lihat tabel di atas setiap bulannya target penjualan tidak selalu sama, pada awal bulan penurunan penjualan dialami pada bulan Mei, Oktober, April, Juli, Juni, September, November, Agustus, dan Maret sedangkan bulan Januari, Februari, dan Desember penjualan mengalami kenaikan.

#### 4.1.3 Tempat (*Place*)/Distribusi

Kafe photo coffee sukabumi berlokasi di Jl. Syamsudin. SH No.39, Cikole, Kecamatan Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43113. Lokasi kafe ini sangat strategis karena berada dilingkungan kota sukabumi dan mudah mendapatkan akses transportasi, selain itu lokasi kafe bersebrangan dengan Kampus UMMI sehingga dapat menarik target pasar mahasiswa.

Saluran distribusi yang digunakan kafe photo coffee sukabumi yaitu saluran distribusi langsung. Saluran distribusi langsung adalah penyaluran dari produsen ke konsumen. Terjadi proses distribusi langsung diawali dengan perusahaan menawarkan produknya kepada konsumen melalui media sosial (*Instagram* dan *whattaspps*) atau konsumen datang langsung ke kafe untuk memesan produk.

#### 4.1.4 Promosi (*Promotion*)

1. Penjualan Personal (*Personal Selling*) Promosi penjualan pribadi ini dengan memberikan informasi produk langsung cara mulut ke mulut secara *offline*, hal ini biasa dilakukan oleh masyarakat yang berada disekitar kafe yang sudah sangat mengenal produk Kafe Photo Coffee. Cara ini sudah terbukti cepat menarik konsumen untuk membeli.
2. Publisitas (*Publicity*) Publisitas yang dilakukan oleh Kafe Photo Coffee Kota Sukabumi Sebagai media komunikasi untuk menyampaikan sebuah *event* promo yang sedang berlangsung pada khalayak ramai pada suatu waktu, dengan mempromosikan dan memperkenalkan lewat media *social* Kafe Photo Coffee yaitu melalui *Instagram* dan *Whatapp*.

#### Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Kafe photo coffee

1. Produk, Harga dan Tempat (*Product, Price dan Place*) Kafe photo coffee Sukabumi melakukan

potongan harga (*Discount*) 15% pada produk makanan dan minuman, promosi ini berlaku pada saat konsumen ulang tahun, *event*, *metting* dan peringatan hari-hari besar dengan syarat makan ditempat.

2. Produk dan Harga (*Product dan Price*) Dengan melakukan pembelian di atas 1 juta Kafe photo coffee memberikan potongan discount sebesar 15%. **Kendala-kendala Bauran Pemasaran yang dihadapi Kafe photo coffee** Bauran Pemasaran Kafe photo coffee Kota Sukabumi memiliki kendala dalam melakukan pemasarannya. Adapun kendala Kafe photo coffee Sukabumi adalah sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)  
Kendala produk yang dialami Kafe Photo Coffe yaitu tidak mempunyai ciri khas pada makanan dan minuman banyak menu yang sama dengan kafe-kafe lainnya.
2. Harga (*Price*)  
Kendala yang dihadapi Kafe photo coffee yaitu harga terlalu mahal sehingga tidak mampu bersaing dengan kafe-kafe yang lain.
3. Tempat (*Place*)  
Kendala tempat yang dihadapi Kafe photo coffee yaitu bangunan lama, dikarenakan statusnya sewa sehingga pemilik kafe tidak bisa merenovasi bangunan. papan nama terlalu kecil sehingga terhalang oleh pepohonan yang ada, kurangnya penerangan cahaya lampu pada ruangan. Masih menggunakan meja dan kursi belum standar kafe pada umumnya.
4. Promosi (*Promotion*)  
Kendala dalam promosi yang dihadapi Kafe Photo Coffee yaitu belum adanya inovasi untuk mengiklankan produk melalui aplikasi yang sedang tren sekarang seperti tik-tok.

## V KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai bauran pemasaran yang dilakukan pada Kafe Photo Coffee Kota Sukabumi, penulis menyimpulkan sebagai berikut:

Pelaksanaan Bauran Pemasaran pada Kafe Photo Coffee Kota Sukabumi sudah cukup baik akan tetapi masih terdapat kendala, Bauran Pemasaran yang dilakukan Kafe Photo Coffee Kota Sukabumi terdiri dari 4P, yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*) dan Promosi (*Promotion*). Kafe Photo Coffee menjual Produk minuman dengan varian rasa, serta berbagai macam makanan. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp.10.000,- sampai

dengan Rp.80.000,-. Kafe Photo Coffee berlokasi di Jl. Syamsudin. SH No.39, Cikole, Kecamatan Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43113. Promosi yang digunakan oleh Kafe Photo Coffee yaitu dengan cara mulut ke mulut yang berada disekitar kafe lalu menawarkan produk yang ada didalam menu. Selain itu itu Kafe Photo Coffee Kota Sukabumimempromosikan produknya melalui 2 sosial media diantaranya yaitu *Whatapss* dan *Instagram*. Sementara itu, Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan Kafe Photo Coffee Kota Sukabumi yaitu:

*Product*, *Price* dan *Place*. Kafe Photo Coffee Kota Sukabumi melakukan potongan harga (*Discount*) 15% pada produk makanan dan minuman, promosi ini berlaku pada saat konsumen ulang tahun, *event*, *metting* dan peringatan hari-hari besar dengan syarat makan ditempat. *Product* dan *Price*. Dengan melakukan pembelian di atas 1 juta Kafe Photo Coffe memberikan potongan discount sebesar 10%.

1. Kendala dalam produk Kafe Photo Coffee yaitu jenis makanan dan minuman banyak yang sama dengan kafe lain dan tidak memiliki ciri khas sendiri sedangkan kendala pada harga Kafe Photo Coffee yaitu harga terlalu mahal sehingga tidak mampu bersaing dengan kafe-kafe lainnya dan kurangnya promosi di sosial media.
2. Solusi dalam kendala produk Kafe Photo Coffee membuat inovasi baru terhadap makanan dan minuman yang beda dengan kafe-kafe lainnya sehingga konsumen tertarik dengan menu yang ada di Kafe Photo Coffee. Solusi dalam harga Kafe Photo Coffee yaitu kafe harus bisa mempertimbangkan harga produk makanan dan minuman sehingga bisa bersaing dengan kafe-kafe lain dan seharusnya setiap hari update tentang harga minuman dan makanan di media sosial untuk menarik konsumen datang ke Kafe Photo Coffee.

## REFERENSI

- [1] Abd.Rohman, "Dasar-Dasar Manajemen Publik" Malang, Empatdua Kelompok Instrans Publishing WismaKalimetro, 2018.
- [2] Eka Hardayani, dkk "Manajemen Pemasaran, Dasar dan Konsep" Bandung, Media Sains Indonesia, 2021.
- [3] Farida Yulianti, Lamsah dan Periyadi, "Manajemen Pemasaran," Yogyakarta Cv Budi Utama, 2019.
- [4] Harman Malau, "Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global," Bandung, Alfabeta, 2017.
- [5] Heri Sudarsono, "Manajemen Pemasaran" Jawa Timur, Cv Pustaka Abadi, 2020.
- [6] Musnaini, dkk "Manajemen Pemasaran" Nagari Kota Baru, Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- [7] Juli Ismanto "Manajemen Pemasaran" Pamulang – Tangerang Selatan, Unpam Press, 2020
- [8] Musnaini, dkk "Manajemen Pemasaran" Nagari Kota Baru, Insan Cendekia 11Mandiri, 2021.
- [9] Sofjan Assauri, "Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi," Jakarta: Pt Grafindo Persada, 2018.
- [10] Suhardi "Pengantar Manajemen dan Aplikasinya" Yogyakarta, Gava Media, 2018.
- [11] Sudaryono "Pengantar Manajemen, Teori dan Kasus," Yogyakarta, CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2017.