

ANALISA STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI INDUSTRI CAFE PADA CAFE RUSA JANTAN DI KOTA CIREBON

Amanda Agustella¹, Nanda Silfia², Nurul Najma³
amandastella16@gmail.com¹, nandasilfia473@gmail.com², nurulnajma27@gmail.com³
Universitas Swadaya Gunung Jati

ABSTRAK

Penelitian tentang Strategi Pemasaran Yang Efektif Untuk Meningkatkan Penjualan yang diungkap melalui penelitian kualitatif tampaknya penting dilakukan mengingat metode kualitatif mampu mengungkap secara detail informasi penting terkait Strategi Pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi pemasaran yang dilakukan pada pelaku usaha Cafe Rusa Jantan di Kota Cirebon untuk meningkatkan daya saing Cafe Rusa Jantan terhadap cafe-cafe lain yang menjadi pesaingnya. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Narasumber pada penelitian ini adalah 6 Customer, 3 karyawan dan 1 owner Cafe Rusa Jantan di Kota Cirebon, dan data dikumpulkan menggunakan interview. Hasil penelitian Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Rusa Jantan yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Cafe Rusa Jantan cukup efektif dalam mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan. Cafe Rusa Jantan terus mengembangkan strategi pemasarannya agar usaha Cafe Rusa Jantan tetap berkembang dan mampu bersaing dengan pesaing Cafe lainnya.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Meningkatkan penjualan, Industri cafe.

ABSTRACT

Research on Effective Marketing Strategies to Increase Sales revealed through qualitative research seems important considering that qualitative methods are able to reveal in detail important information related to Marketing Strategy. This research aims to analyze the marketing strategies carried out by the Deer Male Cafe business actors in Cirebon City to increase the competitiveness of the Deer Male Cafe against other cafes that are its competitors. Data collection methods in this research used interviews, observation and documentation methods. The resource persons in this research were 6 customers, 3 employees and 1 owner of the Rusa Jantan Cafe in Cirebon City, and data was collected using interviews. The results of research on Marketing Strategies to Increase Competitiveness at the Deer Male Cafe are that the marketing strategy carried out by the Deer Male Cafe is quite effective in promoting products and increasing sales. Cafe Rusa Jantan continues to develop its marketing strategy so that Cafe Rusa Jantan's business continues to grow and is able to compete with other cafe competitors.

Keywords: Marketing strategy, increasing sales, cafe industry.

PENDAHULUAN

Meningkatnya persaingan antara perusahaan besar dan kecil menuntut setiap perusahaan untuk senantiasa mempertahankan dan meningkatkan berbagai strategi pemasaran yang diterapkannya agar perusahaan dapat mengembangkan usahanya dan beradaptasi dengan lingkungan bisnis eksternal yang perlu berkembang. Pemasaran merupakan suatu ilmu ekonomi yang telah berkembang sejak lama dan hingga saat ini mempunyai pengaruh yang besar terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam bertahan

di pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat yang pada akhirnya menentukan keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya.

Seiring berjalannya waktu, jumlah pengusaha di bidang kopi dan cafe terus bertambah, saat ini terdapat cafe yang tersebar di berbagai daerah, termasuk di Kota Cirebon. Jumlah cafe di Kota Cirebon terus bertambah dan persaingan semakin ketat karena konsumen kopi memiliki beragam rasa dan pilihan untuk memuaskan keinginannya. Selain itu, konsumen kopi mempunyai selera yang berbeda-beda dan cara yang berbeda-beda dalam memuaskan keinginannya menikmati kopi. Tak heran jika banyak cafe di Kota Cirebon yang penjualannya fluktuatif bahkan tutup karena masyarakat tidak kompetitif. Budaya kopi KJ di Indonesia sedang booming akhir-akhir ini. Kopi sendiri merupakan salah satu jenis minuman siap pakai yang sudah dikenal sejak zaman dahulu. Kopi yang dulunya merupakan minuman wajib bagi para lansia, kini kopi juga menjadi minuman favorit anak muda. Saat ini banyak sekali cafe yang menu utamanya adalah tempat bertemunya anak muda.

Cafe Rusa Jantan adalah salah satu cafe berkonsep Malaysia di Kota Cirebon (Jl. Kedondong Gg. Durian No. 11 A Langensari Baru Kesambi) yang didirikan oleh tiga orang yang masing-masing memiliki bidang keahlian tertentu yang akan membantu mereka dalam membangun bisnis cafe bermanfaat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, Cafe Rusa Jantan dibuka pada tahun 2023. Cafe Rusa Jantan menyajikan beragam minuman, antara lain kopi dan minuman non-kopi, serta suplemen nutrisi. Meski banyak terdapat cafe di Kota Cirebon, Rusa Jantan Cafe memiliki konsep yang unik dibandingkan cafe lainnya. Cafe ini didesain dengan tema “rumah nyaman dan hangat”, menciptakan suasana berbeda dan menarik bagi pengunjung. Cafe ini menciptakan suasana mengingatkan pada hangatnya rumah nenek, dengan dekorasi dan furnitur di setiap sudutnya untuk menjamin pengalaman bersantai yang hangat, nyaman dan berkesan. Konsep ini mencerminkan kehangatan, keramahan dan keakraban, memperkenalkan konsep masakan fusion yang nyaman. Ketatnya persaingan dalam industri cafe mendorong setiap cafe untuk menerapkan strategi yang efektif untuk mempertahankan bisnisnya dan mencegah pelanggan berpindah ke cafe lain. Ketika terdapat persaingan yang kuat, kemungkinan pelanggan mencari pengalaman di bar lain meningkat secara signifikan.

METODOLOGI

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan wawancara semi terstruktur dalam menangkap informasi tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh Cafe Rusa Jantan di Kota Cirebon. Metode kualitatif ini diambil dengan pertimbangan karena kebutuhan untuk mendapatkan wawasan mendalam terkait strategi pemasaran yang diterapkan, dan berdasarkan pertimbangan relevansi pada tahun 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang pertama tentang bagaimana Cafe Rusa Jantan ini menganalisa strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan di Industri cafe, bagian Temuan ini fokus pada cara meningkatkan penjualan yang lebih khusus lagi, bagian ini akan menyajikan hasil dari penelitian.

Pada bagian berikutnya, studi ini akan mengeksplorasi pertanyaan mendasar seputar penelitian tentang asal muasal terbentuknya cafe tersebut kedua tentang persepsi harga yang dianggap relatif murah, faktor relasi owner dan suasana rumahan sebagai daya tarik

lokasi, lalu transisi dari bundling harga ke inovasi menu dan kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan popularitas, serta varian menu yang menciptakan keunikan dan keunggulan. Pada bagian ini, penelitian ini akan menggali inovasi, keunikan dan daya tarik tersendiri dari pandangan owner maupun customer.

Strategi Pemasaran

Semua responden menyatakan bahwa mereka perlu melakukan analisa terhadap strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan di Industri cafe caranya antara lain dengan promosi melalui media sosial, berkolaborasi dengan influencer/selebgram, mencari inovasi, melayani dan memperbaiki kritik dari customer. Menurut Responden 1, analisa strategi pemasaran di cafe tersebut dilakukan dengan cara memperhatikan persepsi harga yang dianggap relatif murah, relasi dan daya tarik dari lokasi, lalu kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan popularitas, serta memperhatikan varian menu yang menciptakan keunikan dan keunggulan. (Sandi, Owner).

Pandangan Responden 1 ini dikuatkan oleh Responden 2 yang mengatakan bahwa analisa terhadap strategi pemasaran di cafe tempat dia bekerja itu sangat memperhatikan persepsi harga, varian menu, serta memperhatikan senyum, sapa, salam terhadap customer, daya tarik dari bangunan serta relasi dari sang owner. (Tasya, Karyawan).

Pandangan dari responden 2 ini dikuatkan oleh Responden 3. Responden 3 mengatakan bahwa pelayanan di Cafe Rusa Jantan sangatlah ramah, makanan yang enak dengan harga yang relatif murah dan tempatnya yang nyaman memberikan rasa seperti berada di rumah nenek. Demikian halnya dengan Responden 3 yang menjelaskan dampak pelaksanaan analisis terhadap strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan di Industri cafe itu sangatlah perlu. (Dinda Maharani, Konsumen).

DISKUSI

Studi ini berupaya untuk mengeksplorasi aspek dari startegi pemasaran dan meningkatkan penjualan pada perusahaan sektor usaha cafe dengan mengeksplorasi hasil wawancara kepada 10 responden. Penelitian ini lebih lanjut membahas strategi pemasaran dalam mempengaruhi peningkatan penjualan perusahaan.

Berdasarkan temuan dari riset ini, strategi pemasaran di perusahaan ini mencakup meningkatkan penjualan Kesemua langkah ini dilaksanakan secara bertahap oleh perusahaan. Temuan tentang strategi pemasaran ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang mendiskusikan praktek startegi pemasaran di perusahaan sektor cafe.

Selanjutnya, strategi pemasaran di perusahaan sektor cafe ini dianggap memiliki pengaruh pada peningkatan penjualan perusahaan. Beberapa aspek dalam strategi pemasaran, seperti peningkatan penjualan, diidentifikasi sebagai faktor kunci yang mendukung pencapaian target penjualan di sektor cafe. Temuan tentang dampak strategi pemasaran ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh peneliti lain yang membahas pengaruh strategi pada peningkatan penjualan dalam konteks perusahaan sektor cafe. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa strategi pemasaran yang efektif dapat memberikan kontribusi positif terhadap daya saing perusahaan, menguatkan posisinya di pasar.

Strategi Pemasaran

Kajian ini bermanfaat bagi para manajer dan pimpinan perusahaan dalam mencapai peningkatan penjualan. Meskipun kemungkinan langkah strategi pemasaran berbeda-beda antar perusahaan, temuan ini memiliki relevansi signifikan dengan peningkatan penjualan. Strategi pemasaran selanjutnya dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan dapat fokus pada personalisasi layanan untuk mendukung pengalaman pelanggan yang lebih positif. Sehingga, dengan mengadaptasi strategi pemasaran yang lebih terfokus pada kebutuhan individual pelanggan, perusahaan dapat memperkuat ikatan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan pada gilirannya, memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan penjualan jangka panjang.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian ini dilakukan di satu perusahaan. Sehingga, generalisasi temuan harus dilakukan dengan hati-hati, karena karakteristik unik perusahaan tersebut mungkin tidak mencerminkan keseluruhan industri. Selanjutnya, penelitian ini hanya mengumpulkan data dari 10 orang responden, sehingga tidak bisa dilakukan generalisasi yang luas. Penelitian selanjutnya mungkin perlu melibatkan lebih dari 1 perusahaan dan mengambil sampel yang lebih besar dari responden untuk memastikan representativitas hasil yang lebih baik

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Cafe Rusa Jantan berhasil meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran inovatif yang mencakup bundling pada fase pembukaan untuk memperkenalkan ragam menu kepada pelanggan, memanfaatkan beberapa platform media sosial, dan menjalin kerjasama dengan influencer. Keberhasilan implementasi strategi ini dinilai memberikan dampak positif yang signifikan, memungkinkan cafe tersebut dapat bersaing secara efektif dengan cafe-cafe lain di sekitarnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan strategi pemasaran yang terfokus seperti bundling, promosi sosial media, dan kolaborasi dengan influencer, secara efektif meningkatkan daya tarik dan visibilitas Cafe Rusa Jantan. Penerapan strategi ini bukan hanya memperkuat citra merek cafe, tetapi juga membuktikan keefektifannya dalam menghadapi persaingan di industri cafe. Penelitian ini memberikan pemahaman yang berharga bagi bisnis sejenis yang ingin meningkatkan penjualan dan posisi mereka di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofjian, (2015) Manajemen Pemasaran. Jakarta, Rajawali Pers
Rahmawati. (2016) Manajemen Pemasaran. MulawarmanSamarinda. University Press.
Kotler & Keller, (2016), Manajemen Pemasaran, Jakarta. Penerbit : Prenhallindo.
Aarker, David. (2013) Manajemen Pemasaran Strategis. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat
Tjiptono (2015), Pemasaran Strategi, Yogyakarta. Penerbit Andi
Djasalim S. (2017) Manajemen Pemasaran. Jakarta, Rajawali Pers
Assauri Sofian, (2018) Manajemen Pemasaran, Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada