

STRATEGI PEMASARAN BLUMM COFFEE MELALUI KONSEP JAVANESE CULTURE

ABSTRAK

Oleh :
Siska Puspita Sari

Dosen Pembimbing :
Dr. Nuri Purwanto, S.ST., MM

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan strategi pemasaran Blumm Coffee untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Model penelitian ini menggunakan desain sederhana dengan trigulasi teori. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengemukakan Strategi pemasaran Blumm Coffee berdasarkan sasaran pemasaran dapat dilakukan dengan cara menentukan segmentasi dengan menyoar masyarakat sekitar wilayah perak, sasaran mulai dari anak smp sampai dengan orang dewasa, sasaran menengah ke bawah, menentukan targeting dengan cara menentukan target komunitas dan pecinta kopi, melakukan positioning yaitu dengan memposisikan citra menu yang beragam dan citra tempat bertema jawa. Strategi pemasaran Blumm Coffee berdasarkan Keunggulan produk dan Harga dapat dilakukan dengan cara menentukan menu yang bervariasi, terus memperbaiki kualitas produk, memperbaiki rasa dengan survey konsumen, memberikan rekomendasi lain, penentuan harga mengikuti harga pasar, memiliki harga terjangkau, menghitung hpp dalam menentukan harga jual, dan sistem pembayaran tunai dan nontunai. Strategi pemasaran Blumm Coffee berdasarkan Keunggulan tempat dan fasilitas dapat dilakukan dengan cara menentukan lokasi strategis, dapat menjadi rest area, berada di jalur lintas provinsi, dekat dengan SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) dan kantor pelayanan masyarakat, fasilitas yang memadai, menawarkan konsep tempat bertema jawa, tempat luas, dan melakukan perawatan berkala. Strategi pemasaran Blumm Coffee berdasarkan strategi promosi dapat dilakukan dengan cara Promosi Melalui *Open Kitchen*, menciptakan Experience Market, meningkatkan kualitas pelayananan, mengadakan event dan menjual produk sesuai target market, menyediakan Promo, promo bundling, promosi paket hemat, semua karyawan bertanggung jawab atas promosi, malakukan promosi media sosial, dan direct marketing.

Kata kunci: Strategi pemasaran, STP, Bauran pemasaran, Coffee shop