

## IMPLEMENTASI BAURAN PROMOSI DALAM USAHA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE BELIKOPI KEDIRI

Hasrul Putapang<sup>1</sup>, Samari<sup>2</sup>, Poniran Yudho Leksono<sup>3</sup>

<sup>1),2),3)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur  
[hasrulputapang@gmail.com](mailto:hasrulputapang@gmail.com)

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 05/07/2023

Tanggal Revisi : 13/07/2023

Tanggal Diterima : 17/07/2023

### Abstract

*This study aims to determine the implementation of the promotion mix in an effort to increase sales at Cafe Belikopi Kediri, and planning a promotion mix strategy that can increase sales at Cafe Belikopi Kediri. Data obtained from business owners (owners), employees, and consumers. The research method used is a qualitative method. The results of research on Belikopi cafe business owners are required to pay more attention to the promotion mix that is implemented and more or add promotions that have not been implemented in order to increase sales, because competitors will also carry out large-scale promotions if they lose to their own competitors and product strategies. promotions that have been implemented at the Belikopi cafe should be maintained and if possible increased again so that sales of food or drinks at the Belikopi cafe continue to increase with the times. So the implementation of the promotion mix that is applied to the Belikopi Kediri cafe can increase product sales and at the Belikopi Kediri cafe has a promotional mix strategy planning, namely internal and external, with internal promotions the leadership utilizes employees in promotions through their Whatsapp story application and external promotions through social media by sharing promos to attract consumers to buy the product*

**Keywords : Implementation, Promotion Mix, Sales**

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi bauran promosi dalam usaha meningkatkan penjualan pada Cafe Belikopi Kediri, dan perencanaan strategi bauran promosi yang dapat meningkatkan penjualan pada Cafe Belikopi Kediri. Data diperoleh dari pemilik usaha (owner), karyawan, dan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitian pemilik usaha cafe Belikopi diharuskan untuk lebih memperhatikan bauran promosi yang diterapkan dan lebih banyak atau menambahkan promosi-promosi yang belum diterapkan agar bisa meningkatkan penjualan, dikarenakan para pesaing juga akan melakukan promosi besar-besaran kalau mereka kalah dengan pesaing mereka sendiri dan strategi buaran promosi yang sudah diterapkan di cafe Belikopi agar dipertahankan dan kalau bisa ditingkatkan lagi agar penjualan makanan atau minuman di cafe Belikopi terus meningkat seiringnya perkembangan zaman. Jadi implementasi bauran promosi yang diterapkan pada cafe Belikopi Kediri dapat meningkatkan penjualan produk dan pada cafe Belikopi Kediri memiliki perencanaan strategi bauran promosi yaitu internal dan eksternal, dengan promosi internal pimpinan memanfaatkan karyawan dalam promosi melalui aplikasi Whatsapp story mereka dan promosi eksternal melalui media sosial dengan share promo-promo agar menarik konsumen untuk membeli produk tersebut

**Kata Kunci: Implementasi, Bauran Promosi, Penjualan**

## PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu usaha cafe di Indonesia sangat diminati oleh berbagai kalangan anak muda maupun orang tua. Karena melihat banyaknya masyarakat yang gemar meminum kopi dari berbagai jenis kopi. Perkembangan usaha cafe yang mulai sangat pesat dan banyak peminat memunculkan usaha-usaha cafe yang menyajikan berbagai macam menu minuman kopi mulai dingin maupun panas. Berbicara tentang dunia usaha cafe, tentu semua tidak akan pernah lepas dari proses promosi. [1] salah satu cara yang sering digunakan produsen dalam bidang pemasaran untuk meningkatkan hasil dari produksi yang maksimal yaitu melalui promosi, karena melalui promosi merupakan salah satu tahap yang sangat penting untuk dilakukan agar para konsumen mengetahui tentang apa dan bagaimana manfaat sebuah produksi tersebut diciptakan dan sebagai sarana untuk mencari perhatian dari kosumen, menciptakan dan menumbuhkan rasa tertarik pada konsumen dan dilanjutkan pada rasa ingin tahu konsumen pada suatu barang.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah memasuki era kompetisi. Sejalan dengan hal tersebut, upaya yang dapat dilakukan yakni dengan melakukan kegiatan promosi yang meliputi, *advertising, sales promotion, personal selling, public relation, direct marketing* agar calon konsumen dapat lebih mengenal,

memahami produk apa yang akan ditawarkan. Di dalam bauran promosi terdapat 5 strategi untuk memasarkan suatu produk. Bauran promosi terdiri dari Iklan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Penjualan Personal (*Personal Selling*), Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), dan Media Interaktif (*Interactive Media*). (Sandy et al., 2018)

[2] "Promosi (*Promotion*) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi". [3] "strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan". Dari teori para ahli tersebut, maka para pengusaha atau pelaku bisnis akan menggunakan berbagai cara promosi untuk menarik konsumen.

Bisnis cafe merupakan bisnis yang banyak ditekuni oleh masyarakat saat ini, karena bisnis dibidang ini cukup banyak menjanjikan keuntungan, ditambah lagi sudah banyak diantara mereka yang memang mencapai kesuksesan lewat bisnis cafe tersebut. Seperti halnya pada Café Belikopi yang berada di Bandar Lor Kediri, zaman yang serba digital sangat memudahkan semua pengguna untuk mengakses semua melalui ponsel. Café Belikopi sangat mengandalkan penggunaan media sosial dalam rangka menunjang penjualan, serta bekerja sama dengan beberapa platform, antara lain Grab, Gojek, dan Shopee untuk memudahkan semua pengguna yang membutuhkan jasa dalam hal memenuhi keinginan. Usaha Café Belikopi tersebut setiap harinya sangat ramai dan tidak pernah sepi dikunjungi oleh para konsumen dan juga ojek-ojek *online*. Terlebih lagi jika dilihat sangat banyak usaha cafe di kota Kediri yang mungkin menyajikan makanan dan minuman yang serupa, terlebih lagi tempat dari Café Belikopi yang cukup strategis karena berada di daerah ramai usaha-usaha kuliner anak muda.

Maka, salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran adalah promosi. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Berdasarkan pendahuluan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Café Belikopi ini guna untuk mengetahui bagaimana bauran promosi yang dilakukan oleh usaha kuliner tersebut dalam upaya meningkatkan volume penjualannya yang tiap tahunnya selalu bertambah, dengan mengambil judul "Implementasi Bauran Promosi Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Belikopi Kediri".

## METODE

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dan tujuan penelitian, maka metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif, bersifat pendekatan deskriptif kualitatif, merupakan metode jenis jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Menurut [4] Penelitian kualitatif juga mempunyai dua tujuan utama yaitu, untuk menggambarkan dan mengungkap (*to describe and explor*) dan menggambarkan serta menjelaskan (*to describe and to explain*). Oleh karena itu, penelitian lapangan ini mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan, mengungkapkan, menjelaskan bauran promosi yang dilakukan oleh Cafe Belikopi dalam meningkatkan penjualan. [5] perumusan interpretasi yang bersifat individual untuk sampai pada rumusan yang bersifat umum atau dengan kata lain interpretasi umum yang berlaku untuk semua objek penelitian dirumuskan dengan dasar kejadian, peristiwa, kasus, dan kondisi peristiwa satu persatu objek penelitian.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan Studi kepustakaan merupakan pengumpulan data atau informasi yang menyangkut masalah yang akan diteliti dengan mempelajari dan menelaah buku, jurnal, karya ilmiah dan bentuk-bentuk tulisan lainnya yang ada relevansinya dengan masalah yang akan diteliti seperti dokumen-dokumen kependudukan.

Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data yang lebih lengkap dari penelitian di Cafe Belikopi Bandar Lor. Hal ini penulis lakukan karena informasi yang akan penulis peroleh bukan berasal dari orang saja, melainkan dari data-data yang berbentuk dokumen.

Dalam menggunakan metode dokumen peneliti [6] membuat instrumen dokumentasi yang akan didokumentasikan dengan check list di tempat yang sesuai.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik pengumpulan data atau informasi lapangan dari lokasi penelitian dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. analisis dilakukan bertujuan untuk

menemukan makna setiap data yang berhubungan dengan satu dan yang lainnya dan memberi tafsiran yang dapat diterima akal sehat dalam konteks masalahnya secara keseluruhan. Untuk itu data yang telah dikumpulkan dipilih-pilih dan dikelompokkan sesuai dengan rincian masalahnya masing-masing, kemudian data tersebut dihubungkan dengan satu dan yang lainnya dengan menggunakan proses deduktif induktif.

Metode [7] dilakukan dengan membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Triangulasi metode ini dilakukan dengan menggunakan cara wawancara kemudian dilanjutkan dengan observasi untuk memperoleh informasi yang sama. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif [8].

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Nama Perusahaan : Belikopi  
Alamat : Jl. KH Wachid Hasyim No.151, Bandar Lor, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur.  
Owner : Fariz Julinar Maurisal S.E.  
Jenis Usaha : Café  
Jenis Produk : *Food and baverage*

Visi dan Misi, Belikopi Brand Lokal Kebanggaan Nasional dan Misi Perusahaan Belikopi Menyajikan produk yang berkualitas dengan konsisten, Memberikan layanan terbaik untuk semua kalangan konsumen, Membuka cabang-cabang baru diseluruh indonesia.

Latar Belakang berdirinya Café Belikopi Pasang surut di dunia pengusaha membuat pemilik perusahaan Belikopi harus berfikir dan membuat langkah baru untuk penyegaran bisnisnya , kemudian muncullah sebuah ide gagasan yang sudah tersusun menjadi plan bisnis yang dijalankan hingga saat ini yaitu Belikopi.

Berawal hanya dari 1 toko yang tempatnya di Lamongan hingga sekarang hampir 100 toko (Ig: @Belikopi baru kamu). Produk yang menjadi unggulan di Belikopi yaitu Ropang (roti panggang). Dengan mengusung harga murah tapi pelayanan dan product berkualitas tinggi Belikopi mampu bertahan di era *covid19* hingga sekarang. di banding jajarannya produk belikopi sendiri termasuk kedalam harga rendah , dengan cup minuman yang bisa di bawa kemana mana , sesuai konsep perusahaan ini yakni mengutamakan take away. Wilayah pemasaran Belikopi pun semakin meluas, hal ini didukung oleh bergabungnya CEO sebagai Manajer suatu club sepakbola , ini menambah daya tau masyarakat yang semula mungkin belum pernah mendengar Belikopi menjadi tau. Peningkatan kualitas produk dan peningkatan permintaan konsumen yang semakin tinggi. Membuat pangsa pasar Belikopi semakin diterima oleh masyarakat dan melebarkan sayapnya, selain itu Belikopi juga senantiasa menjalin serta mengembangkan hubungan antar distributor karena kebutuhan produk dalam jumlah banyak sangat meningkat hari demi hari. Dari hasil wawancara manager, karyawan, dan *customer*.

### Implementasi bauran promosi dapat meningkatkan penjualan pada Cafe Belikopi Kediri

Peneliti mewancarai seorang Manager Area Kediri yang bernama Ibu Yuli. Mengenai pendapat beliau tentang implementasi bauran promosi yang dapat meningkatkan penjualan produk di Cafe Belikopi Kediri, dengan hasil wawancara sebagai berikut.

Peneliti : Apakah anda mengetahui dan menjalankan bauran promosi di dalam bisnis cafe belikopi kediri ?  
Informan : Jadi sebagai pebisnis pastinya kita selalu melaksanakan/melakukan promosi untuk cafe kita, karna di belikopi menjual aneka makanan dan minuman, jadi memang diharuskan melakukan promosi kalau gak promosi gimana orang bisa tau nih, kalau kita punya produk unggulan dan kalau kita punya produk yang bagus.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa bauran promosi sangat penting dalam malakukan/menjalankan suatu bisnis untuk meningkatkan penjualan produk.

Peneliti : Apa saja media bauran promosi yang anda gunakan saat ini di cafe belikopi kediri ?

Informan : Untuk di belikopi sendiri bukan hanya di kediri aja sih diseluruh belikopi kita melakukan promosi ada 2 faktor yaitu internal dan eksternal. Internal itu maksudnya kita wajibkan untuk semua staff

untuk melakukan promosi lewat (WA), kita ada video-video atau foto-foto banding yang bisa lakukan lewat (WA) story. Eksternal maksudnya promosi di media sosial di IG, biasanya kita melakukan giveaway atau masih banyak lagi, semua promosi unggulan kita lakukan di IG karna memang dilihat dari perkembangan zaman di kediri sendiri banyak masyarakat sudah menggunakan IG jadi kita memanfaatkan lewat situ.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa bauran promosi yang digunakan di belikopi menggunakan faktor internal yaitu karyawan dan faktor eksternal yaitu media sosial.

Peneliti : Kenapa anda menggunakan media bauran promosi seperti itu ?  
Informan : Karena melihat banyaknya antusias masyarakat menggunakan IG, karna kalau kita pakai sebentar saja itu antusias masyarakat itu berbondong-bondong mencari gitu, jadi lagi hype memang IG, maka kita putuskan untuk kesitu dulu, kalau kita pemebukaan baru store kita melakukan promosi di IG lokal seperti kedirikuliner, kita minta bantuan promosi dari IG lokal gitu sih.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa media promosi yang sering dipakai adalah IG dikarenakan semua masyarakat luas mempunyai handphone

### **Perencanaan strategi bauran promosi yang dapat meningkatkan penjualan pada Cafe Belikopi Kediri**

Peneliti juga bertanya pada Ibu Yuli tentang perencanaan strategi bauran promosi yang ditetapkan di Cafe Belikopi Kediri agar konsumen bisa menikmati promosi dan penjualan produk meningkat, dengan hasil wawancara sebagai berikut :

Peneliti : Bagaimana cara anda menentukan strategi bauran promosi di cafe belikopi kediri ?  
Informan : Untuk menentukan yang pertama kita lihat dulu lokasi ya, lihat lokasi tempat yang kita akan melakukan promosikan, misal di kediri ini masyarakatnya antusiasnya dimana, ternyata setelah dilihat gitu antusiasnya warga di kediri ini ada di IG tapi balik lagi tergantung daerah masing-masing jadi kalau kurang antusias di IG kita biasanya bagi-bagi brosur ke masyarakat.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi bauran promosi yang digunakan adalah pertama dengan observasi lokasi bisnis dengan melihat antusias masyarakat sekitar.

Peneliti : Siapa target dan sasaran bauran promosi cafe belikopi kediri ?  
Informan : Kita targetkan pada para wanita ya, karena racikan kopi di belikopi sesuai/cocok untuk wanita dan anak-anak muda gitu, karna wanita senang jajan dan produk di belikopi yang bisa dibuat jajan jadi kita targetkan anak muda dan wanita dengan harga yang terjangkau untuk anak sekolah juga.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa target di belikopi adalah wanita dan anak muda yang suka melakukan pembelian makanan ringan dengan harga yang terjangkau.

Peneliti : Dengan adanya bauran promosi yang sudah ditetapkan, apakah akan meningkatkan signifikan penjualan produk cafe belikopi kediri ?  
Informan : Kalau peningkatan signifikan gitu, kalau ada promo-promo, jadi biasanya kita share promos itu H-2 minggu atau H-seminggu sebelumnya membuat antusias masyarakat menjadi "Waah" dan penjualan jadi "Boom" gitu lo. Kalau menggunakan IG memang cocok dilakukan di belikopi.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya promosi yang disebarakan kepada masyarakat luas akan meningkatkan penjualan produk belikopi.

Peneliti : Bagaimana cara anda mempertahankan tingkatan penjualan saat ini ?  
Informan : Banyak sekali pertanyaan seperti itu ke saya, pastinya sangat

krusial sekali ya, sekarang banyak sekali band-brand lain yang sama dengan kita tapi saya dikasih arahan olah atasan saya bahwasanya mempertahankan brand kita itu mudah sekali, kenapa ? karena visi misi kita sudah jelas jadi tinggal bauran kita aja yang seperti apa, pertama yang kita lakukan yaitu mempertahankan mutu pelayanan karena produk itu bisa ditemukan ditempat lainnya tapi pelayanan yang baik tidak ditemukan ditempat lain, kita unggul di pelayanan setelah itu kita menjaga kualitas produk, menurut saya penting karena kembali lagi pesaing-pesaing kita itu gencar dalam persaingan harga dan lainnya tapi dengan harga yang murah hanya di belikopi maka dari itu pelayanan konsumen dan kualitas produk sangat penting untuk mempertahankan semua ini.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa cara mempertahankan penjualan yang baik yaitu memberikan pelayanan yang baik dan menjaga kualitas produk tetap baik.

#### **Pendapat karyawan serta konsumen tentang strategi bauran promosi yang ditetapkan oleh Cafe Belikopi Kediri**

Peneliti mewancarai salah satu karyawan di Cafe Belikopi Kediri yang sudah lama bekerja selama lebih dari 1 tahun yang bernama Tendi, dengan hasil wawancara sebagai berikut :

- Peneliti : Apakah anda mengetahui tentang bauran promosi ?  
Informan : Setau saya bauran promosi itu merupakan penjualan pemasaran total yang terdiri dari iklan sama penjualan pribadi

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa karyawan mengetahui bauran promosi sebagai alat promosi berupa iklan dan penjualan secara langsung.

- Peneliti : Sebagai karyawan, apakah anda merasakan bahwa perusahaan telah menerapkan bauran promosi di cafe belikopi kediri ?  
Informan : Iya benar, saya sebagai karyawan di belikopi adanya penerapan promosi lewat media sosial penawaran secara langsung dan diskon lainnya, medianya seperti IG, Gojek, Grab, dan Shopee.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa media promosi yang sering digunakan adalah IG, Gojek, Grab, dan Shopee.

- Peneliti : Apa saja bauran promosi yang sudah diterapkan di cafe belikopi kediri ?  
Informan : Yang pasti kita menerapkan personal selling itu dan iklan media sosial (IG) dan promo-promo lewat Gojek, Grab, dan Shopee.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa belikopi sendiri memiliki berbagai macam cara melakukan promosi.

- Peneliti : Apakah penjualan meningkat setelah adanya bauran promosi ?  
Informan : Iya benar, penjualan meningkat setelah adanya bauran promosi secara langsung ataupun menggunakan media sosial

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa bauran promosi dapat meningkatkan tingkat penjualan produk lebih dibandingkan tidak menggunakan promosi.

Peneliti juga mewancarai seorang konsumen yang kebetulan sedang menikmati pesannya bernama Dwi yang sering memesan produk di Cafe Belikopi Kediri yang sudah seperti pelanggan tetap. Dengan hasil wawancara sebagai berikut :

- Peneliti : Apa saja promosi yang anda dapatkan saat membeli produk di cafe belikopi kediri ?  
Informan : Biasanya kalau saya beli itu langsung dapat potongan harga seribu sih, biasanya juga kalau malas kelua beli lewat online diskonnya lumayan sih, tapi lupa berapanya potongannya, lewat online itu enak buat yang males keluar aja, tapi beli langsung malah dapat potongan seribu.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas setelah membeli produk di belikopi dengan potongan harga yang ditawarkan.

- Peneliti : Apakah anda sering melihat bauran promosi cafe belikopi kediri ?

Informan : Sering sih, biasanya di IG di Gojek sering lihat atau enggak di Shopee waktu scroll-scroll kadang lihat juga, menurutku peluang besar juga sih kalau mau ditambahi seperti di Tiktok gitu kan sekarang marak dan anak-anak kecil sampai dewasa, soalnya jarang banget lewat di Tiktok, tapi kalau di Gojek dan Shoppe sering.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa bauran promosi yang dilakukan belikopi mampu menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.

Peneliti : Apakah anda akan membeli produk dengan bauran promosi yang diberikan di cafe belikopi kediri ?

Informan : Tentunya dong, karena penawaran dan berbagai diskon dan tentunya rasanya seimbang sih.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki minat beli yang tinggi terhadap produk belikopi.

### Pembahasan

### Implementasi Bauran Promosi Dapat Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Belikopi Kediri

**Tabel 1. Implentasi Bauran Promosi**

Pertanyaan	Jawaban
Apakah anda mengetahui dan menjalankan bauran promosi di dalam bisnis cafe belikopi kediri ?	Jadi sebagai pebisnis pastinya kita selalu melaksanakan/melakukan promosi untuk cafe kita, karna di belikopi menjual aneka makanan dan minuman, jadi memang diharuskan melakukan promosi kalau gak promosi gimana orang bisa tau nih, kalau kita punya produk unggulan dan kalau kita punya produk yang bagus.
Apa saja media bauran promosi yang anda gunakan saat ini di cafe belikopi kediri ?	Untuk di belikopi sendiri bukan hanya dikediri aja sih diseluruh belikopi kita melakukan promosi ada 2 faktor yaitu internal dan eksternal. Internal itu maksudnya kita wajibkan untuk semua staff untuk melakukan promosi lewat (WA), kita ada video-video atau foto-foto banding yang bisa lakukan lewat (WA) story. Ekternal maksudnya promosi di media sosial di IG, biasanya kita melakukan giftaway atau masih banyak lagi, semua promosi unggulan kita lakukan di IG karna memang dilihat dari perkembangan zaman di kediri sendiri banyak masyarakat sudah menggunakan IG jadi kita memnfaatkan lewat situ.
Kenapa anda menggunakan media bauran promosi seperti itu ?	Karena melihat banyaknya antusias masyarakat menggunakan IG, karna kalau kita pakai sebentar saja itu antusias masyarakat itu berbondong-bondong mencari gitu, jadi lagi hype memang IG, maka kita putuskan untuk kesitu dulu, kalau kita pemebukaan baru store kita melakukan promosi di IG lokal seperti kedirikuliner, kita minta bantuan promosi dari IG lokal gitu sih.

Bauran promosi [9] sebagai perpaduan spesifik alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan *value* ke customer secara persuasif dan membangun *customer relationship*. [10] "Penjualan adalah suatu sistem kegiatan pokok perusahaan untuk memperjual-belikan barang dan jasa yang perusahaan hasilkan".

Maka dari beberapa teori dan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha cafe Belikopi diharuskan untuk lebih memperhatikan bauran promosi yang diterapkan dan lebih banyak atau menambahkan promosi-promosi yang belum diterapkan agar bisa meningkatkan penjualan, dikarenakan para pesaing juga akan melakukan promosi besar-besaran kalau mereka kalah dengan pesaing mereka sendiri.

**Perencanaan Strategi Bauran Promosi Yang Dapat Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Belikopi Kediri**

**Tabel 2. Strategi Bauran Promosi**

Pertanyaan	Jawaban
Bagaimana cara anda menentukan strategi bauran promosi di cafe belikopi kediri ?	Untuk menentukan yang pertama kita lihat dulu lokasi ya, lihat lokasi tempat yang kita akan melakukan promosikan, misal di kediri ini masyarakatnya antusiasnya dimana, ternyata setelah dilihat gitu antusiasnya warga dikediri ini ada di IG tapi balik lagi tergantung daerah masing-masing jadi kalau kurang antusias di IG kita biasanya bagi-bagi brosur ke masyarakat.
Siapa target dan sasaran bauran promosi cafe belikopi kediri ?	Kita targetkan pada para wanita ya, karena racikan kopi di belikopi sesuai/cocok untuk wanita dan anak-anak muda gitu, karna wanita senang jajan dan produk di belikopi yang bisa dibuat jajan jadi kita targetkan anak muda dan wanita dengan harga yang terjangkau untuk anak sekolah juga.
Dengan adanya bauran promosi yang sudah ditetapkan, apakah akan meningkatkan signifikan penjualan produk cafe belikopi kediri ?	Kalau peningkatan signifikan gitu, kalau ada promo-promo, jadi biasanya kita share promos itu H-2 minggu atau H-seminggu sebelumnya membuat antusias masyarakat menjadi "Waah" dan penjualan jadi "Boom" gitu lo. Kalau menggunakan IG memang cocok dilakukan di belikopi.

Media yang terpilih untuk menyampaikan pesan merek merupakan bauran media. Menentukan bauran media merupakan suatu tantangan utama bagi perencana media untuk membuat sebuah keputusan yang harus menjawab dua pertanyaan mendasar, (1) media apa yang akan digunakan, (2) berapa banyak masing-masing media akan digunakan. Kebanyakan perencanaan media mengusulkan menggunakan media dengan komunikasi one-way (satu arah) dan media dua arah two-way (media dua arah) seperti internet. Namun kebanyakan perencanaan media lebih mengutamakan media satu arah karena media dua arah lebih berguna pada tahapan lebih lanjut dalam proses keputusan pembelian yang berarti jumlah konsumen yang lebih sedikit.

Maka dari beberapa teori dan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi buaran promosi yang sudah diterapkan di cafe Belikopi agar dipertahankan dan kalau bisa ditingkatkan lagi agar penjualan makanan atau minuman di cafe Belikopi terus meningkat seiringnya perkembangan zaman.

**KESIMPULAN**

Implementasi bauran promosi yang diterapkan pada cafe Belikopi Kediri menggunakan 2 faktor yaitu internal dan eksternal, internal yaitu karyawan toko diharuskan untuk mempromosikan produk-produk yang ada

di Cafe Belikopi Kediri, lalu eksternal yaitu menggunakan sosial media seperti platform IG, Tiktok, dan WA, dikarenakan mayoritas masyarakat saat ini sudah menggunakan sosial media tersebut, maka pemilik Cafe Belikopi Kediri harus lebih mempertahankan dan meningkatkan bauran promosi agar penjualan produk meningkatkan.

Pada Cafe Belikopi Kediri memiliki perencanaan strategi bauran promosi yaitu segmentasi pasar, target pasar, dan positioning produk, untuk segmentasi pasar pemilik melakukan mengamati lokasi terlebih dahulu sebelum membuka usaha tentang kebutuhan masyarakat disekitarnya, untuk targetnya pasarnya Cafe Belikopi Kediri menargetkan anak-anak muda dan wanita dikarenakan harga yang terjangkau dan sebagian wanita bersifat konsumtif, lalu terakhir positioning produk dengan cara memberikan promosi besar-besaran agar para masyarakat tahu bahwa di sekitar area tersebut terdapat Cafe Belikopi Kediri yang mempunyai produk yang berkualitas.

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Kurniawan, R., Samari and Ratnanto, S. (2022) 'Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis Komparasi Model Single Moving Avarage & Exponential Smoothing Untuk Peramalan Penjualan AMDK NUCless Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis', 7(1), pp. 84–92.
- [2] Merchandising, P. *et al.* (2017) 'Poniran Yudho L, S.E., S.PSI. M.M Suhardi, S.E, M.Pd.', pp. 0–9.
- [3] Jaiz, S.Sos., MPd, M. (2018). Dasar-dasar sebuah Periklanan. In *Ilmu Komunikasi*.
- [4] Sandy, F., Arifin, Z., & Yaningwati, F. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*], 9(2).
- [5] Kotler & Armstrong. (2017). *Philip Kotler Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1. intro (PDFDrive.com)* ,.pdf (hal. 1–27).
- [6] Fitriana, O., & Utami, N. (2017). Buku ajar strategi promosi penjualan. *Book*.
- [7] Sugiyono. (2017). Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D). In *Bandung: Alfabeta*.
- [8] Yulianto, C. G., Rahmadani, A., Hadi, V. I., Kencana, C. P., Hadi, O. N. S., & Diniah, M. R. P. D. (2021). Filsafat Ilmu: Jenis-Jenis Penalaran Dan Implikasinya Pada Riset. *ResearchGate, April*.
- [9] Hasan, M. (2018). Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah. In *Pena Salsabila*.
- [10] Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal Of Scientific Communication (JSC)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- [11] Moleong, L. J. (2019). Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*.
- [12] Sujarweni, V. W. (2017). Metode Pengembangan Sistem Akuntansi dan Seluk Beluknya. In *Sistem Akuntansi*.