BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambar Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

GAMBAR 1.2

Logo Cafe Roempi

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017.

Berdirinya cafe roempi pada tanggal 26 September 2015 dengan awal mula pendiri yang memiliki ide ngopi sambil ngerumpi yang bernama pak yayan dan bersama owner lain nya membuat ide mebuka cafe dengan nama yang Terdengar sederhana namun sangat mudah diingat. Cafe Roempi Berlokasi di Jln. Anggrek No. 27 Bandung. Cafe tersebut dirancang sebagai rumahnya pengunjung untuk menikmati kopi. di cafe ini tidak hanya sekedar menyediakan kopi tetapi hingga makanan berat sekalipun.

Makna logo pada gambar 1.2 : lambang Cafe Roempi adalah lambang rosetta yang memang gambar dalam seni latte art yang menjadi favorite dan menjadi lambang awal kejayaan *coffee* shop di Indonesia maka dari itu kita menggunakan lambang tersebut dengan harapan Cafe Roempi bisa menjadi bisnis Cafe pertama Owner menjadi awal kesuksesan mereka masuk dunia kulinermaka dari itu kita menggunakan lambang tersebut dengan harapan Cafe Roempi bisa menjadi bisnis Cafe pertama Owner menjadi awal kesuksesan mereka masuk dunia kuliner.

Cafe Roempi berusaha memanfaatkan area terbuka untuk beberapa tempat makannya. Ada tiga venue pada kafe ini dengan masing-masing konsep yang berbeda. Pada bagian *outdoor* yang berada di area tamannya dekorasi yang digunakan lebih keperpaduan warna putih dan orange. Kedua warna ini menjadi simbol keceriaan untuk bersenang-senang bersama orang-orang terdekat. Pada malam hari, area ini akan semakin semarak dengan indahnya lampu-lampu taman. Sedangkan untuk area *indoor* menggunakan konsep tersusun dengan kayu-kayu yang tak beraturan.

Cafe Roempi menggunakan perpaduan kopi lokal dan luar. Untuk kopi lokalnya, ada yang berasal dari Jawa, Sumatera, Kalimantan, Bali, Garut, Pengalengan, dan juga Gayo. Kopi yang paling lama digunakan adalah kopi Gayo. Selain kopi lokal, Cafe Roempi juga pernah menggunakan kopi-kopi impor yang berasal dari *Columbia, Etiophia*. Salah satu menu yang tergolong *recommended* "*Platter* Kompak Raramean". Dengan menu ini kita bisa menikmati beragam rasa. Mulai dari Dori, Calamary, Wedges, jamur crispy, chicken popcorn, tahu garing, dan french fries. Untuk cara pengolahannya hanya digoreng tepung dan dinikmati dengan saus sambal ataupun mayonaise.

Interior dari Cafe Roempi mengikuti jaman supaya dapat mengikuti trend dan dapat menarik perhatian konsumen datang ke Cafe Roempi seperti pada gambar 1.1.

GAMBAR 1.1

Cafe Roempi Bandung

*Sumbe*r: Data Internal Perusahaan, 2017

1.1.2 Jenis-jenis Produk Cafe Roempi

Adapun beberapa produk yang ditawarkan oleh Cafe Roempi dapat sebagai berikut:

TABEL 1.1

Daftar Menu Cafe Roempi

No.	Makanan	Minuman
1.	Nasi Campur Bandung Daratan	Ice Cappucino
2.	Nasi Kambing Tarik	Flatwhite
3.	Ricebowl Beef Teriyaki	Affogato
4.	Nasi Campur Bandung Lautan	Ice Mochacino
5.	Spicy Chicken Matah	Fresh Sunkist Juice
6.	Cumi Cabe Garam	Green Healthy
7.	Cumi Asin – asin	Fushion Berries
8.	Nasi Ayam Cobek Ijo	Air Jeruk Kampungan
9.	Sop Buntut Legendaris	Manggo Smoothie ala Roempi
10.	Chicken Cordon Bleu	Roempi Dtella
11.	Hot Tori Kara	Sirsak Fushion
12.	Spicy Beef Matah	Cafe Late
13.	Oyaku Katsu Matsuri	Caramel Creme Brule
14.	Minced Beef Soboro	Kopi Kampungan
15.	Findind Dory	Kopi Anti Sianida

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017.

Pada tabel 1.1 dan gambar 1.3 merupakan daftar menu makanan dan minuman yang ada pada cafe Roempi Bandung.

GAMBAR 1.3

Jenis-jenis Produk Cafe Roempi

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dan Misi Cafe Roempi adalah:

a. Visi

Menjadi *Coffee* Shop unggulan dengan kualitas yang baik tetapi harga yang terjangkau dan selalu akan membuka cabang baru setiap tahunnya.

b. Misi

1) Menyediakan Kopi asli Indonesia yang sudah cocok dengan lidah khas Indonesia.
2) Dapat memberikan makanan yang inovatif dan terjangkau bagi Masyarakat Kota Bandung.

1.2 Latar Belakang

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Bandung memiliki udara yang sejuk serta budaya yang kental menjadikan kota ini begitu diminati oleh para wisatawan lokal maupun mancanegara. Terlepas dari hal tersebut, Bandung memiliki banyak tempat wisata alam, serta wisata kuliner. Kuliner di Bandung begitu beraneka ragam, inovasi-inovasi kuliner sangat memikat mulai dari jajanan jalanan (*street food)* hingga restoran mewah. Namun masyarakat di Bandung begitu menyukai berkumpul bersama teman, keluarga, di dalam sebuah cafe. Seiring dengan usaha kuliner atau makanan di kota Bandung yang sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat akan sangat menunjang usaha kuliner atau makanan. Dengan meningkatnya jumlah usaha kuliner atau makanan, maka akan meningkatkan persaingan.

Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, perusahaan/bisnis usaha perlu membuat dan menetapkan strategi-strategi yang tepat dengan tujuan untuk bertahan menghadapi persaingan, meraih laba dan meningkatkan kegiatan usaha perusahaan/bisnis.

. Dimana tujuan tersebut diwujudkan dengan melakukan pengembangan yang berkelanjutan terhadap strategi strategi pemasarannya, khususnya dalam strategi bersaing yang berhubungan dengan bauran pemasaran yaitu promosi. Bauran

pemasaran merupakan bentuk rangsangan perusahaan terhadap perilaku pembelian dari konsumen. Sementara promosi dijadikan sebagai sarana komunikasi dalam memahami dan memuaskan konsumen.

Melihat peluang yang besar dari perubahaan gaya hidup masyarakat tersebut maka para pelaku bisnis berlomba untuk membuka *cafe* dan *coffee e shop* di Bandung. Hal ini menyebabkan banyaknya *coffee e shop* yang bermunculan di Bandung. Menurut www.kulinerdago.com tahun 2015 terdapat 11 *coffee* shop yang ada di kota Bandung dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut:

TABEL 1.2

***Coffee Shop* yang ada di Bandung**

No	Nama *Coffee shop*	Lokasi
1.	Kopi Ireng	Jl. Ciburial No. 1 Bandung
2.	Ngopi Doeloe	Jl. Purnawarman No. 24-26, Bandung Jl. Teuku Umar No.5 Bandung Jl. Bungrangrang No. 27 Bandung Jl. Hasanuddin No.7 BandungJl. Dago No.57 Bandung Jl. Ranggamalela No. 6-8 Bandung Jl. Raya Cibeureum No. 51 Cimahi
3.	Kopi Progo	Jl. Progo No. 22 Bandung
4.	Kopi Selasar Sunaryo	Jl. Bukit pakar timur No.100 Bandung
5.	Cups *Coffee* & Kitchen	Jl. Trunojoyo No.25 Bandung
6.	Yellow Truck	Jl. Linggawatsu No. 11 Bandunlg Jl. Patuha No. 29 Bandung
7.	Warung Kopi Purnama	Jl. Alkateri No.22 Bandung
8.	Bengawan Solo	Jl. Cihampelas Walk, Bandung
9.	Noah's Barn *Coffee* nery	Jl. Dayang Sumbi No.2 Bandung
10.	Kopi Anjis	Jl. Bengawan No. 34 Bandung Jl. Surya Sumantri No.25 Bandung
11.	Wiki Koffe	Jl. Braga No.90 Bandung

Sumber: www.kulinerdago.com, 2015

TABEL 1.3

Data Industri Kuliner Di Bandung 2016

No	Nama *coffee* shop	Lokasi
1	Imah babaturan	Jl. Kebon bibit no. 3 bandung
2	One eight cafe	Jl. Ganesha no. 3 bandung
3	Eiger *coffee*	Jl. Dago no. 88 bandung
4	Sydwic	Jl.Cilaki no. 63 bandung
5	Armor kopi garden	Jl. Legok randu no. 46B Bandung
6	Kopi Kodok	Jl. Sersan bajuri no. 54 Bandung
7	Railway *coffee* station	Jl. Kebon jukut 17, Bandung
8	Old bike's *coffee*	Jl. Surya sumantri 53B
9	Lighthouse *coffee* brewry	Jl. Jendral Sudirman no. 546 blok A6
10	Kozi lab	Jl. Gudang selatan no.22 Bandung
11	Kedai kopi bara	Jl.Cibadak no. 237 Bandung
12	Kopi kelenteng	Jl. Kelnteng no.26 Bandung
13	Old Ben's Garage & *coffee*	Jl. Terusan prof Dr. Sutami no.23
14	The larder at 55	Jl.Gandarpura no. 55 Bandung
15	Everjoy cafe	Jl.bahureksa no.3 Bandung
16	Mimiti *coffee* & Space	Jl. Karang sari no 01 Bandung
17	Southville	Jl. Peta no 249 Bandung
18	Cremeli patisseri & *Coffee*	Jl. Abdul rivai 3, Bandung
19	Common grounds	Jl. Setiabudhi no.49 Bandung
20	Warkop modjok	Jl. Pinus Raya Barat no.73B

Sumber: *Coffee* Shop Di Bandung (www.pergidulu.com) 2016

Cafe Roempi merupakan salah satu *Coffee* Shop di Bandung, Sehingga menjadi potensi terbesar untuk meningkatkan daya minat konsumen, tentu saja dengan diberikannya bauran promosi yang tepat. Kebutuhan nongkrong anak muda bandung pun mereka penuhi dengan menyediakan tempat yang terjangkau, suasana yang nyaman, *free wifi* dan interior yang bagus. Terlebih lagi apabila

anak muda mendengar suatu tempat sedang mengadakan promosi, pastilah akan sangat mudah menarik perhatian karena promosi menurut pandangan mereka promosi adalah seuatu hal yang baru yang sedang diproduksi dan harga awal penjualan. Hal ini membuat persaingan bisnis *coffee shop* ini menjadi semakin ketat sehingga membuat pelaku bisnis *coffee* shop harus mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan *coffee shop* lainnya. Cafe Roempi dituntut harus mampu mengenali dan memenuhi semua kebutuhan masyarakat tersebut. Ketika kebutuhan sudah terpenuhi, Cafe Roempi harus mampu menciptakan dan terus mempertahankan citra perusahaan dan kepercayaan terhadap perusahaan di benak konsumen sehingga timbul rasa kesetiaan terhadap produk dari perusahaan tersebut.

Cafe Roempi ini sendiri banyak digemari oleh masyarakat, selain tempatnya yang nyaman, konsumen tertarik untuk datang dan melakukan pembelian di Cafe Roempi. Produk yang ditawarkan oleh ini membuat para Cafe Roempi konsumennya tertarik untuk mencobanya, selain rasa kopi yang beraneka ragam, rasa nya juga membuat konsumen ketagihan.

Dalam memperkenalkan bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong (2012:75) menyatakan bahwa "Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikontrol sehingga perusahaan berpadu untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran". Cafe Roempi melakukan berbagai kegiatan promosi penjualan. Tentunya promosi penjualan dianggap sangat penting bagi perusahaan mengingat persaingan *cafe* di kota Bandung cukup tinggi. Dengan melakukan promosi penjualan, Cafe Roempi mengharapkan mampu meningkatkan penjualan sehingga menghasilkan profit yang diinginkan oleh perusahaan, menarik perhatian konsumen untuk mendatangi Cafe Roempi, meningkatkan loyalitas konsumen serta meraih pangsa pasar secara lebih luas.

Dengan pemanfaatan era globalisasi zaman sekarang Cafe Roempi memanfaatkan fenomena dimana konsumen lebih banyak menggali informasi tentang pemenuhan kebutuhan konsumen. Cafe Roempi melakukan promosi

melalui salah satu media sosial Instagram. Dengan sasaran kepada calon konsumen yang menggunakan aplikasi sosial media.

TABEL 1.4
Jenis Promosi Cafe Roempi Bandung 2016

No	Jenis promosi	Media	Bukti promosi
1.	*Direct Marketing*	Media Sosial: Instagram	
2.	*Direct Marketing*	Media Sosial: Twitter	
3.	*Direct Marketing*	Media Offline: Televisi	
4.	*Direct Marketing*	Media Offline: Radio	

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017

Dilihat dari gambar diatas cafe Roempi sangat memanfaatkan sosial media instgram dengan sangat efisien, dimana akun sosial media instgram cafe Roempi memposting foto-foto konsumen yang datang ke cafe roempi. Dengan memposting foto-foto kedatangan konsumen ke cafe Roempi, calon konsumen akan berpikir bahwa tempat atau cafe ini sangat terkenal di cafe sejenis, dan juga cafe Roempi memposting foto-foto produk yang dijual oleh cafe Roempi. Dengan memposting foto-foto produk, calon konsumen akan mengetahui tempat atau cafe ini menyediakan produk-produk yang dibutuhkan oleh calon konsumen.

TABEL 1.3

Data Pengunjung Cafe Roempi Tahun 2016

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	200
2.	Februari	200
3.	Maret	250
4.	April	300
5.	Mei	300
6.	Juni	250

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017

Tabel 1.3 merupakan data pengunjung di Roempi *Coffee* pada tahun 2016 yang menjelaskan bahwa pada bulan januari hingga bulan April mengalami kenaikan pengunjung. Tetapi mulai dari bulan Mei hingga Juni terjadi penurunan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul untuk Laporan Tugas Akhir ini adalah "Analisis Bauran Promosi terhadap Cafe Roempi Bandung".

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan bauran promosi cafe Roempi Bandung dari perspektif manajemen?

2. Bagaimana pelaksanaan bauran promosi cafe Roempi Bandung dari perspektif konsumen?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran promosi cafe Roempi Bandung dari perspektif manajemen.
2. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran promosi cafe Roempi Bandung dari perspektif konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelasakan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori seperti teori mengenai pemasaran, manajemen pemasaran, bauran pemasaran, bauran promosi, keputusan pembelian. Adapun hal-hal yang harus dilengkapi seperti kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu sebagai acuan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, JenisPenelitian, Variabel Operasional, Tahapan Penelitian, Populasi dan Sampel,Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reabilitas, Teknik Analisis Data, dan Analisis Regresi Sederhana, Uji Hipotesis, Uji Koefisien Determinasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas analisis data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir penulisan serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.