

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Cafe Blumm

Usaha ini didirikan oleh Bapak Kristo Fandi Hartanto yang merupakan seseorang dari Kota Nganjuk. Awal mula usaha ini didirikan karena Berawal dari kegemaran *owner* yang mempunyai kesukaan nongkrong dan sambil minum kopi disana-sini, dari situlah maka beliau memikirkan untuk mendirikan suatu Café untuk tempat nongkrong dan berkumpul yang diberi nama dengan Café Blumm. Pemberian nama Blumm mempunyai arti singkatan “Budhal Lungo Utawa Mulih Mampir” yang disingkat menjadi Blumm. Bapak Kristo Fandi Hartanto memberi nama tersebut karena ingin membuat pelanggan atau seseorang yang lewat lokasi atau tempat Cafe Blumm merasa penasaran dan tertarik berkunjung ke Café yang tepatnya berada di pinggir Jalan Raya Propinsi.

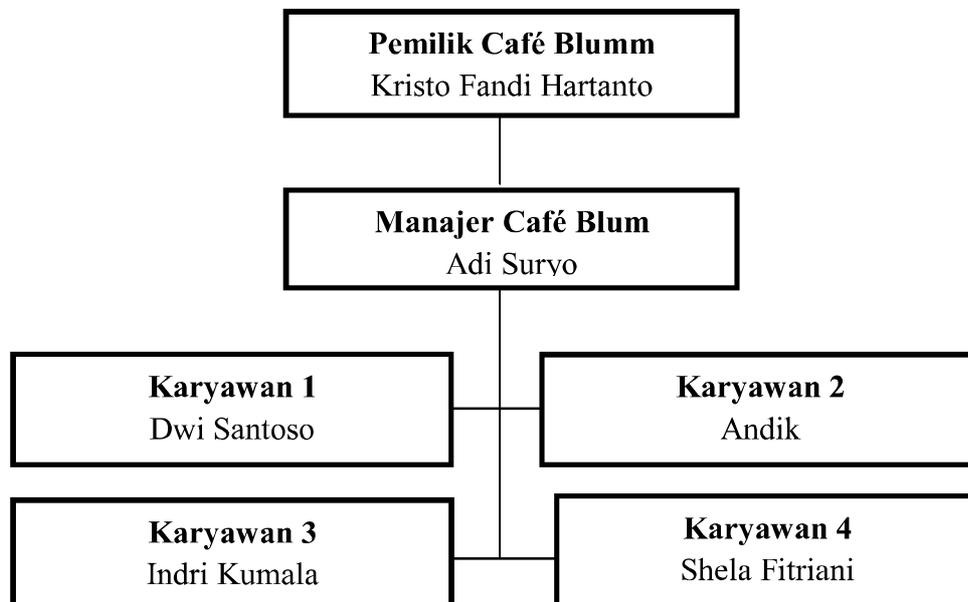
Seperti yang dikatakan oleh manajer Cafe Blumm Bapak Adi Suryo, Pemilik Café awalnya dulu hobinya nyangkruk dan ngopi sana-sini nggak penting, lalu terus beliau punya pikiran dari pada saya gini-gini terus mending saya untuk membuat cafe bisa dibuat nongkrong dan dapat penghasilan.⁹⁶

⁹⁶ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

Cafe Blumm ini merupakan tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan makanan dan minuman. Cafe Blumm ini berdiri sejak tahun 2015 dan sudah mempunyai karyawan 4 orang. Café Blumm ini merupakan Café yang terletak di pinggiran kota akan tetapi Cafe Blumm tidak kalah saing dengan Cafe-cafe di berada kota.

2. Struktur Organisasi

Setiap organisasi memiliki tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan. Bagian utama dalam mencapai suatu tujuan adalah dengan merumuskan struktur organisasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi organisasi. Berikut struktur organisasi Café Blumm adalah sebagai berikut :



- a) Pemilik, beliau sebagai pemilik atau pemimpin Café Blumm. Beliau memiliki kewenangan tentang semua hal yang ada di Café Blumm.
- b) Manajer, beliau sebagai pemimpin bawahan, mengarahkan, mengawasi kerja para karyawan dan juga sebagai penanggung jawab.
- c) Karyawan 1, selain ditugaskan untuk membuat pesanan, disini beliau juga dipercaya oleh manajer.
- d) 2,3,4 disini mereka bertugas untuk melayani para pelanggan yang datang.

3. Lokasi Cafe Blumm

Cafe Blumm mempunyai letak yang strategis dan mudah untuk dijangkau dengan kendaraan pribadi, jalan yang mudah dilewati oleh mobil maupun bus bisa sampai ke lokasi, selain itu juga tempatnya nyaman dan enak di buat bersantai. Cafe Blumm ini terletak di Desa Perak, Kecamatan Perak, Kabupaten Jombang, Jawa Timur Kode Pos 61461.

Cafe Blumm ini letak geografisnya berada di wilayah Kabupaten Jombang tepatnya di Jalan Raya arah Kediri, Nganjuk, lokasi Café Blumm ini berada di pinggir selatan Jalan Raya dan satu wilayah dengan SPBU Perak.

4. Visi dan Misi Cafe Blumm

Visi :

Menjadikan Cafe Blumm sebagai Cafe yang berkualitas dan tidak kalah saing dengan Cafe lainnya.

Misi :

- a) Memberikan pelayanan yang sangat baik
- b) Menyediakan produk-produk yang baik dengan harga yang terjangkau
- c) Menyediakan tempat yang nyaman
- d) Memprioritaskan pelanggan

B. Temuan Penelitian

Temuan penelitian pada penulisan skripsi ini bertujuan untuk mempermudah dalam menjelaskan permasalahan yang diteliti. Peneliti memaparkan hasil temuan yang berkaitan dengan fokus penelitian. Berikut fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini :

1. Paparan Tentang Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan.

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana atau tak-tik yang digunakan dalam hal pemasaran untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. Strategi pemasaran disini yang diterapkan Cafe Blumm dalam meningkatkan daya tarik pelanggan agar Cafe bertambah ramai dan menambah pendapatan. Berikut ini strategi pemasaran yang diterapkan Cafe Blumm sebagai berikut :

- a. Produk (*product*)

Sebagai salah satu Cafe di Kabupaten Jombang, Cafe Blumm memiliki banyak produk yang di tawarkan kepada pelanggannya. Maka dari adanya produk tersebut sehingga dapat menarik suatu pelanggan. hal tersebut dipaparkan Bapak Adi Suryo selaku Manajer Cafe Blumm sebagai berikut :

Yang pertama, untuk menarik pelanggan kita mengutamakan kualitas produk, jadi produk yang kita buat bukan produk yang asal-asalan, bahan-bahan yang kita gunakan bahan yang berkualitas dan bagus supaya konsumen puas. Yang kedua, dalam menarik pelanggan dengan cara mengembangkan suatu produk, contoh kita menciptakan menu-menu baru dengan varian rasa yang berbeda agar pelanggan merasa tertarik menikmatinya.⁸⁹

Untuk menarik suatu pelanggan bukanlah hal yang mudah. Beberapa strategi yang dilakukan oleh Cafe Blumm adalah dengan cara mengembangkan suatu produk dan menjaga kualitas. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Dwi Santoso antara lain sebagai berikut :

Selama ini Café Blumm menyediakan produk yang berkualitas baik dan selalu mengembangkan produk dengan tujuan agar pelanggan tidak kapok datang lagi.⁹⁰

Dari pernyataan diatas timbul pernyataan dari pelanggan Cafe Blumm Bapak Dani antara lain sebagai berikut :

Saya suka dengan produk dari Cafe Blumm, produknya banyak dan mempunyai ciri khas beda dengan Cafe-Cafe yang lain. Salah satu produk ciri khas dari Café Blumm adalah kopi hitamnya, saya

⁸⁹ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

⁹⁰ Wawancara Dengan Bapak Dwi Santoso Selaku Karyawan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

paling suka dengan kopinya karena enak banget dan tidak ada di Cafe lainnya.⁹¹

Bapak Sudirman menambahkan pernyataan mengenai produk Cafe Blumm sebagai berikut :

Menurut saya Cafe Blumm ini produknya enak-enak dan kualitasnya terjamin. Cafe Blumm ini dalam menyajikan pesanan produk selalu terlihat rapi dan menarik.⁹²

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Cafe Blumm dalam menarik suatu pelanggan mempunyai cara selalu berinovasi dengan mengembangkan produk dan menjaga kualitas produk.

b. Harga (*price*)

Harga adalah penetapan jumlah (uang) yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan suatu barang yang diinginkan. Penetapan harga yang dilakukan Cafe Blumm ini dilihat dari bahan baku dan biaya operasional, seperti yang dikatakan oleh Bapak Adi Suryo antara lain sebagai berikut :

Dalam menetapkan harga kita disini melihat dulu letak Cafe Blumm ini kan dipinggiran kota jadi tidak berani mematok harga yang mahal, dalam penetapan harga kita menghitung dari biaya bahan baku dan biaya operasionalnya, dan kita melihat harga pasaran Cafe lainnya, disini Cafe Blumm harganya standart saja karena jika harga terlalu murah nanti pelanggan akan ragu dengan produk dan sebaliknya jika harga kemahalan pelanggan enggan membeli produk kita. Untuk Cafe Blumm mematok harga mulai

⁹¹ Wawancara Dengan Bapak Dani Selaku Pelanggan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

⁹² Wawancara Dengan Bapak Sudirman Selaku Pelanggan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

dari 4000-20000, jadi untuk harga kami tidak murah-murah banget dan juga tidak mahal. Untuk harga mulai dari segitu tapi kualitasnya bisa terjamin.⁹³

Hal ini juga diperkuat oleh Bapak Dwi Santoso selaku karyawan Café Blumm sebagai berikut :

Harga di Café Blumm ini tidak terlalu mahal dan harga disini standart bisa dijangkau oleh semua orang.⁹⁴

Untuk harga yang ditetapkan Cafe Blumm, Bapak Sudirman selaku pelanggan tidak merasa keberatan, seperti yang dijelaskan antara lain :

Kalau menurut saya soal harga standart sama seperti yang lainnya, biasanya saya nongkrong disini sama teman-teman paling banyak habis sekitar 30.000an itu pun udah dapat es, kopi, snak dll.⁹⁵

Bapak Dani selaku Pelanggan Cafe Blumm menambah pernyataan tentang harga yang telah ditetapkan sebagai berikut :

Untuk harga disini dapat dijangkau dari semua kalangan, ngak terlalu mahal dan tidak juga murah, karena menunya disini banyak dan menarik. Untuk biasanya sih saya disini paling banyak habis 50,000an itu pun pesan banyak sekali.⁹⁶

Dari Pemaparan diatas disimpulkan, dalam menetapkan harga Cafe Blumm memberikan harga sesuai dengan bahan baku dan biaya operasionalnya. Cafe Blumm memberikan harga yang

⁹³ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

⁹⁴ Wawancara Dengan Bapak Dwi Santoso Selaku Karyawan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

⁹⁵ Wawancara Dengan Bapak Sudirman Selaku Pelanggan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

⁹⁶ Wawancara Dengan Bapak Dani Selaku Pelanggan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

bisa dijangkau semua kalangan dan tentunya kualitasnya yang baik. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan tidak merasa keberatan, dan semua kalangan tertarik dan berkunjung menikmati produk Café mereka.

c. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan guna mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar. Kegiatan promosi yang dilakukan Cafe Blumm untuk berkomunikasi dan memperkenalkan kepada pasar dengan cara mengiklankan lewat sosmed, mengadakan event, dan mengadakan promo. Seperti yang di jelaskan oleh Bapak Adi suryo sebagai berikut :

Promosi yang kita lakukan secara langsung dari mulut ke mulut dari orang yang pernah datang lalu memperkenalkan ke temannya, yang selanjutnya kami lewat media sosial yaitu di promosi di instagram, facebook, twitter, whatsapp, dll. Apabila kita ada event dan live musik ataupun perkumpulan komunitas kita memasang bennar kecil-kecilan, dan khususnya mengadakan promo biasanya pesan lebih dari 5 produk gratis 1 snack.⁹⁷

Hal ini diperkuat oleh Bapak Dwi Santoso, antara lain sebagai berikut :

Disini yang saya lihat misalnya ada satu orang datang sendiri besoknya orang tersebut datang bersama teman-temannya.⁹⁸

⁹⁷ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

⁹⁸ Wawancara Dengan Bapak Dwi Santoso Selaku Karyawan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

Dari pernyataan diatas timbul pernyataan dari pelanggan Cafe Blumm Bapak Dani antara lain sebagai berikut :

Ya saya dulu datang kesini cuma iseng-iseng saja dan saya melihat-lihat ada media sosialnya dan saya sering kesini dan mengajak teman-teman saya.⁹⁹

Dari penjelasan diatas ditarik kesimpulan bahwa Cafe Blumm dalam kegiatan promosinya secara langsung dari mulut ke mulut dan menggunakan cara lewat media sosial instagram, facebook, twitter, whatsapp dan mengadakan event-event. Strategi promosi tersebut mendapatkan respon yang baik dari pelanggan, sehingga pendapatan semakin meningkat.

Hasil wawancara diatas diperkuat dengan bukti dokumentasi sebagai berikut :

d. Tempat/ Distribusi (*place*)

Saluran Distribusi sangatlah penting dalam memasarkan produk ke konsumen, pendistribusian produk dalam pemasaran bertujuan meperlancar dan memudahkan penyampaian barang ke konsumen. Lokasi yang luas, nyaman, unik dan juga strategis merupakan tujuan dari Cafe Blumm untuk memasarkan produk dan menarik suatu pelanggan agar berkunjung ke Cafe. Hal ini seperti yang di jelaskan oleh Bapak Adi Suryo antara lain sebagai berikut :

⁹⁹ Wawancara Dengan Bapak Dani Selaku Pelanggan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

Lokasi pendistribusian kita sangatlah strategis dipinggir jalan raya propinsi dan dekat dengan pemukiman, disini kita juga menyediakan tempat yang luas, nyaman, unik, dan juga strategis. Disini kita membuat tempat yang se unik mungkin karena dengan tujuan untuk menarik pelanggan agar berkunjung kesini, menyediakan tempat yang luas karena sasaran kita komunitas-komunitas motor maupun mobil dengan adanya tempat yang luas membuat mereka tertarik berkunjung.¹⁰⁰

Hal ini diperkuat oleh Bapak Dwi Santoso sebagai berikut :

Strategi tempat yang dilakukan Café Blumm disini dengan menghias Café seunik mungkin, membuat tempat duduk nyaman mungkin agar pelanggan merasa puas.¹⁰¹

Bapak Dani selaku pelanggan Café Blumm memberikan pernyataan tentang tempat atau lokasi Cafe, sebagai berikut :

Saya suka nongkrong disini karena lokasinya yang luas untuk parkir motor dan untuk tempatnya bersih dan nyaman.¹⁰²

Bapak Sudirman menambahkan pernyataan tentang lokasi Café Blumm sebagai berikut :

Alasan saya suka nongkrong disini yang pertama saya bersama teman-teman komunitas saya suka dengan lokasi yang luas, yang kedua saya perlu tempat foto yang bagus dan disini menyediakan itu.¹⁰³

Dari hasil wawancara diatas menyimpulkan bahwa dalam pendistribusian sangat mempengaruhi penjualan. Cafe Blumm dalam menarik suatu pelanggan menyediakan tempat yang luas,

¹⁰⁰ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

¹⁰¹ Wawancara Dengan Bapak Dwi Santoso Selaku Karyawan Cafe Blumm, Pada Tanggal 19 Maret 2021

¹⁰² Wawancara Dengan Bapak Dani Selaku Pelanggan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

¹⁰³ Wawancara Dengan Bapak Sudirman Selaku Pelanggan Cafe Blumm, Tanggal 19 Maret 2021

nyaman, unik, dan strategis mudah dijangkau pelanggan untuk bisa datang berkunjung dan menikmati di Cafe tersebut.

2. Paparan Tentang Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan.

A. Kendala strategi pemasaran Café Blumm dalam meningkatkan daya tarik pelanggan.

a. Produk (*product*)

Cafe Blumm dalam melakukan pemasaran produk tidak selalu berjalan dengan lancar pasti ada kendalanya, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Adi Suryo sebagai berikut :

Dari segi produk kurang bervariasi karena keterbatasan pembuatnya disini, Terkadang pelanggan protes atau komplein karena menunggu lama pemesannya, biasanya hal tersebut terjadi pada hari libur. Akan tetapi pihak kita selalu meminta maaf dan berusaha memberi pengertian terhadap pelanggan seperti itu.¹⁰⁴

Dari wawancara diatas bisa disimpulkan bahwa Cafe Blumm mempunyai kendala dalam produksi, yaitu yang pertama kurang bervariasi dalam membuat produk karena keterbatasan pembuat, yang kedua proses pemesanan yang lama jadinya sehingga banyak pelanggan yang komplein akan hal tersebut.

b. Harga (*price*)

¹⁰⁴ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 20 Maret 2021

Dalam penetapan harga Cafe Blumm mempunyai kendala yang seperti yang jelaskan oleh Bapak Adi Suryo sebagai berikut :

Kendala kita itu dipersaingan harga, dan kita itu tempatnya dipinggiran kota, jadi mau tidak mau kita harus mengambil keuntungan sedikit supaya pelanggan tidak terbebani. Ya intinya dalam menentukan harga tidak mudah.¹⁰⁵

Dari penjelasan Bapak Adi Suryo dapat disimpulkan bahwa dalam menetapkan harga Cafe Blumm mengambil untung sedikit dan tidak berani menetapkan harga yang mahal karena tempatnya di pinggiran Kota. Jadi harga memang pengaruh besar terhadap keputusan pembelian.

c. Tempat (*place*)

Tempat merupakan hal yang penting di Cafe Blumm dalam menarik suatu pelanggan, akan tetapi menurut Bapak Adi Suryo Tempat di Cafe Blumm ada sedikit kendala seperti yang di jelaskan sebagai berikut :

Dari segi tempat kita sudah luas akan tetapi ada kendala pada saat ada event bersamaan perkumpulan komunitas terkadang ada yang tidak kebagian tempat duduk.¹⁰⁶

d. Promosi (*promotion*)

¹⁰⁵ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 20 Maret 2021

¹⁰⁶ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 20 Maret 2021

Semua upaya promosi sudah dilakukan oleh Cafe Blumm, akan tetapi tidak berjalan dengan lancar ada kendala seperti yang dijelaskan oleh Bapak Adi Suryo sebagai berikut :

Kendala dalam promosi yaitu ketika memberikan informasi lewat media sosial tentang produk yang mengadakan diskon ada pelanggan yang tidak bisa mengerti dan mungkin tidak bisa memahami kata-kata kita, akhirnya informasi tersebut tidak bisa sampai ke pelanggan dan sia-sia.¹⁰⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan, bahwa kendala yang dihadapi Cafe Blumm dalam melakukan kegiatan promosi tidak tersampaikan dengan baik ke pelanggan, sehingga informasi yang di berikan sia-sia.

B. Solusi strategi pemasaran Café Blumm dalam meningkatkan daya tarik pelanggan.

a. Produk (*product*)

Produk merupakan bagian terpenting dalam usaha. Ketika produk ada kendala maka harus cepat ada solusinya untuk kelangsungan usaha, seperti yang di alami Café Blumm yang dipaparkan oleh Bapak Adi Suryo sebagai berikut :

Kendala kita kan dari segi produk kurang bervariasi karena keterbatasan pembuatnya disini, Terkadang pelanggan protes atau komplek karena menunggu lama pemesannya. Untuk mengatasi kendala tersebut kami dari Café Blumm ini menambah karyawan yang mempunyai pengalaman di bidangnya, alhamdulillah dengan adanya karyawan berpengalaman disini membuat Café Blumm tidak keterbatasan pembuatan produk yang bervariasi, yang selanjutnya pada saat hari libur kita

¹⁰⁷ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 20 Maret 2021

memasukkan semua karyawan agar tidak terjadi komplein lagi dari pelanggan.¹⁰⁸

Dari penjelasan diatas ditarik kesimpulan bahwa Café Blumm dalam kegiatan produksi yang dilakukan dalam menghadapi kendala yaitu dengan menambah karyawan yang berpengalaman dan berusaha semaksimal mungkin agar tidak ada komplein dari pelanggan lagi tentang pesanan yang lama.

b. Harga (*price*)

Dalam penetapan harga Cafe Blumm mempunyai kendala, solusi yang dilakukan Café Blumm dengan mengambil keuntungan yang sedikit, seperti yang dikatakan oleh Bapak Adi Suryo sebagai berikut :

Untuk mengatasi kendala pada harga, ketika harga yang kita berikan terlalu mahal kita mempunyai solusi dengan cara memberi diskon menurunkan harga produk, dengan demikian pelanggan tidak merasa terbebani dengan harga produk yang mahal. akan tetapi pihak kita tidak berani memberi penurunan harga yang banyak karena tidak mau rugi.¹⁰⁹

Dari pemaparan diatas ditarik kesimpulan bahwa dalam menghadapi kendala harga, solusi yang dilakukan Café Blumm dengan cara memberi diskon dengan menurunkan harga produk yang mahal, akan tetapi Café Blumm tidak mau menurunkan harga yang banyak karena tidak mau rugi.

¹⁰⁸ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 20 Maret 2021

¹⁰⁹ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 20 Maret 2021

c. Tempat (*place*)

Tempat merupakan lokasi yang digunakan dalam kegiatan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya ke konsumen. Dalam hal tempat Café Blumm memiliki kendala akan tetapi dari pihak Café mempunyai solusi akan hal tersebut seperti yang dijelaskan Bapak Adi Suryo sebagai berikut :

Dari segi tempat kita sudah luas akan tetapi ada kendala pada saat ada event bersamaan perkumpulan komunitas terkadang ada yang tidak kebagian tempat duduk, solusi kita pada saat hal tersebut terjadi pihak Café Blumm menyediakan tempat khusus bagi yang mengikuti event agar pelanggan yang lain kebagian tempat duduk.¹¹⁰

Dari penjelasan diatas ditarik kesimpulan, bahwa Café Blumm dalam menghadapi kendala tersebut mempunyai solusi menyediakan tempat khusus bagi yang mengikuti event agar pelanggan lain bisa kebagian tempat duduk.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan aspek penting dalam hal pemasaran. kegiatan promosi atau pemasaran lebih mudah dilakukan lewat media sosial hal ini di buktikan oleh Café Blumm, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Adi suryo sebagai berikut :

Kegiatan promosi kita kan lewat media sosial, untuk mengatasi kendala dalam promosi kita mengevaluasi apa saja yang salah

¹¹⁰ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 20 Maret 2021

dari promosi kita lalu membenahi hal tersebut, misal masalah kita di pemilihan desain gambar yang kurang bagus dan menarik ataupun kata-katanya sulit dipahami lalu kita benahi lagi.¹¹¹

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan, bahwa solusi Café Blumm dalam menghadapi kendala dilakukan dengan cara mengevaluasi kesalahan-kesalahan saat berpromosi, seperti membenarkan gambar, kata-kata agar mudah dipahami oleh pelanggan.

C. Analisis Data

1. Analisis Tentang Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan.

Dalam kegiatan penjualan Cafe Blumm menerapkan strategi pemasaran yang memadai. Dengan adanya strategi yang tepat maka tujuan yang ditetapkan akan tercapai. Setelah melakukan pengamatan Café Blumm dalam hal pemasaran menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi.

a. Produk (*product*)

Untuk menarik pelanggan, Cafe Blumm mempunyai cara mengembangkan produk yang dimana Café Blumm selalu berinovasi menciptakan produk-produk baru supaya pelanggan tidak merasa bosan. Selain itu juga Cafe Blumm mengutamakan kualitas produk dengan bahan-bahan yang baik dan aman, mereka

¹¹¹ Wawancara Dengan Bapak Adi Suryo Selaku Manajer Cafe Blumm, Tanggal 20 Maret 2021

selalu berupaya memperbaiki kualitas produk agar pelanggan merasa puas.

b. Harga (*price*)

Harga yang pasarkan Café Blumm mulai dari 4000-20.000, harga yang ditetapkan Cafe Blumm berdasarkan harga pasaran dan dihitung dari bahan baku maupun biaya operasionalnya. Cafe Blumm dalam menentukan harga tidak berani mematok harga yang mahal karena lokasinya di pinggiran Kota, hal tersebut dilakukan karena supaya pelanggan dari semua kalangan bisa berkunjung.

c. Tempat (*place*)

Cafe Blumm mempunyai tempat yang strategis berada di pinggir Jalan Raya Propinsi dan dekat dengan pemukiman, lokasinya strategis dan mudah dijangkau semua orang. Café Blumm menyediakan tempat yang luas, nyaman, dan juga unik bertujuan untuk menarik pelanggan agar berkunjung dan membeli suatu produk.

d. Promosi (*promotion*)

Kegiatan promosi sangatlah mempengaruhi dalam hal menarik pelanggan, Cafe Blumm menggunakan cara dalam kegiatan promosinya yang pertama, melalui media sosial instagram, facebook, upload foto, dan instanstory, yang kedua dengan cara mengadakan event, live musik, melakukan promosi secara langsung kepada pelanggan. Strategi tersebut sebagai media

dalam kegiatan mempromosikan kepada pelanggan dan mendapat respon yang baik.

2. Analisis Tentang Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran Cafe Blumm dalam Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan.

A. Kendala strategi pemasaran Café Blumm dalam meningkatkan daya tarik pelanggan

1) Produk (*product*)

Berdasarkan paparan data diatas tentang kendala strategi pemasaran produk dapat dianalisis bahwa, Café Blumm mempunyai kendala yaitu kurangnya bervariasi karena keterbatasan pembuatnya disini, Terkadang pelanggan protes atau komplek karena menunggu lama pesanan. Hal ini membuat konsumen tidak puas.

2) Harga (*price*)

Berdasarkan pemaparan data diatas terkait kendala strategi harga dapat dianalisis bahwa, harga merupakan suatu penentu bagi pelanggan dalam pembelian produk yang ditawarkan. Kendala yang dihadapi Café Blumm pada saat penetapan harga dipersaingan harga, dan tempatnya Café Blumm dipinggiran kota, jadi mau tidak harus mengambil keuntungan sedikit supaya pelanggan tidak keberatan.

3) Tempat (*place*)

Berdasarkan paparan data diatas terkait kendala tempat dapat dianalisis bahwa, dari segi tempat Café Blumm sudah luas akan tetapi pada saat ada acara event bersamaan perkumpulan komunitas terkadang ada yang tidak kebagian tempat duduk.

4) Promosi (*promotion*)

Berdasarkan paparan diatas dapat dianalisis bahwa, Cafe Blumm mempunyai kendala dalam hal strategi pemasaran promosi dapat dianalisis, kendala yang dialami Cafe Blumm ketika memberikan informasi tidak tersampaikan dengan baik kepada pelanggan dan terjadi problem saat promosi, sehingga menghambat kegiatan penjualannya.

B. Solusi strategi pemasaran Café Blumm dalam meningkatkan daya tarik pelanggan

1) Produk (*product*)

Dari pemaparan diatas dapat dianalisis bahwa, Café Blumm dalam kegiatan produksi yang dilakukan dalam menghadapi kendala yaitu dengan menambah karyawan yang berpengalaman dan berusaha semaksimal mungkin agar tidak ada komplein dari pelanggan lagi tentang pesanan yang lama.

2) Harga (*price*)

Berdasarkan paparan data diatas dapat terkait solusi dalam kendala harga dapat dianalisis bahwa, solusi yang dilakukan Café Blumm dengan cara memberi diskon dengan menurunkan harga

produk yang mahal, akan tetapi Café Blumm tidak mau menurunkan harga yang banyak karena tidak mau rugi.

3) Tempat (*place*)

Berdasarkan paparan data diatas terkait solusi dalam menghadapi kendala tempat dapat dinalisis bahwa, Café Blumm dalam menghadapi kendala tersebut mempunyai solusi menyediakan tempat khusus bagi yang mengikuti event agar pelanggan lain bisa kebagian tempat duduk.

4) Promosi (*promotion*)

Berdasarkan paparan data diatas terkait solusi strategi promosi tentang menghaapi kendala dapat dianalisis bahwa, solusi Café Blumm dalam menghadapi kendala dilakukan dengan cara mengevaluasi kesalahan-kesalahan saat berpromosi, seperti membenarkan gambar, kata-kata agar mudah dipahami oleh pelanggan.