

ABSTRAK

Pada bulan maret 2020 pandemi covid 19 masuk ke Indonesia. Penyebaran virus ini di Indonesia cukup cepat, hingga dalam menanggulangnya pemerintah pada akhirnya mulai membuat kebijakan Pembatas Sosial Berskala Besar pada April 2020 di beberapa wilayah di Indonesia. Bandung menjadi salah satu kota yang menerapkan PSBB pada 22 April 2020. Penerapan PSBB sangat berdampak pada dunia bisnis dan ekonomi. Dalam waktu yang cukup singkat pola pemasaran pun berubah terutama pada sektor kuliner, hal ini karena tempat umum seperti resto, café, dan sebagainya dilarang menerima tamu atau dibatasi jumlahnya dan ada juga hanya bisa untuk pesanan bawa pulang atau pesan antar. Hal ini mengakibatkan sebagian besar pelaku industri kopi hilir atau kedai kopi mulai mengalami penurunan pendapatan. Konsep pemasaran yang tepat yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian. Konsep Pemasaran yang dilakukan perusahaan meliputi strategi bauran pemasaran atau juga biasa dikenal dengan marketing mix.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi bauran pemasaran pada Kedai Kopi Makmur Jaya Coffee Roaster, Mengetahui bagaimana analisis bauran pemasaran pada Kedai Kopi Makmur Jaya Coffee Roaster. Mengetahui Faktor Bauran Pemasaran apa yang paling berpengaruh pada konsumen Makmur Jaya Coffee Roaster. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu penelitian kepustakaan, dan penelitian langsung yang berupa observasi, wawancara dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep yang digunakan Miles dan Huberman yang menggunakan aktivitas data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sampai tuntas, dan datanya. Aktivitas dalam analisis data meliputi data reduction, datadisplay, dan conclusion drawing/verification..

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan bauran pemasaran pada Kedai kopi Makmur Jaya Coffee Roaster sudah baik dan cukup maksimal. Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan dari hasil penelitian untuk lebih memperhatikan aspek orang dan proses yang memiliki masalah yang saling berkaitan dengan menambah karyawan yang bertugas pada satu Shift yang sama sehingga memberikan tenaga lebih untuk melayani konsumen yang cukup banyak dengan baik. Serta juga memperhatikan aspek sarana fisik yang baik untuk mengakomodir banyaknya antrian pembeli agar protokol Kesehatan tetap bisadijalankan dengan baik.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Pandemi Covid 19*

ABSTRACT

In March 2020 the COVID-19 pandemic entered Indonesia. The spread of this virus in Indonesia was quite fast, so in dealing with it the government finally started to make a policy of Large-Scale Social Restrictions in April 2020 in several regions in Indonesia. Bandung became one of the cities that implemented the PSBB on April 22, 2020. The implementation of the PSBB had a major impact on the business world and the economy. In a fairly short time, marketing patterns have changed, especially in the culinary sector, this is because public places such as restaurants, cafes, and so on are prohibited from receiving guests or are limited in number and some are only available for takeout or delivery orders. This has resulted in most of the downstream coffee industry players or coffee shops starting to experience a decline in income. The right marketing concept by the company aims to attract consumers to make a purchase. The marketing concept carried out by the company includes a marketing mix strategy or also commonly known as the marketing mix.

The purpose of this research is to find out how to implement the marketing mix strategy at Kedai Kopi Makmur Jaya Coffee Roaster, to know how to analyze the marketing mix at Kedai Kopi Makmur Jaya Coffee Roaster. Knowing what marketing mix factors have the most influence on consumers of Makmur Jaya Coffee Roaster. The research method used is descriptive qualitative method. Data collection techniques in this study are library research, and direct research in the form of observation, interview and documentation. each stage of the research to completion, and the data. Activities in data analysis include data reduction, data display, and conclusion drawing/verification.

Based on the results of the study indicate that the implementation of the marketing mix at the Makmur Jaya Coffee Roaster coffee shop is good and quite optimal. Suggestions that researchers can put forward from the results of the study are to pay more attention to aspects of people and processes that have interrelated problems by adding employees who work on the same shift so as to provide more energy to serve quite a lot of consumers well. And also pay attention to the aspect of good physical facilities to accommodate the many queues of buyers so that the Health protocol can still be carried out properly.

Keywords: Marketing Mix, Covid 19 Pandemic

ABSTRAK

Dina Maret 2020, pandémik COVID-19 asup ka Indonésia. Panyebarana virus ieu di Indonésia cukup gancang, ku kituna dina nyanghareupan éta pamaréntah ahirna ngamimitian nyieun kawijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar dina April 2020 di sababaraha daérah di Indonésia. Bandung jadi salah sahiji kota anu ngalaksanakeun PSBB dina tanggal 22 April 2020. Implementasina PSBB ieu mangaruhan pisan kana dunya usaha jeung ékonomi. hal ieu sabab tempat umum kayaning réstoran, kafe, jeung saterusna dilarang pikeun nampa tamu atawa diwatesan jumlahna sarta sababaraha ngan sadia pikeun pesenan takeout atawa pangiriman. Hal ieu nyababkeun kalolobaan pamaén industri kopi hilir atanapi warung kopi mimiti ngalaman turunna panghasilan. Konsep pemasaran anu leres ku perusahaan tujuanana pikeun narik konsumen pikeun ngagaleuh. Konsep pemasaran anu dilaksanakeun ku perusahaan kalebet strategi bauran pemasaran atanapi anu biasa katelah bauran pemasaran.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha ngalaksanakeun strategi bauran pemasaran di Kedai Kopi Makmur Jaya Kopi Roaster, pikeun mikanyaho cara nganalisis bauran pemasaran di Kedai Kopi Makmur Jaya Kopi Roaster. Nyaho naon faktor bauran pemasaran anu paling mangaruhan kana konsumen Roaster Kopi Makmur Jaya. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta méthode déskriptif kualitatif. Téhnik ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan nya éta studi pustaka, jeung panalungtikan langsung dina wangun observasi, wawancara dokuméntasi, unggal tahapan panalungtikan nepi ka réngsé, jeung data. Kagiatan dina analisis data ngawengku réduksi data, tampilan data, jeung penarikan/verifikasi kacindekan.

Dumasar kana hasil panalungtikan nuduhkeun yén palaksanaan bauran pemasaran di warung kopi Roaster Kopi Makmur Jaya téh alus jeung cukup optimal. Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik tina hasil panalungtikan nya éta sangkan leuwih merhatikeun aspék jalma jeung prosés anu aya patalina jeung masalah ku cara nambahan pagawé anu gawé dina shift anu sarua sangkan méré énergi anu leuwih pikeun ngalayanan cukup loba konsumén ogé. . Sarta ogé merhatikeun aspék fasilitas fisik anu alus pikeun nampung lobana antrian pembeli sangkan protokol Kaséhatan tetep bisa dilaksanakeun kalawan bener.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Pandemi Covid 19