

ABSTRAK

Polaris 45 merupakan sebuah *coffee shop* yang berdiri sejak tahun 2020. *Café* tersebut terletak di Cipageran, Cimahi Utara. Uniknya, *coffee shop* ini mampu berkembang dan bersaing pada saat masa pandemi. Latar belakang masalah dari penelitian ini ialah maraknya persaingan bisnis di bidang kuliner. Kopi merupakan sebuah minuman yang banyak digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal inilah yang menyebabkan menjamurnya kedai kopi saat ini sehingga perlu dilakukannya analisis strategi pemasaran terhadap keunggulan bersaing.

Sehubungan dengan itu, tujuan dari penelitian ini ialah 1) menguraikan gambaran umum *café* Polaris 45, 2) menguraikan pelaksanaan dari strategi pemasaran dan keunggulan bersaing, 3) menguraikan besaran pengaruh strategi pemasaran terhadap keunggulan bersaing pada *café* Polaris 45, 4) menguraikan hambatan dan upaya untuk menghadapi strategi pemasaran dan keunggulan bersaing pada *café* Polaris 45.

Data penelitian ini diperoleh dari strategi pemasaran *café* Polaris 45. Di samping itu, Metode penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, serta data sekunder lainnya. Sehubungan dengan itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas instrumen, uji realibilitas instrumen, dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Polaris 45 telah melakukan strategi pemasaran dengan menerapkan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. Sehubungan dengan itu, terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap keunggulan bersaing pada Polaris 45 sebesar 60,8%. Dengan demikian, strategi pemasaran dan keunggulan bersaing Polaris 45 bernilai baik. Di samping itu terdapat hambatan yang dialami Polaris 45, yakni permasalahan harga dan pelayanan karyawan. Namun, hal ini telah diatasi dengan upaya membandingkan harga dengan *coffee shop* lain dan membuat SOP serta melakukan evaluasi kepada karyawan. Saran penelitian ini adalah Polaris 45 dapat dijadikan sebagai sumber data penelitian dengan berbagai jenis topik lain. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya. Terakhir, Polaris 45 hendaknya membuat strategi diferensiasi dan meningkatkan standar evaluasi kepada karyawan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

Polaris 45 is a coffee shop that was founded in 2020. The coffee shop is located in Cipageran, North Cimahi. Uniquely, this coffee shop was able to develop and compete during the pandemic. The background to this research problem is the rise in business competition in the culinary sector. Coffee is a drink that is popular with various groups of people. This is what causes the proliferation of coffee shops today, so it is necessary to analyze marketing strategies for competitive advantage.

In this regard, the objectives of this research are 1) to describe the general description of the Polaris 45 café, 2) to describe the implementation of marketing strategy and competitive advantage, 3) to describe the magnitude of the influence of marketing strategy on competitive advantage at the Polaris 45 café, 4) to describe the obstacles and efforts to face marketing strategies and competitive advantages at the Polaris 45 café.

This research data was obtained from the marketing strategy of the Polaris 45 café. In addition, this research method is descriptive with a quantitative approach. Data collection through observation, interviews, questionnaires and other secondary data. In this regard, the data analysis techniques used in this research are instrument validity testing, instrument reliability testing, and hypothesis testing.

The research results show that Polaris 45 has implemented a marketing strategy by implementing segmenting, targeting and positioning. In this regard, there is an influence of marketing strategy on the competitive advantage of Polaris 45 of 60.8%. Thus, the marketing strategy and competitive advantage of Polaris 45 is good value. Apart from that, there are obstacles experienced by Polaris 45, namely price and employee service issues. However, this has been overcome by comparing prices with other coffee shops and creating SOPs and evaluating employees. The suggestion for this research is that the Polaris 45 can be used as a source of research data on various other types of topics. Apart from that, this research can be used as a basis for further research. Finally, Polaris 45 should create a differentiation strategy and increase employee evaluation standards.

Keywords: Strategy Marketing, Competitive Advantage

ABSTRAK

Polaris 45 nyaéta warung kopi anu diadegkeun dina taun 2020. Warung kopi éta ayana di Cipageran, Cimahi Utara. Unikna, warung kopi ieu tiasa mekar sareng bersaing dina mangsa pandémik. Kasang tukang tina masalah ieu panalungtikan nya éta ngaronjatna kompetisi usaha dina séktor kuliner. Kopi mangrupikeun inuman anu populer di sababaraha kelompok masarakat. Ieu naon ngabalukarkeun proliferasi warung kopi kiwari, ku kituna perlu analisa tata cara masarkeun pikeun kaunggulan kalapa.

Dumasar kana éta hal, tujuan dina ieu panalungtikan nya éta 1) ngadéskripsikeun gambaran umum kafé Polaris 45, 2) ngadéskripsikeun palaksanaan tata cara masarkeun jeung kaunggulan bersaing, 3) ngadéskripsikeun gedéna pangaruh tata cara kana daya saing. kaunggulan di kafé Polaris 45, 4) pikeun ngadéskripsikeun halangan-halangan jeung usaha nyanghareupan tata cara masarkeun jeung kaunggulan kalapa di kafé Polaris 45.

Data ieu panalungtikan dimeunangkeun tina tata cara pamasaran kafé Polaris 45. Salian ti éta, métode panalungtikan déskriptif kalawan pendekatan kuantitatif. Ngumpulkeun data ngaliwatan obsérvasi, tanya jawab, angkét jeung data sékunder lianna. Dumasar kana éta hal, téhnik analisis data anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta uji validitas instrumén, uji réliabilitas instrumén, jeung uji hipotésis.

Hasil panalungtikan nunjukkeun yén Polaris 45 parantos ngalaksanakeun tata cara pamasaran ku ngalaksanakeun segmenting, targeting sareng positioning. Dina hal ieu, aya pangaruh tata cara masarkeun kana kaunggulan bersaing Polaris 45 tina 60,8%. Ku kituna, tata cara masarkeun jeung kaunggulan bersaing Polaris 45 nyaéta nilai alus. Salian ti éta, aya kendala anu kaalaman ku Polaris 45, nyaéta masalah harga jeung pelayanan pagawé. Nanging, ieu parantos diatasi ku ngabandingkeun harga sareng toko kopi sanés sareng nyiptakeun SOP sareng ningalikeun pagawe. Saran pikeun ieu panalungtikan nya éta Polaris 45 bisa dijadikeun sumber data panalungtikan ngeunaan rupa-rupa jejer séjénna. Salian ti éta, ieu panalungtikan bisa dijadikeun dadasar pikeun panalungtikan satuluyna. Tungtungna, Polaris 45 kedah nyiptakeun strategi nu ngabedakeun sareng ningkatkeun standar ningalikeun pagawe.

Konci: Tata cara masarkeun, Kaunggulan Bersaing