

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Murai *Coffee* Gunungsitoli merupakan sebuah kafe yang bergerak di bidang kuliner dan minuman, dengan fokus utama pada penyajian kopi berkualitas tinggi yang diseduh langsung di tempat. Kafe ini hadir sebagai tempat bersantai dan berkumpul yang mengedepankan nuansa hangat, ramah, dan nyaman, cocok untuk berbagai kalangan, mulai dari pelajar, pekerja, hingga wisatawan lokal.

Murai *Coffee* Gunungsitoli berlokasi di Jl. Pelud Binaka, Fodo, Kecamatan Gunungsitoli Selatan, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara, 22813, Murai *Coffee* Gunungsitoli berdiri pada tanggal 24 Februari 2020 hingga sekarang. Pemilik sekaligus pendiri Murai *Coffee* adalah Bapak Ridhoi Try Putra Waruwu, seorang pengusaha muda yang memiliki ketertarikan di bidang kuliner. Dengan latar belakang dan pengalaman yang dimilikinya, beliau merancang konsep Murai *Coffee* yang buka mulai dari jam dua (14.00) siang sampai dengan jam dua belas (12.00) malam sebagai tempat berkumpul yang tidak hanya menyajikan minuman kopi, namun juga menyediakan berbagai menu lainnya seperti makanan ringan, makanan berat dan minuman non kopi lainnya.

4.1.2 Visi dan Misi Murai *Coffee* Gunungsitoli

Visi dan misi merupakan dua komponen penting yang menjadi dasar arah dan tujuan suatu organisasi atau perusahaan. Visi adalah gambaran umum tentang masa depan yang ingin dicapai oleh suatu lembaga. Visi bersifat jangka panjang dan mencerminkan harapan atau cita-cita besar yang menjadi panduan utama dalam menjalankan segala

aktivitas. Dengan kata lain, visi menggambarkan posisi ideal yang ingin diraih di masa depan.

Sementara itu, misi merupakan langkah-langkah strategis atau tindakan nyata yang akan dilakukan untuk mewujudkan visi tersebut. Misi bersifat lebih operasional dan konkret, menjelaskan bagaimana organisasi menjalankan kegiatannya, layanan apa yang diberikan, serta nilai-nilai apa yang dipegang dalam mencapai tujuannya.

Visi Murai *Coffee* Gunungsitoli :

Menjadi *brand* terbaik dan terpercaya berskala global.

Misi Murai *Coffee* Gunungsitoli :

Memberikan layanan yang serius, terbaik, dan terpercaya.

4.1.3 Tupoksi (Tugas Pokok Dan Fungsi)

1. Owner Murai *Coffee*

Sebagai pemilik usaha, owner Murai *Coffee* berkomitmen untuk:

- a. Menyediakan bahan baku yang berkualitas tinggi.
- b. Menyediakan fasilitas kerja yang lengkap, bersih, dan nyaman.
- c. Menciptakan lingkungan kerja yang mendukung karyawan untuk bisa bekerja secara maksimal.

Tujuan utama dari komitmen ini adalah untuk membangun fondasi operasional yang kuat dan memastikan bahwa karyawan memiliki segala sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan tugas dengan efektif dan efisien.

2. Peran dan Tanggung Jawab Karyawan

Karyawan Murai *Coffee* memegang peran penting dalam menjamin kelancaran operasional sehari-hari. Setiap karyawan bertanggung jawab untuk:

- a. Menjalankan tugas operasional pelayanan dengan maksimal.
- b. Memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan tepat kepada pelanggan.

c. Menjaga kualitas produk serta konsistensi dalam penyajian.

Karyawan bukan hanya pelaksana, tetapi juga wajah dari *brand* Murai *Coffee* dalam berinteraksi langsung dengan pelanggan. Setiap personil yang bekerja di Murai *Coffee* wajib menjaga dan meningkatkan relasi dengan setiap pelanggan. Hal ini mencerminkan nilai utama Murai *Coffee* yang mengedepankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Komunikasi yang baik, sikap yang bersahabat, dan pelayanan yang konsisten akan membentuk kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Relasi yang baik ini juga menjadi modal penting dalam memperkuat posisi Murai *Coffee* sebagai *brand* yang terpercaya.

4.1.4 Hari Dan Jam Kerja

Untuk mendukung kelancaran operasional serta memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, Murai *Coffee* menetapkan jadwal kerja dan jam kerja sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Jadwal Kerja Murai *Coffee*

No.	Hari	Jam Kerja
1.	Senin	14.00-24.00 WIB
2.	Selasa	14.00-24.00 WIB
3.	Rabu	14.00-24.00 WIB
4.	Kamis	14.00-24.00 WIB
5.	Jum'at	14.00-24.00 WIB
6.	Sabtu	14.00-24.00 WIB
7.	Minggu	14.00-24.00 WIB

Sumber : Murai Coffee

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat Murai *Coffee* beroperasi setiap hari, mulai dari Senin hingga Minggu, dengan jam kerja yang sama, yaitu pukul 14.00 hingga 00.00 WIB. Hal ini menunjukkan bahwa Murai *Coffee* menerapkan sistem operasional 7 hari dalam seminggu tanpa hari libur, demi memenuhi kebutuhan pelanggan yang mungkin datang kapan saja, terutama di sore hingga

malam hari. Pemilihan jam kerja dari pukul 14.00 hingga tengah malam disesuaikan dengan perilaku konsumen yang cenderung mengunjungi kafe di waktu santai setelah aktivitas utama, seperti setelah sekolah, kuliah, atau bekerja.

4.1.4 Karakteristik Informan

Untuk memperoleh data yang relevan dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terhadap lima informan yang terdiri dari pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan. Informan dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu informan kunci, informan utama, dan informan pendukung.

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

1. Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 2 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Nama	Jenis Kelamin
1	Ridhoi Try Putra Waruwu	Laki-Laki
2	Feniel Syetiani Gulo	Perempuan
3	Angeli Mawarni Gea	Perempuan
4	Fitrahman Gea	Laki-Laki
5	Viky Martin Lase	Laki-Laki

Berdasarkan tabel karakteristik informan, dapat diketahui bahwa penelitian ini melibatkan lima orang informan dengan latar belakang yang berbeda. Dari jumlah tersebut, terdapat tiga orang informan laki-laki dan dua orang informan perempuan.

2. Karakteristik Informan Berdasarkan Umur

Tabel 4. 3 Karakteristik Informan Berdasarkan Umur

No.	Nama	Umur
1	Ridhoi Try Putra Waruwu	35 Tahun
2	Feniel Syetiani Gulo	24 Tahun
3	Angeli Mawarni Gea	22 Tahun
4	Fitrahman Gea	29 Tahun
5	Viky Martin Lase	26 Tahun

Berdasarkan usia, kelima informan dalam penelitian ini berada pada rentang 22 hingga 35 tahun. Informan kunci berusia 35 tahun, dua informan utama berusia 24 tahun dan 22 tahun, sedangkan dua informan pendukung berusia 29 tahun dan 26 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh informan berada pada kategori usia produktif, sehingga dapat memberikan pandangan yang relevan sesuai dengan peran dan pengalaman masing-masing.

3. Karakteristik Informan Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 4 Karakteristik Informan Berdasarkan Pekerjaan

No.	Nama	Pekerjaan
1	Ridhoi Try Putra Waruwu	Wiraswasta
2	Fenieli Syetiani Gulo	Karyawan
3	Angeli Mawarni Gea	Karyawan
4	Fitrahman Gea	Wiraswasta
5	Viky Martin Lase	Mahasiswa

Berdasarkan kategori pekerjaan, informan dalam penelitian ini memiliki latar belakang yang beragam. Informan kunci, yaitu Bapak Ridhoi Try Putra Waruwu, berprofesi sebagai wiraswasta sekaligus pemilik Murai Coffee. Dua informan utama, yakni Ibu Fenieli Syetiani Gulo dan Ibu Angeli Mawarni Gea, bekerja sebagai karyawan yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional usaha. Sementara itu, dari kalangan pelanggan, Bapak Fitrahman Gea berprofesi sebagai wiraswasta, sedangkan Bapak Viky Martin Lase berstatus sebagai mahasiswa.

4. Karakteristik Informan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 5 Karakteristik Informan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Nama	Pendidikan Terakhir
1	Ridhoi Try Putra Waruwu	Sarjana (S1)
2	Fenieli Syetiani Gulo	SMA/SMK Sederajat
3	Angeli Mawarni Gea	SMA/SMK Sederajat
4	Fitrahman Gea	SMA/SMK Sederajat
5	Viky Martin Lase	SMA/SMK Sederajat

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, informan dalam penelitian ini didominasi oleh lulusan SMA/SMK sederajat, yaitu empat orang informan Ibu Feniel Syetiani Gulo, Ibu Angeli Mawarni Gea, Bapak Fitrahman Gea, dan Bapak Viky Martin Lase. Sementara itu, informan kunci, Bapak Ridhoi Try Putra Waruwu, memiliki latar belakang pendidikan Sarjana (S1).

4.2 Analisis Hasil Penelitian

Peneliti melakukan wawancara secara langsung di lokasi penelitian dengan menemui informan kunci, informan utama, dan informan pendukung. Teknik wawancara ini dilakukan untuk menggali data yang relevan dan mendalam mengenai Analisis Bauran Promosi Dan Tempat Dalam Meningkatkan Penjualan Di Murai *Coffee* Gunungsitoli. Proses wawancara berlangsung dalam suasana yang kondusif, sehingga memungkinkan informan memberikan jawaban secara terbuka dan jujur.

Murai *Coffee* merupakan salah satu kedai kopi yang menyediakan kopi sebagai menu utamanya, namun ada juga menu lain seperti minuman non kopi dan juga makanan lainnya. Dalam mengembangkan usahanya untuk meningkatkan penjualan, Murai *Coffee* perlu melakukan bauran promosi yang tepat agar tempat atau lokasi Murai *Coffee* diketahui oleh banyak orang.

Berikut ini adalah analisis hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di lapangan :

4.2.1 Bauran Promosi (*Promotion*)

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah suatu bentuk komunikasi atau pesan yang digunakan untuk mempengaruhi, membujuk, atau menginformasikan khalayak (umum) tentang suatu produk, jasa, ide, atau merek, dengan tujuan utama untuk mendorong tindakan, seperti membeli, menggunakan, atau mendukung sesuatu. Periklanan bisa disampaikan melalui berbagai media seperti televisi, radio, koran, majalah, internet (media sosial, website), billboard, dan lain-lain.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Media periklanan apa saja yang digunakan di Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

”Dalam melakukan periklanan, kami dari tim Murai *Coffee* sendiri menggunakan media periklanan yaitu *Instagram*, *Facebook*, dan *Google Ads*, yang memberikan keunggulan bagi Murai *Coffee* dalam menjangkau konsumen secara lebih tepat sasaran. Ketiga media ini mendukung upaya dalam meningkatkan penjualan serta memperkuat eksistensi Murai *Coffee*.”

Selanjutnya, hal yang sama juga disampaikan oleh karyawan Murai *Coffee* yaitu ibu Feniel Syetiani Gulo pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 13.00 WIB mengenai Media periklanan apa saja yang digunakan di Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

”Untuk periklanan yang digunakan di Murai *Coffee* sendiri itu memang ada 3 media yaitu *instagram*, *facebook*, dan *google ads*. Dengan tujuan agar keberadaan dari Murai *Coffee* sendiri dapat diketahui oleh banyak orang.”

Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa Murai *Coffee* memanfaatkan tiga media digital utama dalam kegiatan periklanannya, yaitu *Instagram*, *Facebook*, dan *Google Ads*. Penggunaan ketiga *platform* ini bertujuan untuk memperluas jangkauan promosi, meningkatkan penjualan, serta memperkuat eksistensi dan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan Murai *Coffee*. Media ini dinilai efektif untuk menjangkau konsumen secara lebih tepat sasaran dan memperkenalkan Murai *Coffee* kepada khalayak yang lebih luas.

Hal ini juga didukung oleh salah seorang pelanggan Murai *Coffee*, yaitu bapak Viky Martin Lase pada tanggal 15 Juli 2025 pukul 17.38 WIB dimana peneliti bertanya terkait, Bagaimana Anda pertama kali mengetahui atau memutuskan untuk berkunjung ke Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

”Saya pertama kali mengetahui Murai *Coffee*, dikarenakan letak Murai *Coffee* sendiri dekat dengan rumah saya, dan saya juga sering melewati Murai *Coffee*, bisa dikatakan karna desanya bertetangga. Selain itu saya juga pernah melihat iklan yang dilakukan Murai *Coffee* melalui *platform* media sosial yaitu di *Facebook*.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh pelanggan lainnya yaitu bapak Fitrahman Gea pada tanggal 16 Juli 2025 pukul, 14.20 WIB. Dengan pertanyaan yang sama yaitu Bagaimana Anda pertama kali mengetahui atau memutuskan untuk berkunjung ke Murai *Coffee*?

Beliau Menjawab :

”Saya pertama kali mengetahui Murai *Coffee* sendiri melalui media sosial yaitu *Instagram*. Saya melihat promosi yang mereka lakukan dari *Instagram* dengan memperkenalkan berbagai varian menu yang tersedia dan lokasi kafe mereka.”

Jadi berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa pelanggan, didapatkan bahwa mereka mengetahui Murai *Coffee* melalui media sosial yang dimiliki oleh pihak kafe seperti *Instagram* dan *Facebook*. Media sosial tersebut dinilai efektif dalam menyampaikan informasi terkait menu, serta suasana kafe. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya periklanan melalui *platform* digital telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan keberadaan Murai *Coffee* di kalangan konsumen, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.

Selanjutnya peneliti melanjutkan pertanyaan kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Mengapa Anda memilih media-media tersebut?

Beliau menjawab :

”Dikarenakan dalam media sosial seperti *Instagram*, kebanyakan penggunaannya yaitu anak muda ataupun remaja, di *Facebook* lebih mengarah kepada orangtua karena rata rata orangtua zaman sekarang lebih banyak menggunakan *facebook*

dibanding *Instagram*, dan Google ads sendiri kami targetkan kepada masyarakat dengan radius di sekitar Murai *Coffee*.”

Hal tersebut juga disampaikan oleh karyawan dari Murai *Coffee* yaitu ibu Feniel Syetiani Gulo pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 13.00 WIB mengenai, Mengapa Anda memilih media-media tersebut?

Beliau menjawab :

”Remaja saat ini lebih populer dengan yang namanya *platform Instagram*, sebab itu Murai *Coffee* menggunakan *Instagram* sebagai alat promosi agar kaum anak muda ataupun remaja mengetahui keberadaan Murai *Coffee*. Untuk *Facebook* sendiri Murai *Coffee* lebih menargetkan untuk kaum yang lebih tua, dikarenakan *Facebook* lebih populer di kalangan ibu-ibu dan bapak-bapak di zaman ini. Dan Google ads sendiri kami targetkan kepada masyarakat dengan radius di sekitar Murai *Coffee*.”

Jadi berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa Murai *Coffee* melakukan segmentasi audiens dalam strategi periklanannya di media digital. *Instagram* digunakan untuk menjangkau kalangan remaja dan anak muda yang aktif di *platform* tersebut, sementara *Facebook* lebih ditujukan untuk segmen usia yang lebih tua, seperti orang tua atau kalangan dewasa yang lebih akrab dengan media sosial tersebut. Sedangkan Google Ads dimanfaatkan untuk menargetkan masyarakat yang berada di sekitar lokasi Murai *Coffee*. Strategi ini menunjukkan bahwa Murai *Coffee* telah menerapkan pendekatan yang terarah dan sesuai dengan karakteristik pengguna masing-masing *platform*, guna meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas jangkauan pasar secara lebih optimal.

Hal ini juga berkenaan dengan pertanyaan yang di ajukan peneliti kepada salah satu pelanggan Murai *Coffee* yaitu bapak Viky Martin Lase pada tanggal 15 Juli 2025 pukul 17.38 WIB dengan pertanyaan, Pernahkah Anda melihat iklan Murai *Coffee* di media sosial atau tempat lain? Jika ya, di mana?

Beliau menjawab :

”Untuk iklan sendiri yang dilakukan oleh Murai *Coffee*, saya pernah melihatnya melalui akun *Facebook* namun itu sudah lama sekali, dimana mereka mengunggah beberapa menu kopi, minuman non kopi, dan juga makanan melalui akun tersebut.”

Hal ini juga disampaikan oleh pelanggan lainnya yaitu bapak Fitrahman Gea pada tanggal 16 Juli 2025 pukul, 14.20 WIB. Dengan pertanyaan yang sama yaitu Pernahkah Anda melihat iklan Murai *Coffee* di media sosial atau tempat lain? Jika ya, di mana?

Beliau menjawab :

”Tentunya untuk iklan sendiri, saya pernah melihatnya melalui *instagram* karena saya lebih aktif di *platform instagram* daripada media sosial lainnya seperti *facebook*, tapi sekarang saya sudah tidak pernah melihat postingan mereka lagi.”

Jadi berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dikatakan bahwa Murai *Coffee* pernah aktif melakukan kegiatan periklanan melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*, dengan menyajikan konten berupa menu kopi, minuman non-kopi, dan makanan. Namun, saat ini aktivitas promosi melalui *platform* tersebut tampaknya sudah tidak seintensif sebelumnya. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa mereka sudah jarang atau bahkan tidak lagi melihat unggahan terbaru dari Murai *Coffee*. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi dalam menjalankan promosi digital masih perlu ditingkatkan agar keberadaan dan informasi mengenai produk Murai *Coffee* tetap tersampaikan dengan baik kepada pelanggan, terutama mereka yang aktif di media sosial.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan cara menjual secara langsung kepada pelanggan. Kegiatan ini meliputi pajangan, demonstrasi, serta berbagai usaha penjualan yang tidak terulang dan tidak teratur. Tujuan dari promosi penjualan adalah untuk meningkatkan angka penjualan atau menambah jumlah pelanggan.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Bagaimana Anda menilai dampak program ini terhadap jumlah kunjungan dan peningkatan penjualan?

Beliau menjawab bahwa:

”Untuk dampak dari program promosi penjualan sendiri menurut saya biasa saja atau tidak terlalu berpengaruh terhadap jumlah kunjungan dan peningkatan penjualan, malah dapat beresiko tinggi karena pelanggan yang datang lebih beresiko kecewa. Karena, promosi tersebut bisa saja menimbulkan ekspektasi yang terlalu tinggi dari calon pelanggan, karena mereka hanya melihat tampilan produk melalui media sosial tanpa mencicipi langsung. Ketika datang dan mencoba, rasa yang dirasakan bisa jadi tidak sesuai dengan harapan. Hal ini tentu menjadi pertimbangan penting, karena kepuasan pelanggan sangat bergantung pada pengalaman langsung mereka terhadap rasa dan kualitas produk.”

Hal tersebut juga di ungkapkan oleh salah satu karyawan Murai *Coffee* yaitu ibu Angeli Mawarni Gea pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 14.42 WIB, dengan pertanyaan mengenai Bagaimana Anda menilai dampak program ini terhadap jumlah kunjungan dan peningkatan penjualan?

Beliau menjawab bahwa:

“Sebagai karyawan, kami melihat bahwa promosi di media sosial memang belum terlalu berdampak besar terhadap jumlah pengunjung atau peningkatan penjualan. Banyak pelanggan yang datang karena lihat postingan menarik, tapi saat mencoba langsung, bisa jadi rasanya nggak sesuai dengan harapan mereka. Karena itu, kami selalu berusaha jaga rasa dan pelayanan sebaik mungkin, biar pelanggan yang datang tetap merasa puas, meskipun awalnya cuma penasaran dari postingan. Harapannya, mereka tidak cuma datang sekali, tapi kembali lagi karena memang cocok.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat dikatakan bahwa promosi penjualan melalui media sosial dinilai belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan maupun penjualan. Promosi yang menarik di media sosial memang mampu menarik perhatian calon pelanggan, namun seringkali menimbulkan ekspektasi yang tinggi. Ketika pengalaman

langsung tidak sesuai dengan ekspektasi. Terutama dari segi rasa dan kualitas, hal tersebut justru dapat mengecewakan pelanggan. Oleh karena itu, menjaga kualitas produk dan pelayanan secara konsisten menjadi kunci utama agar pelanggan merasa puas dan bersedia untuk kembali, bukan hanya datang karena tertarik pada promosi.

Adapun peneliti bertanya kepada salah satu pelanggan Murai *Coffee* yaitu bapak Viky Martin Lase pada tanggal 15 Juli 2025 pukul 17.38 WIB, mengenai Apakah promosi penjualan yang dilakukan Murai *Coffee* memotivasi Anda untuk membeli lebih banyak atau lebih sering datang?

Beliau menjawab bahwa:

“Menurut saya, promosi yang dulu dilakukan Murai *Coffee* sebenarnya kurang efektif. Saat ada promosi penjualan, saya jadi lebih tertarik untuk datang dan mencoba menu baru. Tapi sekarang promosi penjualannya sudah tidak terlihat lagi, jadi saya merasa tidak ada dorongan lebih untuk beli lagi atau datang lebih sering. Padahal, promosi seperti itu sangat membantu mengenalkan produk mereka ke pelanggan baru.”

Hal yang sama juga disampaikan salah satu pelanggan Murai *Coffee* yaitu bapak Fitrahman Gea pada tanggal 16 Juli 2025 pukul, 14.20 WIB. Mengenai Apakah promosi penjualan yang dilakukan Murai *Coffee* memotivasi Anda untuk membeli lebih banyak atau lebih sering datang?

Beliau menjawab bahwa:

“Dulu waktu promosi penjualan Murai *Coffee* masih rutin, saya sering melihat di media sosial dan itu membuat saya penasaran untuk mampir. Promosi penjualannya seperti postingan menu baru, itu lumayan menarik perhatian. Tapi sekarang promosi penjualan mereka sudah tidak aktif, jadi saya pribadi tidak terlalu terdorong untuk datang sesering dulu. Sayang juga, karena itu cara yang bagus buat mengenalkan produk ke orang banyak.”

Berdasarkan dari hasil wawancara kepada pelanggan tersebut, dapat dikatakan bahwa promosi penjualan yang sebelumnya dilakukan oleh Murai *Coffee* sangat efektif untuk menarik perhatian dan mendorong minat pelanggan baru untuk mencoba produk baru.

Promosi melalui media sosial, seperti postingan menu baru, dinilai mampu memberikan kesan penasaran dan meningkatkan kunjungan. Namun, saat ini promosi yang dilakukan tersebut sudah tidak aktif lagi, yang mengakibatkan pelanggan merasa kehilangan dorongan untuk datang kembali. Padahal, promosi penjualan dinilai penting sebagai sarana untuk mengenalkan produk kepada pelanggan baru dan menjaga ketertarikan pelanggan lama.

3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi dapat diartikan sebagai tindakan presentasi promosi yang dilakukan secara langsung dari orang ke orang kepada pembeli. Bentuk promosi ini dapat dilakukan melalui pertemuan tatap muka, melalui telepon, melalui video *call*, atau melalui tautan interaktif antara penjualan dan pembeli seperti grup *WhatsApp* atau lainnya. Dalam proses ini, memungkinkan adanya interaksi langsung antara tenaga penjualan dengan pelanggan akhir, sehingga pada saat kontak langsung beberapa informasi dapat digali untuk aktivitas penjualan lainnya.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik *Murai Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Apakah ada pelatihan khusus untuk staf terkait pelayanan pelanggan dan teknik penjualan?

Beliau menjawab bahwa :

”Tentu saja ada pelatihan khusus untuk staf terkait pelayanan contohnya saja SOP melayani tamu dengan baik, SOP ketersediaan tisu di setiap meja, serta SOP penyediaan asbak untuk pelanggan yang merokok. Selain itu, staf juga dilatih untuk selalu memastikan meja selalu bersih guna menjaga kenyamanan para pelanggan dan konsumen baru”

Adapun hal yang sama disampaikan oleh karyawan dari *Murai Coffee* yaitu ibu Feniel Syetiani Gulo pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 13.00 WIB mengenai, Apakah ada pelatihan khusus untuk staf terkait pelayanan pelanggan dan teknik penjualan?

Beliau menjawab bahwa :

”Didalam menjalankan tugas sebagai staf di Murai *Coffee* tentunya kami sebagai karyawan tidak terlepas dari pelatihan. Dimana kami selalu di latih untuk selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan, seperti ketersediaan tisu, ketersediaan asbak rokok untuk pelanggan yang aktif merokok, serta selalu memperhatikan kenyamanan dari pelanggan atau pun konsumen yang baru berkunjung terhadap kebersihan meja ataupun lingkungan Murai *Coffee* sendiri.”

Berdasarkan dri hasil wawancara tersebut, dapat dikatakan bahwa Murai *Coffee* memberikan pelatihan khusus kepada staf untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pelatihan tersebut mencakup penerapan SOP (Standar Operasional Perusahaan) seperti melayani tamu dengan baik, memastikan ketersediaan tisu dan asbak bagi pelanggan yang merokok, serta menjaga kebersihan meja dan lingkungan sekitar. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memastikan kenyamanan pelanggan, termasuk konsumen baru, sehingga menciptakan pengalaman yang positif saat berkunjung ke Murai *Coffee*.

Adapun peneliti bertanya kepada salah satu pelanggan Murai *Coffee* yaitu bapak Viky Martin Lase pada tanggal 15 Juli 2025 pukul 17.38 WIB, mengenai Bagaimana Anda menilai keramahan dan pengetahuan staf Murai *Coffee* saat melayani Anda?

Beliau menjawab bahwa:

“Menurut saya, pelayanan di Murai *Coffee* sudah cukup baik. Karyawannya sigap dan cepat tanggap kalau ada pesanan atau permintaan dari pelanggan. Jadi tidak perlu menunggu lama, mereka juga keliatan banget ngutamain pelanggan, jadi kita ngerasa dihargai dan nyaman waktu nongkrong atau ngopi disana.”

Pelanggan lain juga menambahkan yaitu bapak Fitrahman Gea pada tanggal 16 Juli 2025 pukul, 14.20 WIB, dengan pertanyaan peneliti yang sama yaitu, Bagaimana Anda menilai keramahan dan pengetahuan staf Murai *Coffee* saat melayani Anda?

Beliau menjawab bahwa:

“Dari segi keramahan dan pengetahuan, menurut saya karyawan Murai *Coffee* cukup baik. Mereka melayani dengan sopan, ramah, dan tahu produk yang dijual. Hal ini membuat

saya merasa nyaman dan yakin untuk terus berkunjung ke sana.”

Berdasarkan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa pelayanan di Murai *Coffee* dinilai baik oleh pelanggan. Karyawan dinilai sigap, cepat tanggap, ramah, dan sopan dalam melayani, serta memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk yang ditawarkan. Hal ini memberikan rasa nyaman, dihargai, dan kepercayaan bagi pelanggan, sehingga mendorong mereka untuk terus berkunjung dan merasa betah saat berada di Murai *Coffee*.

4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan Masyarakat mengacu pada aktivitas yang dilakukan untuk menjaga interaksi yang harmonis dengan publik, termasuk media, konsumen, karyawan, dan berbagai pihak yang berkepentingan lainnya, dengan tujuan untuk mengangkat citra dan pesan yang positif terhadap usaha yang dijalankan.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan Seberapa penting peran promosi "dari mulut ke mulut" (word-of-mouth) bagi Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

“Tentu saja promosi dari mulut ke mulut sangat memiliki peran yang sangat penting bagi Murai *Coffee*. Dikarenakan ketika seorang pelanggan merasa puas dengan pelayanan, cita rasa kopi, suasana kafe, atau kenyamanan yang ditawarkan, mereka cenderung akan merekomendasikan Murai *Coffee* kepada teman, keluarga, atau rekan kerja secara langsung.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh salah satu karyawan Murai *Coffee* yaitu ibu Angeli Mawarni Gea pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 14.42 WIB dengan pertanyaan yang sama, Seberapa penting peran promosi "dari mulut ke mulut" (word-of-mouth) bagi Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

“Menurut saya, promosi dari mulut ke mulut itu benar-benar berpengaruh besar untuk Murai *Coffee*. Kami sering melihat sendiri, pelanggan yang puas biasanya akan datang lagi dan seringkali membawa teman, atau rekan kerja mereka. Dari situ, kami tahu bahwa pelayanan yang kami berikan itu berdampak langsung. Dan kami sadar, pengalaman pelanggan itu sendiri bisa jadi promosi yang paling kuat.”

Berdasarkan kedua hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi dari mulut ke mulut memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan Murai *Coffee*. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, rasa kopi, serta suasana kafe mendorong mereka untuk merekomendasikan Murai *Coffee* kepada orang-orang terdekat. Rekomendasi ini terbukti efektif karena mampu menarik pelanggan baru menjadikan pengalaman pelanggan sebagai bentuk promosi yang paling alami dan berpengaruh langsung terhadap peningkatan kunjungan dan reputasi kafe.

Adapun peneliti bertanya kepada salah satu pelanggan Murai *Coffee* yaitu bapak Viky Martin Lase, pada tanggal 15 Juli 2025 pukul 17.38 WIB mengenai, Apakah anda pernah merekomendasikan atau mengajak teman anda untuk berkunjung ke Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

“Tentu saja, saya pernah mengajak beberapa teman untuk datang ke Murai *Coffee*. Menurut saya, tempatnya nyaman dan suasananya cukup tenang untuk fokus, cocok untuk mengerjakan tugas kerja seperti mengetik atau menyusun laporan. Selain itu, kualitas kopinya juga bagus. Karena pengalaman saya cukup menyenangkan, saya merasa tidak ragu untuk merekomendasikannya kepada orang lain.”

Selanjutnya peneliti melanjutkan wawancara kepada pelanggan lain yaitu bapak Fitrahman Gea, pada tanggal 16 Juli 2025 pukul, 14.20 WIB dengan pertanyaan yang sama yaitu Apakah anda pernah merekomendasikan atau mengajak teman anda untuk berkunjung ke Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

“Saya sudah beberapa kali berkunjung ke Murai *Coffee* dan kesan pertama yang saya rasakan adalah suasananya yang sangat nyaman. Tempatnya cukup tenang sehingga sangat cocok digunakan untuk bekerja atau mengerjakan tugas. Selain itu, kualitas makanan yang disediakan juga sangat baik, sehingga turut membantu meningkatkan suasana hati saat bekerja. Dengan pengalaman yang menyenangkan tersebut, saya tidak ragu untuk merekomendasikan Murai *Coffee* kepada orang teman teman saya.”

Berdasarkan dari wawancara tersebut, maka dapat diartikan bahwa suasana yang nyaman dan tenang di Murai *Coffee* menjadi salah satu daya tarik utama yang membuat pelanggan merasa betah, terutama untuk kegiatan seperti bekerja atau menyelesaikan tugas. Ditambah dengan kualitas kopi dan makanan yang baik, pengalaman berkunjung ke Murai *Coffee* memberikan kesan positif bagi pelanggan. Hal ini mendorong mereka untuk merekomendasikan kafe tersebut kepada teman atau rekan mereka, yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam promosi dari mulut ke mulut.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung merupakan strategi yang melibatkan komunikasi langsung dengan konsumen atau penerima dalam bisnis, ditujukan untuk memicu reaksi dalam bentuk pesanan langsung, contohnya *WhatsApp Business* adalah salah satu media pemasaran langsung yang efektif karena bersifat personal, cepat, dan langsung menyasar target pelanggan. *Platform* ini banyak digunakan oleh UMKM maupun bisnis skala besar untuk menjaga kedekatan dengan para pelanggan.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Apakah Anda menggunakan *platform* lain seperti *WhatsApp Business* atau aplikasi pesan antar makanan? Bagaimana dampaknya terhadap penjualan?

Beliau menjawab bahwa :

“Tentunya di *Murai Coffee* sendiri, kami menggunakan *platform* tersebut, dikarenakan sangat membantu sekali jika ada pesanan dari luar. *Platform* tersebut sangat membantu dalam menerima pesanan dari pelanggan yang tidak dapat datang langsung ke lokasi. Dengan adanya layanan ini, proses pemesanan menjadi lebih praktis dan efisien, baik bagi pelanggan maupun bagi pihak kafe. Selain itu, dengan adanya *platform* tersebut dapat memperluas jangkauan pemasaran dan memudahkan pelanggan dalam mengakses produk-produk *Murai Coffee* dari mana saja.”

Hal yang sama juga ditambahkan oleh salah satu karyawan *Murai Coffee* yaitu ibu Angeli Mawarni Gea pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 14.42 WIB. Dengan pertanyaan yang sama terkait, Apakah Anda menggunakan *platform* lain seperti *WhatsApp Business* atau aplikasi pesan antar makanan? Bagaimana dampaknya terhadap penjualan?

Beliau menjawab bahwa:

”Untuk penggunaan layanan seperti ini, tentu saja *Murai Coffee* menggunakannya, layanan ini dapat mempermudah pelanggan untuk memesan langsung tanpa harus datang ke lokasi *Murai Coffee*. Hal ini juga dapat memberikan kesan positif kepada pelanggan terhadap layanan yang di berikan oleh *Murai Coffee*, meskipun melalui via chat atau *online*.”

Jadi, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pemilik dan karyawan, didapatkan bahwa *Murai Coffee* memanfaatkan *platform* lain seperti *WhatsApp Business* atau aplikasi pesan antar makanan untuk mempermudah pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke lokasi. Penggunaan layanan ini tidak hanya membuat proses pemesanan menjadi lebih praktis dan efisien, tetapi juga memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan citra positif terhadap pelayanan *Murai Coffee*. Dengan demikian, *platform* ini memberikan manfaat baik bagi pelanggan maupun pihak kafe dalam mendukung kemudahan akses dan kepuasan layanan.

Adapun peneliti bertanya kepada salah satu pelanggan *Murai Coffee* yaitu bapak Viky Martin Lase pada tanggal 15 Juli 2025 pukul 17.38 WIB mengenai, Apakah Anda pernah menerima pesan

promosi atau informasi dari Murai *Coffee* melalui *WhatsApp*, email, atau aplikasi tertentu?

Beliau menjawab bahwa :

”Ya, saya pernah menerima pesan promosi dari Murai *Coffee* melalui *WhatsApp*. Pesan tersebut biasanya berisi informasi mengenai menu dan harga menu di Murai *Coffee*. Menurut saya, pesan seperti ini sangat membantu karena saya bisa mendapatkan informasi tanpa harus datang langsung ke kafe. Namun, sejauh pengalaman saya, pesan promosi tersebut tidak dikirim secara rutin, sehingga terkadang saya kurang mengetahui *update* terbaru dari Murai *Coffee*. Selain mempermudah akses informasi, hal ini juga bisa menjadi cara yang baik untuk menjaga hubungan antara pihak kafe dan pelanggan.”

Berdasarkan pernyataan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa Murai *Coffee* telah memanfaatkan *platform WhatsApp* sebagai media untuk menyampaikan informasi promosi. Meskipun pesan yang diterima dinilai bermanfaat karena memudahkan pelanggan mendapatkan informasi terbaru, frekuensi pengiriman pesan promosi masih terbilang tidak rutin. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran langsung yang diterapkan sudah berjalan, namun masih memiliki peluang untuk ditingkatkan agar lebih efektif dalam menjangkau dan mempertahankan perhatian pelanggan.

6. Peningkatan Penjualan Melalui Bauran Promosi

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk terus mencari strategi yang efektif guna meningkatkan penjualan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan adalah melalui bauran promosi, yaitu kombinasi berbagai alat promosi yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk atau jasanya kepada pasar sasaran. Bauran promosi mencakup iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat. Dengan penerapan strategi promosi yang tepat, perusahaan tidak hanya dapat menarik perhatian konsumen, tetapi juga mendorong keputusan pembelian dan memperkuat posisi merek di pasar.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, bagaimana kontribusi bauran promosi dalam meningkatkan penjualan di Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

“Kontribusi bauran promosi terhadap peningkatan penjualan di Murai *Coffee* tentunya cukup memberikan dampak yang positif dan signifikan. Melalui penerapan strategi promosi yang tepat, Murai *Coffee* mampu menjangkau lebih banyak pelanggan potensial sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Misalnya, dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, Murai *Coffee* dapat memperkenalkan produk-produk baru, serta membangun citra merek yang lebih kuat di mata konsumen, khususnya di kalangan anak yang menjadi target pasar utama.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa kontribusi bauran promosi terhadap peningkatan penjualan di Murai *Coffee* cukup memberikan dampak yang positif dan signifikan. Dengan penerapan strategi promosi yang tepat, seperti pemanfaatan media sosial untuk memperkenalkan produk baru dan memperkuat citra merek, Murai *Coffee* berhasil menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Strategi ini cukup efektif, terutama dalam menarik perhatian target pasar utama seperti kalangan anak muda, sehingga turut mendorong pertumbuhan penjualan dan memperkuat posisi Murai *Coffee* di tengah persaingan pasar.

4.2.2 Tempat/Lokasi (*Place*)

1. Akses

Akses merujuk pada kemudahan suatu lokasi untuk dijangkau, baik oleh kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Sebuah tempat usaha yang memiliki aksesibilitas yang baik akan

lebih mudah dikunjungi oleh pelanggan, sehingga berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan dan penjualan. Lokasi yang berada di tepi jalan utama, terminal, menjadi nilai tambah karena memudahkan mobilitas konsumen.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik *Murai Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Bagaimana *Murai Coffee* memastikan lokasinya mudah ditemukan oleh pelanggan baru?

Beliau menjawab bahwa :

”Tentunya dengan melakukan promosi dan memberikan pencahayaan yang cukup pada *Murai Coffee* yang menandakan adanya sebuah kafe pada tempat tersebut, contohnya penerangan *indoor* yang diatur sedemikian rupa agar menciptakan suasana hangat bagi pengunjung. Lalu dibagian luar diberikan lampu jalan, untuk memberikan kesan terang di area sekitar kafe, terutama pada malam hari. Serta memberikan lampu box atau papan nama yang menyala dari dalam di sekitar *Murai Coffee*. Lampu box ini berfungsi sebagai identitas yang menampilkan nama usaha atau logo, sehingga memudahkan pelanggan baru menemukan lokasi *Murai Coffee*.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh salah satu karyawan *Murai Coffee* yaitu ibu Feniel Syetiani Gulo, pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 13.00 WIB, dengan pertanyaan yang sama mengenai, Bagaimana *Murai Coffee* memastikan lokasinya mudah ditemukan oleh pelanggan baru?

Beliau menjawab bahwa :

”Untuk kemudahan agar lokasi ini ditemukan, tentunya kami menggunakan pencahayaan yang terang, agar masyarakat yang melewati area *Murai Coffee* sendiri mengetahui bahwa di sekitar ini terdapat sebuah kafe. Tidak hanya itu saja, kami juga memasang lampu box dengan logo *Murai Coffee* di area depan kafe untuk menarik perhatian masyarakat yang melintas, sehingga bisa diketahui oleh orang banyak.”

Dari hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa penerangan merupakan salah satu promosi visual yang penting bagi *Murai Coffee*. Pihak kafe secara sengaja menata penerangan, baik di dalam ruangan untuk menciptakan suasana hangat dan nyaman,

maupun di luar ruangan dengan lampu jalan agar area sekitar kafe tampak terang, terutama pada malam hari. Selain itu, penggunaan lampu box atau papan nama yang menyala juga menjadi penanda visual yang berfungsi sebagai identitas kafe dan mempermudah masyarakat, khususnya pelanggan baru, untuk menemukan lokasi Murai *Coffee*. Strategi ini dilakukan agar keberadaan kafe lebih terlihat dan menarik perhatian orang yang melintas.

Adapun peneliti bertanya kepada salah satu pelanggan Murai *Coffee* yaitu, bapak Viky Martin Lase pada tanggal 15 Juli 2025 pukul 17.38 WIB, mengenai Apakah Murai *Coffee* mudah dijangkau dari lokasi Anda?

Beliau menjawab bahwa :

”Untuk lokasi saya dari Murai *Coffee* sendiri itu sangat mudah dijangkau, dikarenakan jarak rumah saya dengan lokasi Murai *Coffee* cukup dekat. Jadi saya tidak terlalu jauh menempuh jarak untuk menuju ke Murai *Coffee*, karena memudahkan saya untuk berkunjung kapan saja, baik untuk bersantai atau melakukan aktivitas lainnya. Namun, untuk orang awam yang tidak sering melewati Murai *Coffee*, kemungkinan tidak akan terlihat, meskipun Murai *Coffee* sudah memasang lampu box yang memiliki logo Murai *Coffee* di bagian depan kafanya.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut lokasi Murai *Coffee* mudah dijangkau bagi masyarakat yang tinggal di sekitarnya karena jaraknya cukup dekat dan memudahkan untuk berkunjung kapan saja. Namun, bagi orang yang tidak familiar atau jarang melewati area tersebut, keberadaan Murai *Coffee* cenderung kurang terlihat, meskipun telah dipasang lampu box berlogo di bagian depan kafe. Hal ini menunjukkan bahwa visibilitas kafe masih perlu ditingkatkan untuk menjangkau calon pelanggan yang belum mengenal lokasinya.

2. Visibilitas

Visibilitas berarti tingkat keterlihatan suatu tempat usaha dari kejauhan. Lokasi yang memiliki visibilitas tinggi akan lebih mudah menarik perhatian calon pelanggan karena dapat terlihat dengan jelas, bahkan dari jarak pandang normal atau jauh. Faktor ini penting dalam pemasaran pasif, karena keberadaan usaha secara tidak

langsung dapat menarik minat pengunjung hanya melalui tampilan visualnya dari luar.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Apakah desain eksterior, papan nama, atau elemen visual lainnya membantu meningkatkan visibilitas Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

”Untuk tampilan luar seperti papan nama dan desain eksterior merupakan peran penting terhadap visibilitas Murai *Coffee*. Karena dengan desain seperti itu memudahkan masyarakat mengetahui bahwa di lokasi tersebut terdapat sebuah kafe. Salah satu yang paling menonjol adalah lampu box yang digunakan Murai *Coffee*, ini juga menandakan identitas Murai *Coffee* dengan jelas sehingga mampu menarik perhatian orang yang melintas di malam hari. Tidak hanya itu saja Murai *Coffee* juga menggunakan penerangan *indoor* yang diatur sedemikian rupa agar menciptakan suasana hangat bagi pengunjung. Lalu dibagian luar diberikan lampu jalan, untuk memberikan kesan terang di area sekitar kafe, terutama pada malam hari.”

Hal ini juga disampaikan oleh karyawan Murai *Coffee* yaitu, ibu Angeli Mawarni Gea pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 14.42 WIB. Dengan pertanyaan yang sama terkait, Apakah desain eksterior, papan nama, atau elemen visual lainnya membantu meningkatkan visibilitas Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

”Tentu saja untuk desain eksterior, papan nama dan elemen visual lainnya sangat membantu visibilitas Murai *Coffee*. Dikarenakan dengan adanya desain tersendiri dari Murai *Coffee* itu dapat memudahkan seseorang mengetahui keberadaan dari Murai *Coffee*, dan itu bisa meningkatkan jumlah pengunjung karena desain eksterior seperti elemen papan nama yang digunakan Murai *Coffee* adalah dengan menggunakan lampu box yang dapat menarik perhatian dari masyarakat. Di bagian dalam juga pencahayaannya diatur supaya suasananya terasa nyaman buat pengunjung. Selain itu, pencahayaan di bagian luar seperti lampu jalan juga dipasang untuk memberikan kesan terang dan aman di sekitar lingkungan kafe.”

Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut, dapat dikatakan bahwa desain eksterior Murai *Coffee*, termasuk penggunaan lampu

box sebagai papan nama dan pencahayaan yang tertata baik, sangat membantu meningkatkan visibilitas kafe. Lampu box berfungsi sebagai identitas yang menarik perhatian, terutama di malam hari, sementara pencahayaan indoor menciptakan suasana hangat, dan lampu luar memberikan kesan terang serta aman di sekitar kafe. Seluruh elemen visual ini memudahkan masyarakat mengenali keberadaan *Murai Coffee* dan memperkuat daya tarik kafe bagi pengunjung.

Adapun peneliti bertanya kepada pelanggan *Murai Coffee* yaitu, bapak Viky Martin Lase pada tanggal 15 Juli 2025 pukul 17.38 WIB, mengenai Apakah *Murai Coffee* mudah terlihat saat Anda melintas di daerah ini?

Beliau menjawab bahwa :

”Terkait dengan keberadaan lokasi *Murai Coffee* sendiri cukup mudah terlihat bagi saya dan masyarakat yang tinggal di sekitar area tersebut atau bagi mereka yang sering melintasi jalan di depannya. Hal ini disebabkan karena keberadaan kafe sudah menjadi bagian dari pemandangan sehari-hari bagi masyarakat sekitar. Namun, untuk orang awam dan yang tidak familiar dengan wilayah tersebut atau jarang melewati jalan di sekitar *Murai Coffee*, keberadaan kafe ini cenderung kurang terlihat. Hal ini disebabkan oleh pencahayaan di area sekitar yang masih kurang maksimal, sehingga terlihat agak gelap, terutama pada malam hari. Meskipun *Murai Coffee* sudah menggunakan papan nama, kadang itu tidak terlihat dari luar dikarenakan memang pencahayaan yang kurang memadai di daerah sekitar *Murai Coffee*.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh pelanggan lain yaitu, bapak Fitrahman Gea, pada tanggal 16 Juli 2025 pukul, 14.20 WIB dengan pertanyaan yang sama yaitu Apakah *Murai Coffee* mudah terlihat saat Anda melintas di daerah ini?

Beliau menjawab bahwa :

”Menurut saya sendiri, *Murai Coffee* cukup terlihat bagi warga yang tinggal di sekitar atau yang sering melewati kawasan tersebut, karena lokasinya memang berada di pinggir jalan. . Namun, bagi orang yang tidak terbiasa melewati area itu, kemungkinan akan sulit untuk menyadari keberadaan kafe ini. Pada siang hari kafe ini pun kurang terlihat karena kurang mencolok, dikarenakan bagian depan *Murai Coffee* terlihat

tertutup dengan tirai bambu. Hal ini bisa jadi karena pencahayaannya belum begitu terang, terutama di malam hari, sehingga tampilan kafanya kurang mencolok dari kejauhan.”

Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut, maka dapat dikatakan bahwa visibilitas Murai *Coffee* cukup mudah dikenali oleh masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi atau yang sering melintasi area tersebut, karena letaknya yang berada di pinggir jalan dan sudah menjadi bagian dari pemandangan sehari-hari. Namun, bagi orang yang tidak familiar dengan kawasan tersebut atau jarang melintasinya, kafe ini cenderung kurang terlihat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pencahayaan yang kurang optimal terutama pada malam hari, serta tampilan bagian depan kafe yang terlihat tertutup oleh tirai bambu, sehingga mengurangi visibilitas baik pada siang maupun malam hari. Meskipun Murai *Coffee* telah menggunakan papan nama, kurangnya pencahayaan membuat elemen tersebut tidak terlalu menonjol dari luar.

3. Lingkungan

Lingkungan sekitar juga memegang peranan penting dalam menunjang kesuksesan suatu usaha. Lingkungan yang kondusif, aman, bersih, serta memiliki aktivitas masyarakat yang dinamis akan memberikan dampak positif terhadap kelangsungan bisnis. Selain itu, keberadaan usaha-usaha pendukung seperti perkantoran, sekolah, kampus, atau kawasan niaga juga bisa menjadi pasar potensial bagi tempat usaha tersebut.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Menurut Anda, apakah lingkungan sekitar Murai *Coffee* ini mendukung atau justru menjadi tantangan bagi penjualan? Mengapa? Beliau menjawab bahwa :

”Meskipun Murai *Coffee* tidak terletak di pusat kota dan tidak dekat dengan pusat keramaian, lingkungan sekitar justru memberikan dukungan yang kuat terhadap penjualan. Hal ini terlihat dari beberapa aspek yang secara langsung berkontribusi terhadap kenyamanan pelanggan dan potensi pertumbuhan

bisnis. lingkungan yang tenang dan jauh dari keramaian kota menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan yang mencari suasana santai untuk bersantai, bekerja, atau berbincang dengan teman. Banyak orang saat ini justru mencari tempat ngopi yang tidak terlalu ramai, di mana mereka bisa menikmati waktu dengan tenang tanpa kebisingan.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh salah satu karyawan Murai *Coffee* ibu Feniel Syetiani Gulo, pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 13.00 WIB, dengan pertanyaan yang sama mengenai Menurut Anda, apakah lingkungan sekitar Murai *Coffee* ini mendukung atau justru menjadi tantangan bagi penjualan? Mengapa?

Beliau menjawab bahwa :

“Sebagai bagian dari tim operasional di Murai *Coffee*, saya melihat bahwa meskipun lokasi kami tidak berada di pusat kota atau di sekitar kawasan kampus, lingkungan sekitar tetap memberikan dukungan yang signifikan terhadap kegiatan usaha, khususnya dalam hal penjualan. Suasana yang tenang dan jauh dari keramaian justru menjadi daya tarik tersendiri bagi banyak pelanggan. Situasi ini juga memungkinkan kami untuk memberikan pelayanan yang lebih fokus dan personal kepada setiap pelanggan. Dengan demikian, saya menilai bahwa lingkungan sekitar, meskipun secara lokasi tidak tergolong strategis, tetap memberikan kontribusi positif terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan usaha kami.”

Berdasarkan wawancara tersebut, meskipun Murai *Coffee* tidak berada di lokasi yang tergolong strategis seperti pusat kota, atau kawasan ramai, lingkungan sekitar tetap memberikan dukungan yang kuat terhadap penjualan. Suasana yang tenang dan jauh dari kebisingan justru menjadi nilai tambah yang menarik bagi pelanggan yang menginginkan kenyamanan dan ketenangan. Hal ini tidak hanya menciptakan pengalaman ngopi yang lebih menyenangkan, tetapi juga memungkinkan pelayanan yang lebih personal dan fokus. Dengan demikian, lingkungan sekitar Murai *Coffee*, meskipun sederhana, tetap memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan dan keberlangsungan usaha.

Adapun wawancara yang telah peneliti lakukan kepada pelanggan yaitu bapak Viky Martin Lase pada tanggal 15 Juli 2025 pukul 17.38 WIB, mengenai Bagaimana pendapat Anda tentang

suasana dan lingkungan di sekitar Murai *Coffee*? (Misalnya: aman, nyaman, bersih)

Beliau menjawab bahwa :

”Menurut saya sendiri, untuk suasana dan lingkungan Murai *Coffee* kurang menarik karena kebisingan suara kendaraan. Kebisingan ini membuat suasana jadi kurang tenang, apalagi bagi pengunjung yang ingin santai, ngobrol, atau bekerja. Selain itu, di dalam kafe juga terasa cukup panas. Akan lebih baik jika ditambahkan kipas angin agar udara lebih sejuk dan pengunjung jadi lebih nyaman.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh pelanggan lain yaitu, bapak Fitrahman Gea, pada tanggal 16 Juli 2025 pukul, 14.20 WIB dengan pertanyaan yang sama yaitu Bagaimana pendapat Anda tentang suasana dan lingkungan di sekitar Murai *Coffee*? (Misalnya: aman, nyaman, bersih)

Beliau menjawab bahwa :

“Untuk suasana lingkungan Murai *Coffee* menurut saya suara kendaraan dari luar cukup terdengar jelas, sehingga membuat suasana di dalam kafe terasa kurang tenang. Namun itu tidak terlalu bermasalah bagi saya pribadi karna memang tidak bis akita pungkiri, Murai *Coffee* ini terletak disamping jalan besar. Saran saya, lebih ke suhu di dalam ruangan yang terasa panas yang membuat saya pribadi gerah, mungkin dengan menambahkan kipas angin atau sistem pendingin di Murai *Coffee*, kenyamanan pengunjung bisa lebih terjaga.”

Dari wawancara dengan dua pelanggan, dapat disimpulkan bahwa suasana di Murai *Coffee* kurang nyaman karena suara kendaraan dari luar yang cukup berisik, sehingga membuat tempat kurang tenang. Selain itu, udara di dalam kafe terasa panas, sehingga pengunjung merasa kurang nyaman. Mereka menyarankan agar Murai *Coffee* menambah kipas angin atau pendingin udara supaya suasananya lebih sejuk dan nyaman untuk bersantai atau bekerja.

4. Persaingan

Dalam memilih lokasi usaha, penting untuk mempertimbangkan tingkat persaingan di daerah tersebut. Lokasi yang terlalu padat dengan usaha sejenis dapat menyebabkan persaingan yang tinggi, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan jumlah pelanggan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang

masih memiliki peluang pasar namun minim kompetitor menjadi strategi yang cerdas untuk mempertahankan daya saing usaha.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Apakah keberadaan kompetitor di area kota berdampak positif atau negatif pada penjualan Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

“Tentu saja keberadaan pesaing justru berdampak positif bagi penjualan Murai *Coffee*. Dengan adanya berbagai pilihan kopi di kota, masyarakat memiliki kesempatan untuk melakukan perbandingan dari segi kualitas, harga, dan suasana tempat. Hal ini menjadi peluang bagi Murai *Coffee* untuk menonjolkan keunggulan produknya, baik dari sisi cita rasa produk, pelayanan, maupun konsep tempat yang ditawarkan. Persaingan juga mendorong inovasi dan peningkatan kualitas secara berkelanjutan, yang pada akhirnya menguntungkan pelanggan sekaligus memperkuat posisi Murai *Coffee* di pasar.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh salah satu karyawan Murai *Coffee* yaitu ibu Angeli Mawarni Gea pada tanggal 17 Juli 2025 pukul, 14.42 WIB, dengan pertanyaan yang sama mengenai, Apakah keberadaan kompetitor di area kota berdampak positif atau negatif pada penjualan Murai *Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

“Menurut saya sebagai karyawan, keberadaan pesaing di sekitar kota justru memberikan dampak yang baik bagi Murai *Coffee*. Dengan banyaknya pilihan tempat ngopi, masyarakat bisa menilai dan membandingkan sendiri kualitas dari masing-masing kedai. Hal ini mendorong kami untuk terus memberikan yang terbaik, baik dari segi rasa kopi, pelayanan, maupun suasana tempat. Persaingan membuat kami lebih semangat untuk menjaga kualitas dan berinovasi, supaya pelanggan tetap puas dan nyaman. Jadi, meskipun ada kompetitor, justru itu membuat Murai *Coffee* semakin berkembang dan dikenal masyarakat.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa keberadaan pesaing memberikan dampak positif bagi Murai *Coffee*. Persaingan mendorong Murai *Coffee* untuk terus meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan suasana tempat. Dengan adanya

banyak pilihan, masyarakat dapat membandingkan dan menilai sendiri, yang menjadi peluang bagi *Murai Coffee* untuk menunjukkan keunggulannya. Persaingan juga memicu semangat berinovasi dan menjaga kualitas agar tetap menjadi pilihan utama pelanggan, sehingga memperkuat posisi *Murai Coffee* di pasar.

5. Peningkatan Penjualan Melalui Tempat

Tempat atau *place* adalah salah satu faktor penting dalam meningkatkan penjualan. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan tempat bukan hanya lokasi fisik usaha, tetapi juga bagaimana produk atau layanan dapat diakses oleh konsumen. Di *Murai Coffee*, pemilihan lokasi yang strategis, mudah dijangkau, dan dekat dengan pusat keramaian seperti kampus atau perkantoran menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan selain itu, suasana tempat yang nyaman, bersih, dan tertata rapi juga berpengaruh besar. Dengan menyediakan tempat yang nyaman dan mudah diakses, serta memanfaatkan saluran distribusi yang sesuai, *Murai Coffee* dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan mendorong pertumbuhan penjualan secara keseluruhan.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik *Murai Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, bagaimana kontribusi tempat dalam meningkatkan penjualan di *Murai Coffee*?

Beliau menjawab bahwa :

“Tentunya tempat memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan di *Murai Coffee*. Meskipun lokasinya tidak berada di pusat kota atau area ramai, lingkungan yang tenang justru menjadi daya tarik tersendiri. Suasana yang nyaman dan jauh dari kebisingan membuat pelanggan merasa betah untuk bersantai, bekerja, atau berkumpul. Selain itu, penataan ruang yang rapi, fasilitas seperti colokan listrik, serta kebersihan tempat juga menambah kenyamanan. Hal-hal tersebut membuat pelanggan ingin datang kembali, sehingga secara tidak langsung membantu meningkatkan penjualan.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa Meskipun *Murai Coffee* tidak terletak di pusat kota, tempat tetap

memberikan kontribusi yang penting dalam meningkatkan penjualan. Lingkungan yang tenang, suasana yang nyaman, serta fasilitas yang memadai mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Hal ini membuat mereka merasa betah dan ingin kembali berkunjung, yang secara langsung berdampak pada peningkatan penjualan.

4.2.3 Keunggulan Murai Coffee

Salah satu aspek utama yang membedakan Murai *Coffee* dari kafe lain adalah adanya racikan kopi khas yang dibuat sendiri. Racikan ini tidak hanya mencerminkan kreativitas pemilik usaha dalam meramu cita rasa, tetapi juga menjadi identitas yang melekat pada Murai *Coffee*.

Hal ini berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik Murai *Coffee* yaitu bapak Ridhoi Try Putra Waruwu pada tanggal 15 Juli 2025 pukul, 18.28 WIB dengan pertanyaan, Menurut Anda, apa yang membedakan Murai *Coffee* dengan kafe lain di sekitar sini?

Beliau menjawab bahwa :

“Menurut saya, yang membedakan Murai *Coffee* dengan kafe lain adalah karena kami menggunakan racikan kopi sendiri yang memang kami formulasikan agar memiliki cita rasa khas dan berbeda. Hal itu membuat banyak pelanggan tertarik untuk mencoba dan akhirnya kembali lagi. Selain itu, kami juga mendesain interior kafe dengan konsep yang menarik dan nyaman, sehingga pengunjung betah berlama-lama. Kedua hal ini ternyata sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan, karena semakin banyak orang yang merasa cocok dengan rasa kopi dan suasananya, maka semakin besar juga peluang mereka untuk menjadi pelanggan tetap. Dari waktu ke waktu, penjualan kami terus meningkat berkat kombinasi antara produk khas dan suasana kafe yang mendukung.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Keunikan Murai *Coffee* terletak pada penggunaan racikan kopi khas buatan sendiri, faktor tersebut tidak hanya menjadi pembeda dengan kafe lain, tetapi juga terbukti mampu meningkatkan minat pelanggan untuk datang kembali. Produk yang memiliki cita rasa khas mendukung pengalaman pelanggan yang memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan secara berkelanjutan.

4.3 Hasil pembahasan

Dalam sebuah penelitian pembahasan merupakan bagian yang sangat penting karena di dalam pembahasan peneliti menguraikan makna mendalam dari data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, atau dokumentasi. Pembahasan tidak hanya berfokus pada apa yang ditemukan, tetapi juga menekankan pada bagaimana dan mengapa temuan tersebut muncul dalam konteks yang diteliti.

Pada bagian ini, peneliti menganalisis pola, tema, dan hubungan antar data, serta mengaitkannya dengan teori atau konsep yang relevan. Selain itu, pembahasan juga dapat memperlihatkan perbandingan antara temuan penelitian dengan hasil studi sebelumnya, sekaligus menunjukkan keunikan atau kontribusi dari penelitian yang dilakukan.

4.3.1 Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Di Murai *Coffee* Gunungsitoli

Bauran promosi adalah kombinasi dari berbagai alat promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran, seperti meningkatkan penjualan, memperkuat merek, dan menarik pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Walapatra et al., 2023), bauran promosi adalah perpaduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjual personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan, gabungan dari alat-alat promosi yang dirancang untuk mencapai tujuan serta memberikan informasi yang mengarahkan konsumen untuk terbujuk melakukan pembelian.

Menurut Wangsa et al. dalam (Manik et al., 2021) terdapat lima indikator bauran promosi, diantaranya adalah Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Hubungan Masyarakat (*Public Relation*), dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*). Berdasarkan indikator tersebut peneliti

menyusun daftar pertanyaan untuk wawancara, yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Periklanan (*Advertising*)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada beberapa informan, maka dapat disimpulkan bahwa Murai *Coffee* secara aktif memanfaatkan tiga media digital utama *Instagram*, *Facebook*, dan *Google Ads*, dalam strategi periklanannya. Ketiga *platform* ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan promosi, meningkatkan penjualan, serta membangun kesadaran masyarakat terhadap keberadaan Murai *Coffee*. Efektivitas penggunaan media sosial juga diperkuat oleh pendapat pelanggan, yang mayoritas mengetahui Murai *Coffee* melalui konten di *Instagram* dan *Facebook*. Media ini dinilai mampu menyampaikan informasi seputar menu dan suasana kafe dengan baik, terutama kepada generasi muda yang merupakan target utama Murai *Coffee*. Dengan demikian, periklanan digital telah memberikan dampak positif yang signifikan dalam memperkuat eksistensi dan daya tarik Murai *Coffee* pada saat ini.

Hasil wawancara dengan pertanyaan lain seputar periklanan juga mengatakan bahwa Murai *Coffee* telah menerapkan segmentasi audiens dalam strategi periklanan digitalnya. *Instagram* digunakan untuk menjangkau kalangan remaja dan anak muda, *Facebook* ditujukan untuk segmen usia dewasa, sementara *Google Ads* menargetkan masyarakat di sekitar lokasi kafe. Strategi ini mencerminkan pendekatan promosi yang terarah dan sesuai dengan karakteristik masing-masing *platform*.

Namun, meskipun strategi segmentasi ini dinilai efektif, beberapa pelanggan menyampaikan bahwa aktivitas promosi Murai *Coffee* di media sosial kini sudah tidak seaktif sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi dalam melakukan promosi digital masih perlu ditingkatkan agar informasi mengenai produk dan

keberadaan *Murai Coffee* tetap tersampaikan dengan baik kepada pelanggan, khususnya mereka yang aktif di media sosial.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan melalui media sosial memiliki peran penting dalam menarik perhatian dan minat awal pelanggan, terutama dalam memperkenalkan produk baru. Promosi seperti postingan menu di media sosial terbukti mampu menimbulkan rasa penasaran dan meningkatkan kunjungan pelanggan. Namun, promosi ini belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan jika tidak didukung oleh kualitas produk dan pelayanan yang konsisten.

3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Murai Coffee secara aktif meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf dan penerapan SOP. Pelatihan tersebut mencakup aspek keramahan, kebersihan, dan kesiapan melayani kebutuhan pelanggan, termasuk perokok. Hasilnya, pelayanan *Murai Coffee* dinilai baik oleh pelanggan, dengan karyawan yang ramah, cepat tanggap, sopan, dan memiliki pengetahuan produk yang memadai. Hal ini menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan, sehingga mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung dan merasa betah di tempat tersebut.

4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Selanjutnya *Murai Coffee* memanfaatkan hubungan masyarakat atau *public relation* yaitu promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan *Murai Coffee*. Kepuasan pelanggan terhadap suasana yang nyaman, kualitas kopi dan makanan, serta pelayanan yang baik mendorong mereka untuk merekomendasikan kafe ini kepada orang terdekat. Rekomendasi tersebut terbukti efektif dalam menarik pelanggan baru, menjadikan pengalaman positif pelanggan sebagai bentuk promosi alami yang kuat dan berpengaruh langsung terhadap peningkatan kunjungan serta reputasi *Murai Coffee*.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Selanjutnya Murai *Coffee* juga telah memanfaatkan pemasaran langsung yaitu *platform* digital seperti *WhatsApp Business* dan layanan pesan antar makanan untuk mempermudah akses bagi pelanggan yang tidak dapat datang langsung. Penggunaan *platform* ini tidak hanya membuat proses pemesanan lebih praktis dan efisien, tetapi juga meningkatkan jangkauan pemasaran dan citra pelayanan yang baik.

Namun, dari sisi pelanggan, penggunaan *WhatsApp* sebagai media promosi dinilai belum dilakukan secara rutin, meskipun informasi yang diberikan dianggap bermanfaat. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran langsung melalui *platform* digital sudah berjalan, tetapi masih memiliki ruang untuk ditingkatkan agar lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Dari hasil dari wawancara tersebut dapat dilihat bahwa Murai *Coffee* secara keseluruhan telah melakukan berbagai elemen dalam bauran promosi secara terpadu dan tepat sasaran. Keunggulan utama Murai *Coffee* terletak pada pelayanan yang berkualitas, promosi dari mulut ke mulut, serta pemanfaatan media digital. Meski demikian, konsistensi dan keberlanjutan dalam promosi digital dan pemasaran langsung perlu diperbaiki agar pesan dan informasi produk dapat terus tersampaikan secara efektif kepada pelanggan. Kombinasi antara kualitas produk, pelayanan prima, dan strategi promosi yang berkelanjutan menjadi kunci utama dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing Murai *Coffee*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ardi, 2021), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi dan bauran tempat dalam meningkatkan penjualan produk herbal HPA di Kota Pontianak, seluruh faktor bauran promosi telah diaplikasikan, namun penerapan pada aspek periklanan masih belum optimal. Pada bauran tempat, HPA Pontianak belum memiliki cabang resmi sehingga pengelolaan lokasi masih bergantung pada inisiatif stokis, agen, reseller, atau member.

Oleh karena itu, disarankan untuk memaksimalkan pemanfaatan media periklanan, baik cetak, elektronik, maupun internet untuk meningkatkan inovasi promosi penjualan, memperkuat hubungan masyarakat melalui penekanan manfaat produk bagi konsumen, serta memperbaiki akses lokasi agar lebih mudah dijangkau oleh seluruh kalangan. Selanjutnya hal ini juga didukung oleh pendapat Alma Bukhari di dalam (Lupi & Nurdin, 2021) bahwa salah satu tujuan bauran promosi yaitu untuk memperoleh peningkatan penjualan dan keuntungan, serta menarik pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Dari pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Murai *Coffee* Gunungsitoli telah menggunakan lima elemen utama bauran promosi, yaitu iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Iklan digital lewat *Instagram*, *Facebook*, dan Google Ads cukup efektif, tapi masih kurang konsisten. Promosi penjualan menarik minat pelanggan, namun belum cukup kuat jika tidak didukung oleh produk dan layanan yang baik. Pelayanan langsung dari staf sudah bagus dan membuat pelanggan merasa nyaman. Promosi dari mulut ke mulut juga sangat membantu menarik pelanggan baru. Pemasaran langsung lewat *WhatsApp* dan layanan pesan antar sudah dilakukan, tapi belum maksimal.

Secara keseluruhan, Murai *Coffee* sudah menjalankan strategi promosi dengan cukup baik. Namun, perlu peningkatan dalam hal konsistensi dan keberlanjutan, terutama di media digital. Gabungan antara promosi yang tepat, pelayanan yang baik, dan produk berkualitas menjadi kunci utama untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan.

4.3.2 Tempat Dalam Meningkatkan Penjualan Di Murai *Coffee* Gunungsitoli

Tempat atau area merupakan salah satu elemen dari 4P dalam strategi pemasaran atau bauran pemasaran. Lokasi adalah salah satu aspek yang memengaruhi bisnis. Oleh karna itu, sangat penting untuk

memilih lokasi yang ideal atau sesuai. Artinya pilihlah lokasi yang strategis dan tepat. Menurut Tjiptono dalam (Dewi & Setiawan, 2024), Tempat merujuk pada berbagai aktivitas pemasaran, termasuk promosi dan pengaturan pengiriman atau distribusi barang serta jasa dari produsen menuju konsumen. Konsep lokasi harus diperhatikan oleh pelaku bisnis, karena pemilihan lokasi yang tidak tepat bisa langsung menghambat kelangsungan usaha yang dijalankan.

Menurut Tjiptono dalam (Iffan & Suharlin, 2022), indikator lokasi usaha yang di jadikan patokan dalam penelitian ini adalah Akses, Visibilitas, Lingkungan, dan Persaingan. Berdasarkan indikator tersebut peneliti menyusun daftar pertanyaan untuk wawancara, yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Akses

Akses menuju Murai *Coffee* terbilang mudah karena berada di pinggir jalan yang dapat dilalui kendaraan roda dua maupun roda empat. Pihak kafe secara sengaja menata pencahayaan, baik di dalam ruangan untuk menciptakan suasana hangat dan nyaman, maupun di luar ruangan melalui lampu jalan dan lampu box berlogo guna menarik perhatian serta memperkuat identitas kafe. Strategi ini membantu pelanggan, terutama yang baru pertama kali datang, untuk lebih mudah menemukan lokasi kafe. Namun demikian, meskipun Murai *Coffee* terletak di lokasi yang cukup dekat dan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar, visibilitasnya masih dirasa kurang bagi orang yang tidak familiar dengan area tersebut. Keberadaan lampu box belum sepenuhnya efektif menarik perhatian dari kejauhan. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya tambahan untuk meningkatkan daya tarik visual kafe agar dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan yang belum mengenal lokasinya.

2. Visibilitas

Semakin jelas sebuah usaha terlihat dari jalan raya atau pusat aktivitas, semakin tinggi pula kemungkinan orang tertarik untuk berkunjung. Desain eksterior Murai *Coffee*, termasuk penggunaan

lampu box sebagai papan nama dan penataan pencahayaan yang baik, berperan penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik kafe. Lampu box membantu memperjelas identitas *Murai Coffee* dan menarik perhatian, terutama di malam hari. Pencahayaan di bagian dalam menciptakan suasana hangat dan nyaman, sementara lampu di area luar memberikan kesan terang dan aman, sehingga memudahkan masyarakat sekitar mengenali keberadaan kafe ini. Namun demikian, visibilitas *Murai Coffee* masih dirasa kurang bagi orang yang tidak familiar atau jarang melintasi kawasan tersebut. Meskipun kafe terletak di pinggir jalan, pencahayaan di bagian depan belum cukup optimal, dan keberadaan tirai bambu yang menutupi area depan kafe turut mengurangi keterlihatan dari luar, baik pada siang maupun malam hari. Hal ini membuat papan nama yang sudah tersedia menjadi kurang menonjol. Oleh karena itu, meskipun elemen visual yang ada sudah cukup membantu, peningkatan pada aspek pencahayaan dan tampilan eksterior tetap diperlukan agar *Murai Coffee* lebih mudah dikenali oleh pengunjung baru.

3. Lingkungan

Lingkungan *Murai Coffee* memang tidak terletak di lokasi yang tergolong strategis seperti pusat kota atau kawasan ramai. Namun, lingkungan sekitar yang cenderung tenang justru memberikan nilai lebih bagi sebagian pelanggan, terutama mereka yang mencari suasana nyaman dan jauh dari keramaian. Kondisi ini juga memungkinkan pihak kafe memberikan pelayanan yang lebih personal dan fokus, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan.

Meskipun demikian, dari wawancara dengan dua pelanggan, ditemukan beberapa masukan terkait kenyamanan di *Murai Coffee*. Salah satu hal yang disoroti adalah adanya kebisingan dari suara kendaraan di luar, yang cukup mengganggu ketenangan di dalam kafe. Selain itu, udara di dalam ruangan terasa panas, sehingga

kurang mendukung untuk bersantai atau bekerja dalam waktu yang lama. Dari temuan tersebut, disarankan agar *Murai Coffee* mempertimbangkan penambahan fasilitas seperti kipas angin atau pendingin udara, serta upaya meredam kebisingan dari luar. Dengan melakukan perbaikan pada aspek kenyamanan fisik, *Murai Coffee* berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung keberlangsungan usahanya di masa mendatang.

4. Persaingan

Keberadaan pesaing justru memberikan dampak positif bagi *Murai Coffee*. Persaingan yang ada mendorong *Murai Coffee* untuk terus meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan suasana kafe agar tetap unggul di mata pelanggan. Dengan banyaknya pilihan bagi konsumen, *Murai Coffee* melihat hal ini sebagai peluang untuk menunjukkan kelebihan yang dimiliki dibandingkan kafe lainnya. Selain itu, persaingan juga memacu semangat berinovasi dan menjaga konsistensi kualitas, sehingga mampu memperkuat posisi *Murai Coffee* di pasar dan tetap menjadi pilihan utama bagi para pelanggan.

Dari hasil wawancara tersebut, dapat dikatakan bahwa *Murai Coffee* memiliki potensi yang baik dalam mengembangkan usahanya, meskipun terdapat beberapa hal yang masih perlu ditingkatkan. Dari segi akses dan visibilitas, penggunaan lampu box telah menjadi strategi promosi visual yang cukup membantu dalam menarik perhatian dari kejauhan, khususnya bagi calon pelanggan yang belum familiar dengan lokasi kafe. Penataan eksterior pada bagian depan kafe diharapkan dapat memberikan ciri khas tersendiri sehingga keberadaan *Murai Coffee* lebih mudah dikenali. Dari sisi lingkungan, meskipun kafe tidak berada di lokasi strategis seperti pusat kota, suasana yang tenang justru menjadi keunggulan tersendiri bagi pelanggan. Namun demikian, terdapat kendala kenyamanan yang disampaikan pelanggan, kondisi ruangan yang panas. Hal ini menunjukkan perlunya penambahan

fasilitas seperti kipas angin atau pendingin udara. Sementara itu, dalam hal persaingan, Murai *Coffee* mampu memanfaatkannya secara positif dengan terus berinovasi dan menjaga kualitas pelayanan serta produk. Persaingan justru menjadi pemicu untuk tetap unggul dan konsisten dalam memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuni (Puspitaningrum & Aji Damanuri, 2022), menunjukkan bahwa dampak penjualan pada Grosir Berkah atas pemilihan lokasi yang dipilih oleh Pak Soib selaku pemilik usaha/owner memberikan dampak yang baik yakni penjualan berjalan stabil tidak ada kendala. Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun dikarenakan adanya faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi terdapat tujuh faktor yaitu aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan dan persaingan. Selanjutnya hal ini juga didukung oleh pendapat dari Swastha dalam (Rubiyani, 2020), Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha itu dilakukan. Tempat sebagai salah satu unsur dalam bauran pemasaran, mengacu pada kemudahan konsumen mengakses layanan.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa Murai *Coffee* Gunungsitoli memiliki potensi yang baik untuk berkembang, terutama karena suasana yang nyaman dan pelayanan yang berkualitas. Meskipun tidak berada di pusat kota, Murai *Coffee* berhasil menarik minat pelanggan melalui kualitas layanan. Lokasi yang berada cukup jauh dari pusat kota membuat keberadaannya belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat luas, terutama bagi calon pelanggan yang belum mengenal lokasi kafe. Kondisi ini membuat keberadaan kafe belum terlalu mencolok atau menonjol. Dari sisi kenyamanan lingkungan, kondisi suhu ruangan Murai *Coffee* yang cenderung panas juga menjadi salah satu tantangan yang perlu mendapatkan perhatian agar kenyamanan pengunjung tetap terjaga. Menyikapi hal tersebut, Murai *Coffee* menyediakan dua pilihan area bagi pelanggan, yaitu ruang tertutup yang telah dilengkapi dengan pendingin ruangan untuk

memberikan suasana yang lebih nyaman, serta ruang terbuka dengan fasilitas lesehan yang cocok digunakan sebagai tempat berkumpul bersama keluarga maupun bagi pelanggan yang merokok.

Secara keseluruhan, *Murai Coffee* Gunungsitoli memiliki potensi yang cukup baik untuk terus berkembang, ditunjang oleh suasana yang nyaman serta pelayanan yang berkualitas. Meskipun lokasi yang tidak berada di pusat kota menjadi tantangan dalam hal aksesibilitas dan visibilitas, *Murai Coffee* tetap mampu menarik perhatian pelanggan melalui mutu layanan yang diberikan. Selain itu, dengan menghadirkan pilihan area ruang tertutup yang dilengkapi pendingin udara maupun ruang terbuka dengan fasilitas lesehan, *Murai Coffee* berupaya memberikan kenyamanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap pengunjung.

4.3.3 Keunggulan *Murai Coffee*

Berdasarkan hasil penelitian, *Murai Coffee* memiliki kelebihan yang membuatnya berbeda dengan kafe lain di sekitarnya. Kelebihan utama yang ditemukan adalah racikan kopi khas yang diramu secara mandiri, faktor ini tidak hanya memberikan pengalaman yang berbeda bagi konsumen, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan. Menurut Rizka Rifdatus Safitri, dalam (Syarifuddin et al., 2022) pengertian bauran pemasaran adalah sebuah konsep strategi pemasaran bisnis untuk meningkatkan daya tarik calon pelanggan terhadap produk dengan menggunakan empat faktor utama yang saling berhubungan satu sama lain yaitu *Product, Price, Promotion, dan Place*.

Salah satu aspek utama yang membedakan *Murai Coffee* dari kafe lain adalah adanya racikan kopi khas yang dibuat sendiri. Racikan ini tidak hanya mencerminkan kreativitas pemilik usaha dalam meramu cita rasa, tetapi juga menjadi identitas yang melekat pada *Murai Coffee*. *Murai Coffee* memanfaatkan strategi ini melalui racikan kopi khas yang menghadirkan pengalaman rasa baru bagi konsumen. Hasil wawancara

juga menunjukkan bahwa keunikan utama *Murai Coffee* terletak pada penggunaan racikan kopi khas buatan sendiri. Keunikan tersebut bukan hanya menjadi identitas dan pembeda dengan kafe lain, tetapi juga memberikan nilai tambah yang mampu meningkatkan daya tarik serta minat pelanggan untuk berkunjung kembali. Selain itu, pengalaman yang diperoleh pelanggan melalui cita rasa khas, suasana yang nyaman, serta pelayanan yang diberikan menciptakan kepuasan tersendiri yang mendorong terbentuknya loyalitas. Kombinasi antara keunikan produk dan pengalaman positif pelanggan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan secara berkelanjutan. Dengan demikian, racikan kopi khas ini tidak hanya berfungsi sebagai produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

4.3.4 Peningkatan Penjualan

Penjualan adalah proses kegiatan menjual barang atau jasa kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Menurut Swasta Basu dalam (Syarifuddin et al., 2022), “Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang jasa yang ditawarkan. Jadi, adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dengan pembeli”.

Tujuan akhir dari pemanfaatan bauran promosi dan tempat dalam kegiatan pemasaran *Murai Coffee* bertujuan untuk menciptakan strategi yang terarah dan berdampak terhadap peningkatan penjualan. Tujuan akhir dari penerapan kedua elemen tersebut adalah untuk mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan melalui peningkatan jumlah kunjungan konsumen, transaksi pembelian, serta loyalitas pelanggan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Melalui bauran promosi, *Murai Coffee* membangun kesadaran merek dan menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, baik melalui media sosial, yang menarik minat pelanggan. Sementara itu,

aspek tempat dimanfaatkan secara maksimal melalui penataan lokasi yang strategis, kenyamanan suasana, serta aksesibilitas yang mudah dijangkau, sehingga mendukung pengalaman positif bagi konsumen selama berada di kafe. Tujuan akhir dari penggunaan bauran promosi dan tempat ini tidak hanya difokuskan pada peningkatan penjualan semata, melainkan juga mencakup efisiensi operasional, penciptaan citra usaha yang positif, dan penguatan posisi bisnis di tengah persaingan pasar.

Dengan demikian, bauran promosi dan tempat yang tepat dapat memberikan kontribusi penting dalam memastikan kelangsungan usaha, mencapai volume penjualan, mendapatkan laba serta menunjang pertumbuhan usaha *Murai Coffee*. Hal ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Alma Bukhari di dalam (Lupi & Nurdin, 2021) dimana salah satu tujuan dari bauran promosi yaitu menyebarluaskan informasi mengenai produk kepada calon pasar yang berpotensi serta untuk memperoleh peningkatan penjualan dan keuntungan, serta menarik pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Selanjutnya (Alawiyah, 2019) juga menyampaikan bahwa memilih tempat/lokasi usaha yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting, dikarenakan lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan, area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha.

Dengan menggabungkan promosi yang efektif dan pemilihan tempat yang sesuai, *Murai Coffee* dapat meningkatkan keuntungan, menjangkau pasar yang lebih luas, dan tetap bersaing di tengah persaingan bisnis yang ketat untuk meningkatkan penjualannya. Keunikan *Murai Coffee* juga diperkuat oleh adanya racikan kopi khas buatan sendiri serta suasana kafe dengan interior yang menarik, yang menjadi faktor pembeda dengan kafe lain sekaligus mampu menumbuhkan minat pelanggan untuk datang kembali.