

Evaluasi Strategi Penjualan Pada Café Allya

Evaluate the Sales Strategy at Café Allya

Fadila Marsanda¹, Shelfi Amanda Putri², Mutiara Anisah³, Niati Syafputri⁴,
Ramdani Bayu Putra⁵

¹⁻⁵Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

*Email Korespondensi : fadilamarsanda55@gmail.com

Article History:

Received: Mei 12, 2024;
Revised: Juni 18, 2024;
Accepted: Juli 10, 2024;
Online Available: Juli 12, 2024;

Keywords: *Allya Cafe, Improving Marketing, Sales*

Abstract: *This research aims to analyze the factors that influence the success of cafe businesses in Padang City. The research method used is quantitative with multiple linear regression analysis techniques. The research results show that the factors that influence the success of cafe businesses in Padang City are business location, product quality, product price, promotions and customer service. The problems found when conducting this research were that the marketing strategy was still lacking, there were many competitors, and the condition of the café building was still inadequate. The solution to the problem is, increasing marketing through social media, the products produced must be more varied and of better quality and provide a delicious and unique taste so that they can satisfy customers and the business is able to compete in market share, decorating the place to make it look more unique and attractive so that customers feel at home relax in a comfortable room. This article was prepared by observation, collecting data in interviews, and documentation. The results of this research show that customer satisfaction depends on the products produced and the services provided by employees.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kafe di Kota Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kafe di Kota Padang adalah lokasi usaha, kualitas produk, harga produk, promosi, dan pelayanan pelanggan. Masalah yang ditemukan saat melakukan penelitian ini adalah strategi pemasaran yang masih kurang, pesaing yang banyak, kondisi bangunan café yang masih kurang layak. Solusi permasalahan yaitu, meningkatkan pemasaran melalui media social, produk yang dikeluarkan harus lebih bervariasi dan berkualitas serta memberikan rasa yang enak dan unik agar bisa memberi kepuasan kepada pelanggan dan usaha mampu bersaing di pangsa pasar, mendekorasi tempat agar terlihat lebih unik dan menarik agar pelanggan betah bersantai di dalam ruangan yang nyaman. Penyusunan artikel ini dilakukan dengan cara observasi, mengumpulkan data dalam wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tergantung kepada produk yang disajikan dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

Kata Kunci : Kafe Allya, Meningkatkan Pemasaran, Penjualan

1. PENDAHULUAN

Café Allya berdiri pada tahun 2008 dan Café sendiri merupakan istilah kata “cofe” berasal dari Bahasa Prancis yang artinya kopi. Kafe pertama kali dikenal sebagai kedai kopi berasal dari Turki. Caffè shop pertama kali berdiri di Constatinopel, tepatnya di Instambul, Turki pada tahun 1475 namun, perkembangan kafe yang begitu pesat terjadi di negara

* Fadila Marsanda, fadilamarsanda55@gmail.com

Perancis, hingga memiliki julukan sebagai “Negeri Cafe”.

Cafe yang pertama kali didirikan di Indonesia pada tahun 1878 dengan nama Tek Sun Ho yang terletak di daerah Jawa Barat. Cafe ini awalnya menyajikan kopi jenis Arabica. Namun seiring berjalannya waktu Cafe ini sudah menyajikan berbagai macam sajian kopi. Awal mulanya, Cafe ini merupakan usaha praktis yang identic dengan sajian kopinya. Namun seiring berjalannya waktu, Cafe menyajikan berbagai macam minuman serta makanan ringan.

Tak hanya menyajikan sajian makanan dan minuman, kini kafe menjadi tempat favorit untuk bersantai karena kafe dinilai menghadirkan kenyamanan serta pelayanan yang baik bagi pelanggan yang datang.

Hal ini berdampak bagi para mahasiswa yang ingin memanfaatkan waktunya untuk makan sembari belajar, mengerjakan tugas, rapat, ataupun berkumpul dengan teman ditempat yang nyaman serta memiliki fasilitas yang memadai. Selain itu café menjadi tempat yang mulai diminatib mahasiswa, dikarenakan Lokasi yang dekat dengan kampus, kenyamanan, ketersediaan koneksi internet, musholla, toilet, konsep interior café yang cantik membuat para mahasiswa merasa betah saat berada disana.

2. METODE

Kegiatan ini dilakukan dengan pendekatan kepada Café Allya Jl. Raya Lubuk Begalung Kota Padang untuk meningkatkan strategi dan sumber daya perkembangan pada usaha yang telah dilakukan.

Proses implementasi kegiatan :

1. Persiapan

Kegiatan persiapan ini mencakup beberapa prosedur:

- a. Menyiapkan materi
- b. Survei Lokasi
- c. Mengurus surat-surat perizinan
- d. Membuat proposal dan proses persetujuan Lokasi penelitian kepada masyarakat

2. Penyaringan

setelah memaksimalkan persiapan, penyaringan kemudian menjadi tahap selanjutnya. Ada beberapa tahap yang dilakukan:

- a. Menyiapkan pembicara dan narasumber sebelum proses wawancara dimulai
- b. Memastikan semua materi yang dibutuhkan siap dibawa ke Lokasi
- c. memastikan semua kebutuhan kegiatan seperti transportasi dan pertanyaan.

3. Implementasi kegiatan

Kegiatan ini berkaitan dengan pelaksanaan penelitian dengan waktu yang telah terjadwal. Adapun rencana kegiatan yang ada:

- a. Penyajian materi penelitian team dosen dan mahasiswa
- b. Penelitian strategi, pengelolaan strategi dan sumber dalam peningkatan usaha

4. Evaluasi

Kegiatan ini bagian penting untuk menjadi inovasi dan perbaikan secara terus menerus di masa mendatang, sehubungan dengan capaian atau keterbatasan yang masih ada pada saat pelaksanaan penelitian.

5. Laporan

Terakhir dari kegiatan ini adalah pembuatan laporan dari pelaksanaan penelitian yang telah dilakukan untuk menjadi bagian dokumentasi bukti dari pelaksanaan kegiatan ini kepada beberapa pihak seperti LPPM.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yaitu memperoleh data dari penelitian lapangan langsung tentang Evaluasi Strategi Penjualan Pada Café Allya terhadap konsumen dalam usaha jual beli makanan dan minuman dipadang, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yaitu ingin mencari jawaban secara mendasar tentang proses kegiatan Usaha Café Allya. Objek dalam penelitian kualitatif adalah objek yang alamiah, atau natural setting, sehingga penelitian ini sering disebut penelitian naturalistic. Objek yang alami adalah objek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki objek, setelah berada di objek dan keluar dari objek relatif tidak berubah. Dalam penelitian kualitatif peneliti menjadi instrumen. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrument. Untuk menjadi instrumen peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret dan mengkontruksi objek yang diteliti menjadi jelas dan bermakna.

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari 1 pemilik Café Allya Pemilik sebagai subjek penelitian yang diambil merupakan pihak yang terlibat dalam pembelajaran PBL ini dengan tujuan agar subjek dapat memberikan data secara tepat terkait kreativitas usaha yang ia tekuni.

3. HASIL

Penelitian kepada UMKM ini dibangun dengan adanya analisis evaluasi strategi penjualan untuk memenuhi kepuasan pelanggan agar pemilik usaha senantiasa menciptakan produk terbaik, berkualitas, dengan rasa yang enak dan memberikan pelayanan terbaik bagi

pelanggan. Produktivitas berasal dari kata bahasa Inggris *productivity* yang merupakan gabungan dari dua kata, yaitu *product* dan *activity*. Jika dilihat berdasarkan asal katanya, produktivitas memiliki arti suatu bentuk aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan produk barang atau jasa. Secara umum, produktivitas adalah kemampuan setiap orang, sistem, atau suatu perusahaan dalam menghasilkan produk barang atau jasa dengan cara memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, kami melakukan beberapa kegiatan, yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan segala hal yang berkaitan dengan proses penyelidikan untuk mengidentifikasi dan memahami variabel psikologis untuk penegakkan diagnosis psikologis, yang didalamnya terdapat proses pengukuran dan penggunaan berbagai teknik untuk mampu memahami dan mendiagnosis variabel psikologis.

2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan utama dalam kajian pengamatan. Pelaksanaan wawancara dapat bersifat langsung maupun tidak langsung. Wawancara langsung dilakukan dengan menemui secara langsung orang yang memiliki informasi yang dibutuhkan, sedangkan wawancara tidak langsung dilakukan dengan menemui orang-orang lain yang dipandang dapat memberikan keterangan mengenai keadaan orang yang diperlukan datanya.

Latar Belakang Berdirinya Usaha Bisnis diartikan sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan dan laba dengan sebesarbesarnya. Keuntungan merupakan tujuan dari adanya dunia bisnis, keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan financial :

Nama Usaha : Café Allya

Pendiri: Arianti

Tahun Berdiri: 2008

Modal: Pribadi

Karyawan: 2 orang

Keunggulan dari usaha ini yaitu banyaknya pesaing disekitar lokasi usaha, produk yang dihasilkan berkualitas, dan pemilik usaha yang bekerja dengan sangat baik. Selain keunggulan,

usaha ini juga memiliki kelebihan berupa lokasi usaha yang sangat strategis, produk yang dihasilkan juga bergantung kepada cuaca.

Saat melakukan penelitian kami tidak menemukan kesulitan, karena pemilik dari usaha ini membantu lancarnya proses penelitian. Usaha ini kedepannya akan semakin berkembang dan dapat terus menciptakan produk berkualitas.



Gambar 3.1

4. DISKUSI

Target dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk mengetahui evaluasi strategi penjualan pada café Allya. Meningkatkan kepuasan pelanggan pada Café Allya dimana setelah melakukan penelitian ini dengan adanya masalah terkait yang dihasilkan sehingga tidak mencapai kepuasan pelanggan dan peningkatan finansial dalam Café Allya.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian Strategi pemasaran yang digunakan oleh Café Allya adalah memberikan diskon kepada pelanggan tetap menggunakan digital marketing, menyediakan wifi, dan stop kontak pelanggan sehingga pelanggan bisa mengerjakan tugas di café dan menyediakan. Café Allya berdiri pada tahun 2008 dengan 2 karyawan. Usaha ini adalah jenis perusahaan perorangan, dimana usaha ini sudah mendapatkan surat izin usaha dengan ketentuan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Motivasi kerja yang dimiliki oleh Cafe Allya sangat berpengaruh kepada semangat dalam menjalankan dan mengembangkan usaha cafe ini dengan terciptanya motivasi dan semangat kerja, bisa menghasilkan produktivitas yang mendorong kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan produk yang dihasilkan

oleh cafe tersebut.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada, Bapak Dr.Ramdhani Bayu Putra,SE,MM,CRM. meluangkan waktu dan membantu dalam memimbing kesempurnaan dalam artikel ini, dan serta berterima kasih juga kepada Arianti selaku pemilik Café Allya yang telah memberikan kesempatan untuk dapat melakukan Obserervasi di sana. Segala kekurangan dan ketidak sempurnaan artikel ini penulis sangat mengharapkan masukan, krtikan, dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan artikel ini.

DAFTAR REFERENSI

- Syuhada, R., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 24(1), 54-65.
- Nasih, M., Susanto, O. M., Fanshury, A. R., & Hermawan, S. (2020). Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi), 5(2), 135-144.
- Iftikar, M. Z., Utama, A. S., Rahmadhi, N. S., Yuananto, M. N., Pratama, R. A. S., & Wardani, S. H. P. (2022). Value: Journal of Management and Business, 7(1), 19-33.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial least squares (PLS) untuk analisis bisnis dan ekonomi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Abadi, L. Y. (2016). Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis, 1(1), 112-117.