



MEMPELAJARI PESAING, TREN PASAR, DAN PREFERENSI KONSUMEN PADA *CARIOS COFFE & EATERY*

Farhan Maulana Saputra, Arya Resko Sadewo, Hafiizh Ar Razak, Budiharjo
Teknik Industri, Fakultas Sains & Teknologi, Universitas Bina Bangsa

Email: Farhanmaulanasaputra438@gmail.com, aryareksho@gmail.com,
hafiizharrazak288@gmail.com

ABSTRAK

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia usaha, khususnya di sektor jasa semakin ketat. *Carios Coffee & Eatery*, sebuah bisnis yang telah berdiri selama enam tahun di Kota Serang, memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan, meningkatkan frekuensi kunjungan, dan membangun loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi Marketing Mix yang terdiri dari 7P, yaitu Product, Price, Place, Promotion, People, Process dan Physical Evidence, serta mengevaluasi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Carios Coffee & Eatery* memiliki kekuatan pada produk berkualitas dengan bahan lokal, lokasi strategis, dan pelayanan yang baik, meskipun tantangan seperti rendahnya brand awareness dan persaingan yang ketat perlu diatasi. Strategi pemasaran berbasis Marketing Mix ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, menarik pelanggan baru, dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi *Carios Coffee & Eatery* untuk meningkatkan kesadaran merek, memperluas promosi, dan terus menyesuaikan strategi pemasaran dengan kebutuhan pasar, sehingga dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan industri coffee shop. (Alboyn Simarmata, 2022)

Kata kunci: *Carios Coffee & Eatery*, strategi pemasaran, Marketing Mix, SWOT analysis, industri strategis, kualitas produk.

Article History

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagiarism Checker No 765

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Kohesi.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan produsen sekaligus konsumen penting komoditas kopi dunia. Sebagai produsen, *Indonesia* menempati urutan ke-4 setelah *Brazil*, *Vietnam*, dan *Kolombia*. (Desnky et al., 2018). Setiap wilayah di *Indonesia* mempunyai potensi untuk menghasilkan biji kopi dengan kualitas terbaik. Beberapa daerah penghasil biji kopi dengan kualitas terbaik, diantaranya Sumatera Utara, Toraja, Aceh, dan Bengkulu. (Chotimah & Parantika, 2022).



Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, meminum kopi menjadi bagian dari kehidupan aktivitas sehari-hari, yang awalnya identik hanya dilakukan oleh orang tua, namun sekarang kebiasaan ini telah menjadi trend bagi semua kalangan, termasuk anak muda. Kini, cara pandang masyarakat Indonesia dalam hal mengkonsumsi kopi sudah berbeda, saat ini meminum secangkir kopi bukan hanya menjadi minuman penghilang rasa ngantuk tetapi telah menjadi sebuah gaya hidup bagi semua kalangan, khususnya generasi muda

Carios Coffee & Eatery merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Food & Beverage* *Carios Coffee* yang merupakan Cafe berkonsep *Coffee & Eatery* yang terdapat di Kota Serang. *Carios Coffee* tidak hanya menyediakan satu jenis minuman kopi tetapi menyediakan berbagai macam minuman non *Coffee* seperti coklat, matcha, mocktail drink, juga menyediakan berbagai makanan mulai dari makanan ringan hingga makanan berat seperti *Ricebowl a'la carte* dan *Dessert*. *Carios Coffee & Eatery* melakukan berbagai macam promosi untuk mengenalkan produk dan *Coffeeshop* miliknya dan promosi yang dilakukan melalui platform sosial media instagram, *Carios Coffee & Eatery* memperbaharui konten produk baru, dan membuat konten jam buka setiap harinya agar para pelanggan mengetahui. *Carios Coffee & Eatery* selalu memberikan kualitas produk dan pelayanan terbaik kepada konsumen, bukan hanya tentang harga dan rasa yang berinovasi.

Diakui bahwa sampai saat ini belum pernah melakukan analisa pasar, karena masih berfokus pada pengembangan produk. Sebuah strategi diperlukan untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran serta suatu analisa untuk mengetahui sejauh mana kepuasan masyarakat sebagai konsumen terhadap produk *Carios Coffee & Eatery*. Masyarakat sebagai konsumen akan merasa puas apabila produk yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan. Mereka melakukan pembelian secara berulang terhadap suatu produk jika dia merasa tertarik dan merasa puas dengan produk tersebut.

METODE

Metode penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sesuatu yang sedang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan mempelajari keluasan dan kedalaman suatu fenomena untuk mengungkapkan secara lebih kaya dan bermakna terhadap objek penelitian. Jenis penelitian ini penelitian survei, dengan mengumpulkan informasi yang berfokus aspek-aspek yang bersifat khusus atau spesifik dan unik terkait bauran pemasaran 7P yang digunakan *Carios Coffee & Eatery*. Teknik pengumpulan data melalui observasi secara langsung yang terletak, Di Jalan Maulana Hasanudin No.95, Kotabaru, Serang. wawancara secara terstruktur dengan narasumber Manager Coffee Shop, dengan tujuan menggali strategi bauran pemasaran 7P yang digunakan oleh bisnis coffee shop, dan wawancara terhadap pelanggan *Carios Coffee*. Teknik validasi data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi metode dengan sumber data wawancara, observasi, serta analisis bantu menggunakan analisis *SWOT*. Analisis *SWOT* berfungsi menjelaskan strategi yang tepat untuk digunakan coffee shop supaya kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) yang dimiliki dapat dijadikan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) untuk bersaing dengan *Coffee Shop* lainnya. Proses analisis data dalam penelitian analisis data kualitatif ini menggunakan model Miles dan Huberman dengan melakukan beberapa tahapan, yaitu reduksi data, menyajikan data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, sehingga data yang muncul berwujud



kalimat/kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data yang telah dikumpulkan terkait strategi bauran pemasaran 7P, kemudian diolah dan dikaji secara deskriptif dengan matriks *IFAS* dan *EFAS*, Nilai dari analisis matriks *IFAS* dan *EFAS* menunjukkan posisi tertentu sebagai rekomendasi perbaikan strategi bauran pemasaran alternatif yang akan digunakan dalam pengembangan bisnis *Carios Coffee & Eatery*. (Hanif Rochmadika1., 2023)

TAHAPAN PENELITIAN

<i>Analisa Situasi</i>	<i>Marketing Mix</i>	<i>Implementasi</i>	<i>Evaluasi</i>
ANALISIS SWOT ▪ Kekuatan: Menu kopi unik berbahan lokal, lokasi strategis. ▪ Kelemahan: Brand awareness rendah. ▪ Peluang: Tren konsumsi kopi di kalangan, pekerja kantor dan anak muda - Ancaman: Persaingan ketat dari coffee shop lain di sekitar.	PRODUCT ▪ Menyediakan menu kopi unik berbahan lokal. ▪ Menawarkan main course, platter, dan Dessert pelengkap kopi. PRICE ▪ Harga kompetitif. ▪ Paket hemat untuk pelanggan setia.	▪ Meluncurkan kampanye pemasaran melalui media sosial. ▪ Mengadakan event promosi, seperti diskon pada moment tertentu. ▪ Memantau kinerja strategi secara berkala.	▪ Mengukur keberhasilan berdasarkan peningkatan pelanggan, loyalitas, dan pendapatan. ▪ Melakukan penyesuaian strategi berdasarkan hasil evaluasi.
ANALISIS LINGKUNGAN ▪ Mengidentifikasi pesaing utama. ▪ Mempelajari tren pasar dan preferensi konsumen, seperti kebutuhan Wi-Fi dan tempat nyaman. ▪ konsumen, seperti kebutuhan Wi-Fi dan tempat nyaman.	PLACE ▪ Lokasi strategis pada pusat kota. ▪ Interior nyaman dengan desain modern dan asri. PROMOTION: ▪ Promosi melalui media sosial seperti Instagram. ▪ Event kecil, seperti lari pagi dan workshop. ▪ Diskon khusus pada event tertentu		



ANALISIS INTERNAL ▪ Evaluasi sumber daya: Barista terlatih, kecepatan & ketepatan dalam pelayanan. ▪ Identifikasi keunggulan kompetitif: Suasana asri, smoking room area indoor.	PEOPLE: ▪ Barista ramah dan profesional. ▪ Pelatihan karyawan tentang pengetahuan produk. PROCESS: ▪ Waktu penyajian pesanan yang cepat. ▪ Fasilitas Wi-Fi gratis dan stopkontak. PHYSICAL EVIDENCE: ▪ Kemasan menarik. ▪ Merchandise dengan logo Carios Coffee & Eatery.		
--	---	--	--

Perumusan Tujuan

- Meningkatkan kesadaran merek di kalangan pekerja kantoran, dan anak muda.
- Menarik pelanggan baru dan meningkatkan frekuensi kunjungan.
- Membangun loyalitas pelanggan melalui program khusus.

HASIL PENELITIAN

A. HASIL KUISIONER MARKETING MIX-7P

1. Pernyataan Faktor Produk

No.	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	S	S	SS
1.	Carios menawarkan produk yang memiliki cita rasa yang enak	1	2	17	44
2.	Carios menawarkan banyak varian produk makanan	1	-	47	16
3.	Carios menyajikan tampilan makanan sesuai dengan yang ada di gambar	1	2	46	15



4.	Makanan yang disajikan Carios memiliki kesegaran bahan yang baik	1	1	48	14
----	--	---	---	----	----

2. Pernyataan Faktor Harga

No.	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
1.	Carios menawarkan harga sesuai dengan kualitas	1	1	50	12
2.	Carios menawarkan harga yang terjangkau bagi tiap kalangan	2	1	48	13
3.	Harga Carios bersaing dengan pesaing lain	1	2	48	13

3. Pernyataan Faktor Tempat

No.	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
1.	Carios memiliki tempat yang nyaman	1	1	44	18
2.	Carios memiliki tempat yang bersih	2	3	44	15
3.	Lokasi Carios dikotabaru kec.serang yang strategis	1	5	46	12
4.	Carios memiliki tempat yang mudah diakses	1	2	47	14

4. Pernyataan Faktor Promosi

No.	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
1.	Carios menawarkan promosi hadiah untuk pembelian paket yang disediakan	1	1	45	17



2.	Konten yang ditampilkan oleh Carios di media sosial sangat menarik perhatian	1	1	46	16
3.	Promosi yang dilakukan oleh Carios sesuai dengan kenyataan	2	3	47	12

5. Pernyataan Faktor Orang

No.	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
1.	Penampilan karyawan Carios rapih	2	-	51	11
2.	Karyawan Carios bekerja secara optimal	2	2	45	15
3.	Karyawan Carios memberikan pelayanan yang baik	2	2	46	14
4.	Sikap dan pelayanan karyawan Carios terhadap konsumen ramah dan baik	2	1	46	15

6. Penyataan Faktor Proses

No.	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
1.	Proses pelayanan pada kasir di Carios relatif cepat	1	1	47	15
2.	Karyawan Carios cepat tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan	1	2	50	11
3.	Proses dalam memilih makanan di Carios relatif nyaman	1	2	47	14
4.	Prosesi karyawan Carios dalam melayani konsumen sangat cekatan atau sigap	1	4	45	14



7. Pernyataan Faktor Bukti Fisik

No.	PERNYATAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
1.	Fasilitas di Carios yang lengkap (Wi-Fi, AC, musik, DLL)	2	1	45	16
2.	Ketersediaan dan kebersihan toilet di Carios	1	4	47	12
3.	Tampilan restoran Carios yang menarik minat untuk berkunjung	1	2	44	17
4.	Interior di Carios sangat menarik	1	1	44	18

Jumlah responden = 64

Laki laki =31

Perempuan =33

Keterangan STS : Sangat Tidak Setuju
 :
 TS : Tidak Setuju
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

PEMBAHASAN

Penelitian tentang strategi pemasaran berbasis marketing mix(7P) di *Carios Coffee & Eatery* menunjukkan bahwa bisnis ini telah berhasil menciptakan produk berkualitas dengan menu kopi berbahan local yang unik, didukung oleh variasi menu non-kopi dan makanan lain seperti rice bowl dan desert yang disukai pelanggan. Harga yang kompetitif dan terjangkau menarik perhatian berbagai kalangan , terutama anak muda, dan pekerja kantoran, Sementara lokasi strategis di pusat kota Serang, dengan desain interior modern dan fasilitas lengkap seperti Wi-Fi, menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan.

Promosi melalui media sosial, khususnya Instagram, serta penyelenggaraan event seperti diskon tematik dan kegiatan komunitas. Pelayanan ramah dan profesional dari karyawan, ditambah proses penyajian yang cepat dan tanggap terhadap keluhan, menambah pengalaman positif pelanggan, sementara bukti fisik berupa kemasan menarik dan interior yang estetik semakin memperkuat citra merek.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan seperti rendahnya brand awareness dan persaingan ketat dari Coffee shop lain di wilayah kota Serang. Untuk mengatasi hal ini, *Carios coffee* disarankan memperluas jangkauan promosi dengan memanfaatkan platform digital lain seperti Tiktok, meningkatkan kolaborasi dengan komunitas lokal, serta menawarkan program loyalitas pelanggan. Selain itu, diversifikasi produk seperti menu sehat atau tema musiman dapat menarik segmen baru. Dengan pendekatan yang adaptif terhadap perubahan trend pasar, *Carios coffee & Eatery* memiliki peluang besar untuk terus berkembang, meningkatkan



loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisinya dalam industri coffee shop yang semakin kompetitif

KESIMPULAN

Strategi pemasaran berbasis Marketing Mix (7P) yang diterapkan oleh *Carios Coffee & Eatery* berhasil menunjukkan hasil positif dalam berbagai aspek. Pelanggan merasa puas dengan kualitas, variasi, dan cita rasa produk yang ditawarkan. Harga yang kompetitif dan terjangkau telah menarik minat berbagai kalangan. Lokasi yang strategis di pusat kota dengan suasana modern dan nyaman menjadi salah satu daya tarik utama. Kampanye promosi melalui media sosial dan event telah berhasil menarik perhatian pelanggan, meskipun kesadaran merek masih perlu ditingkatkan. Pelayanan ramah dan profesional dari staf menciptakan kesan positif, sementara proses pelayanan yang cepat serta fasilitas modern meningkatkan kenyamanan pelanggan. Desain interior yang menarik dan kemasan produk yang unik semakin memperkuat citra merek. Dengan pendekatan yang dinamis dan adaptif terhadap perubahan tren pasar, *Carios Coffee & Eatery* memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi coffee shop yang lebih sukses, menarik pelanggan baru, meningkatkan loyalitas, dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

(Hanif Rochmadika¹., 2023)

<https://jurnal.ampta.ac.id/index.php/MWS/article/view/460>

(Chotimah & Parantika, 2022).

<https://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/213>

(Desnky et al., 2018).

<https://mail.online-journal.unja.ac.id/pim/article/view/4656>

(Alboyn Simarmata, 2022)

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jisep/article/view/44693>