

Bauran Promosi Produk *Food and Beverage* Pada Delico Café Jababeka

Agus Kurniawan¹, Apriani Simatupang^{1,*}

¹ Manajemen Administrasi, Akademi Sekretari dan Manajemen Bina Insani;
Jl. Siliwangi No 6 Rawa Panjang Bekasi Timur 17114 Indonesia. Telp. (021) 824 36 886 /
(021) 824 36 996. Fax. (021) 824 009 24; e-mail: agus_k41@yahoo.com,
simatupang.apriani@yahoo.com

* Korespondensi: e-mail: simatupang.apriani@yahoo.com

Diterima: 1 Maret 2018 ; Review: 23 April 2018; Disetujui: 25 Juni 2018

Cara sitasi: Kurniawan A, Simatupang A. 2018. Bauran Promosi Produk Food and Beverage Pada Delico Café Jababeka. Jurnal Administrasi Kantor. 6 (1): 83-92.

Abstrak: Delico Cafe salah satu perusahaan baru buka cabang yang bergerak di perusahaan makanan dan minuman yang awalnya tujuan utamanya adalah fokus penjualan Bakery, namun seiring waktu berjalan penjualan tertinggi produk Delico Café bukan Bakery melainkan sop buntut dan pasta. Perusahaan ini melakukan promosi dengan menggunakan beberapa alat promosi yang dapat menarik calon konsumen guna peningkatan penjualan. Paper ini bertujuan untuk mengetahui penerapan bauran promosi yang dilakukan Delico Café sebagai cabang baru berdiri di kawasan Holliwood Junction Jababeka. Sumber data diperoleh langsung dengan cara wawancara dan pengamatan. Data yang diperoleh disusun secara sistematis yang kemudian dideskripsikan. Hasil penelitian diperoleh ada empat bauran promosi yang diterapkan di Delico Café yakni periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas.

Kata kunci: Bauran promosi, Delico Cafe Jababeka, Food and Beverage.

Abstract: *Delico Cafe is one of the new companies, opened a branch engaged in food and beverage, whose initial goal was to focus on Bakery sales, but as time goes by the highest sales of Delico Café products were not Bakery but oxtail soup and pasta. This company is using promotional tools that can attract potential customers to increase sales. This paper aims to find out the implementation of the promotional mix by Delico Café as a new branch established in the Jababeka Holliwood Junction area. Data sources are obtained directly by interview and observation. The data obtained was arranged systematically which was then described. The results of the study showed that there were four promotional mixes applied at Delico Café namely advertising, personal selling, sales promotion and publicity.*

Keywords: *Promotional Mixes, Delico Cafe Jababeka, Food and Beverage.*

1. Pendahuluan

Setiap perusahaan tentunya menginginkan produk yang mereka jual laku terjual di pasar dan dikenal oleh masyarakat luas khususnya di Indonesia. Namun pada kenyataannya untuk membuat sebuah produk yang dikenal oleh masyarakat dan laku di pasar tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Perusahaan harus memiliki usaha yang kuat secara terus menerus dan strategi khusus. Untuk menjual produk tersebut sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Selain itu, produk yang kita jual harus mampu bersaing dengan produk lain baik itu produk sejenis ataupun tidak sejenis.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran [Rahadian dan Pratomo, 2013]. Apapun tingkat kualitas suatu produk, jika konsumen belum pernah mendengar dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna atau tidak bagi mereka, mereka akan ragu untuk membelinya atau tidak sama sekali membeli. Dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi pemasaran untuk mendukung promosi dalam penyampaian kepada masyarakat.

Konsep bisnis pemasaran yang akan dibahas pada penelitian ini mengenai bauran promosi produk. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan tentunya tidak dapat dengan sendirinya mendatangkan konsumen atau peminatnya. Oleh karena itu perusahaan dalam memasarkan produknya membutuhkan konsumen yang sesuai dengan produk yang dihasilkannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya untuk meningkatkan penjualan bisa dengan melakukan kegiatan promosi. Pasar memiliki trend yang selalu berubah-ubah setiap saat, maka produsen atau pihak perusahaan harus cepat tanggap akan keadaan yang ada dengan memperhatikan perkembangan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar itu sendiri [Virgiola, 2011].

Melalui kegiatan pemasaran, perusahaan dapat mempertahankan atau meningkatkan penjualannya. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dibentuk oleh harga, kualitas, pelayanan, dan persepsi positif konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan [Aulawi, 2017]. Peningkatan penjualan akan tercapai apabila perusahaan mampu menghasilkan produk yang berkualitas, menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh seluruh pasar, pemilihan saluran distribusi yang dapat dan ditunjang oleh kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Masyarakat sekarang lebih selektif dalam memilih produk yang akan di beli, masyarakat akan melakukan evaluasi terhadap merk produk yang sudah dibeli atau dikonsumsi. Produsen yang kreatif terus melakukan inovasi promosi agar konsumen tertarik terus untuk membeli produknya. Penggunaan alat-alat promosi yang tepat akan sangat membantu perusahaan untuk memasarkan produknya kepada masyarakat, dari sisi lain dapat diartikan bahwa penerapan promosi yang tepat mampu memberikan keuntungan yang maksimal bagi perusahaan [Rosmalia, 2016].

Bauran promosi merupakan pilihan strategi yang tepat yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan penjualan produk. Jika perusahaan ingin berkembang dan maju perusahaan harus melakukan kegiatan promosi yang sesuai dengan produk yang dijualnya.

Delico Cafe salah satu perusahaan yang bergerak di perusahaan makanan dan minuman yang awalnya tujuan utamanya adalah fokus penjualan *Bakery*, namun seiring waktu berjalan penjualan tertinggi produk Delico Café bukan *Bakery*. Produk makanan dan minuman lain yang dijual pada Café ini berupa jenis menu seperti *sandwich*, *bagels*, *pastries*, sop, dan *bread*s ada di Delico Café. Delico Café juga menjual minuman *coffee*, *tea* dan *signature drinks*. Perusahaan ini mempromosikan produknya dengan menggunakan beberapa alat promosi yang dapat menarik calon konsumennya dengan memasang billboard, umbul-umbul dan standing menu di depan café. Adanya bauran promosi yang diterapkan oleh perusahaan, maka tertarik melihat penerapan bauran promosi pada Delico Café Jababeka.

Berdasarkan uraian latar belakang maka penulis tertarik mengetahui bauran promosi produk *food and beverage* pada Delico Café Jababeka. Maka dirumuskan masalah yang akan dibahas dalam yakni bagaimanakah bauran promosi produk *Food and Beverage* pada Delico Cafe Jababeka? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bauran promosi pada produk Food and Beverage Delico Cafe Jababeka.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu [Darmadi, 2013]. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu [Sugiyono, 2013]. Berdasarkan kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu.

Sumber data ada 2, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data [Sugiyono, 2016]. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan jenis data primer. Data Primer yang digunakan bersumber langsung dari perusahaan melalui wawancara kepada manager perusahaan.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data [Sugiyono, 2016]. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dengan manajer Delico Café yang terlibat dalam promosi Delico Café Jababeka.

Teknik analisis data adalah teknik mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menyusun ke dalam pola [Sugiyono, 2016].

Penelitian ini dilakukan di Delico Cafe Jababeka yang beralamat di Hollywood Junction Jababeka, Mekarmukti, Cikarang Utara, Bekasi, Jawa Barat 17530.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Produk

Produk yang dijual oleh Delico Café Jababeka berupa produk food and baverage. Produk food and beverage yang terdapat di Delico Café Jababeka ada 12 jenis diantaranya *coffee, signature drinks, tea, soup, rice dish, sandwich, cakes, pastries, cookies, pasta, bagels, dan breads*. Semua produk Delico Café Jababeka sudah tersertifikasi halal oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat –Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Semua produk Delico Café Jababeka memiliki cita rasa yang khas dan unik. Berikut jenis produk yang tersedia di Delico Café Jababeka.

Tabel 1. Daftar Produk Delico Café Jababeka.

No	Nama	Jumlah Jenis
1	Coffee	14
2	Signature Drinks	10
3	Tea	10
4	Soup	3
5	Rice dish	7
6	Sandwich	6
7	Cakes	3
8	Pastries	6
9	Cookies	2
10	Pasta	5
11	Bagels	1
12	Breads	11

Sumber: Hasil Penelitian (2017).

3.2 Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk Delico Café Jababeka termasuk kedalam klasifikasi produk konsumsi (*Consumer Product*) karena produk tersebut dibeli oleh konsumen untuk dikonsumsi pribadi. *Consumer product* merupakan produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk dikonsumsi secara pribadi dengan maksud tidak untuk dibisniskan atau dijual [Walker dalam Sunyoto, 2014].

3.3 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar secara geografi, produk Delico Café Jababeka dijual di area Hollywood Junction yang terletak di kawasan industri Jababeka 2 tidak jauh dari stadion bola wibawamukti, area tunggu bis Jababeka Bandung, Jababeka Blok M, Jababeka Bandara dan perumahan golf residence. Sebelah kiri Delico Café Jababeka terdapat apartemen tower menara elvis yang tingginya mencapai 12 lantai. Sebelah kanan terdapat jajaran ruko-ruko komersial perkantoran, Depan Delico Café Jababeka terdapat *tenant* Café JCO dan dibelakang terdapat *tenant* rumah makan Resep Betawi.

Segmentasi pasar secara demografi, produk Delico Café Jababeka untuk semua kalangan usia dari anak-anak hingga dewasa, laki-laki dan perempuan, konsumen yang paling banyak belanja di Delico Café berjenis kelamin perempuan dengan kisaran usia 18 s/d 33 tahun. Konsumen berasal dari kalangan siswa karena lokasinya dekat dengan sekolah BPK Penabur dan sekolah Al–Azhar, mahasiswa karena lokasi Delico Café tidak jauh dari Presiden University, expatriat dan karyawan perkantoran karena Delico Café terletak di wilayah kawasan industri Jababeka 2.

Segmentasi pasar secara psikografi, rata –rata orang yang datang adalah pegawai kantor yang berpenghasilan di atas 7 sampai 10 jt per bulan. Segmen pasar dalam tingkat pendapatannya produk Delico Café Jababeka untuk kalangan menengah atas karena produk Delico Café Jababeka sangat mengutamakan kualitas dan rasa sehingga harga untuk setiap produknya cukup bersaing. Harga produk Delico Café terendah Rp. 21.000,- dan harga produk Delico Café tertinggi Rp. 95.000,- semua harga belum termasuk pajak. Segmentasi pasar Delico Cafe Jababeka juga adalah orang –orang yang tinggal di apartemen dan perumahan yang ada di Jababeka. Berikut tabel 2 target pengunjung dan target penjualan Delico Café.

Tabel 2. Target Delico Café Jababeka.

Bulan	Target Pengunjung	Target Penjualan	Pencapaian Pengunjung	Pencapaian Penjualan
Oktober	1.394	117.500.000,-	1.098	107.004.139,-

Bulan	Target Pengunjung	Target Penjualan	Pencapaian Pengunjung	Pencapaian Penjualan
November	1.394	117.500.000,-	1.058	104.518.072,-

Sumber: Hasil Penelitian (2017).

Tidak tercapainya target dikarenakan masih sedikit pengunjung yang datang ke Hollywood Junction dan masih banyak orang yang belum mengenal Delico Café di Jababeka. Ke tidak tercapaian target juga dikarenakan banyak pesaing produk sejenis di Hollywood Junction. Pesaing Delico Café yang terdapat di Hollywood Junction antara lain: BreadTalk, Pizza Hut, Rumah makan Resep Betawi dan Sapo. Jika dibandingkan dengan Delico Café lainnya yang berlokasi di Office Building Jakarta dan Rumah Sakit yang setiap bulannya selalu mencapai target penjualan.

Delico Cafe Jababeka memiliki 2 jenis produk, yaitu makanan (food) dan minuman (bverage). Diantara kedua jenis produk tersebut yang menjadi favorit dan terlaris di Delico Cafe Jababeka adalah makanan. Berikut makanan favorit dan terlaris di Delico Cafe Jababeka.



Sumber: Delico Cafe Jababeka (2017).

Gambar 1. Sop Buntut Rp. 95.000,-



Sumber: Delico Cafe Jababeka (2017).

Gambar 2. Pasta Rp. 66.000,-



Sumber: Delico Cafe Jababeka (2017).

Gambar 3. Sandwich Rp. 66.000,-

Menu terlaris bukan *bakery* melainkan sop buntut, pasta dan *sandwich*. Biasanya konsumen sangat ramai ketika jam makan siang dan makan malam, bukan jam *snack*.

3.4 Positioning

Positioning untuk produk Delico Café Jababeka adalah sebagai produk bakery yang mempunyai cita rasa tinggi dan high quality. Maksud dari cita rasa yang khas dan high quality adalah produk bakery yang mempunyai banyak variant dan cita rasa yang unik seperti *butter banana croissant*, *spicy sausage puff*, *cinnamon raisin danish* dan masih banyak lagi. Hight quality yaitu diproses dengan cara *frozen dough* dan di baking setiap paginya membuat produk Delico *fresh* setiap hari, produk Delico Café

Jababeka termasuk produk pengembangan baru, inovasi, dan unik yang berbeda dengan produk Café lainnya. Jika produk breads tidak habis setiap harinya produk breads akan dimusnahkan dengan cara beberapa karyawan bawa pulang atau dikembalikan ke pabrik.

Setiap bulannya Delico Café Jababeka memiliki produk dengan inovasi baru. Produk yang baru dikeluarkan dibulan Oktober diantaranya *greentea croissant*, *almond croissant*, *hawaian croissant sandwich*, *beef cheese bichamel croissant*, sedangkan produk yang baru dikeluarkan di bulan November diantaranya *chicken katsu*, *hainan rice*, *greenie coconut*, dan *pinkish coconut* yang bisa memanjakan lidah konsumen setiap harinya.

Delico Café Jababeka juga mempunyai minuman kopi yang berbeda dengan Café lainnya, Delico Café Jababeka membuat racikan biji kopi sendiri (house blend) dengan perpaduan jenis kopi Arabika asli Indonesia dan dibuat dengan mesin espresso yang canggih membuat cita rasa kopi yang soft tidak terlalu pahit sangat direkomendasikan meminumnya dengan menambahkan brown sugar agar cita rasa kopi semakin kental, kopi yang paling digemari oleh konsumen double espresso, cappucino dan latte.

Konsep Café yang elegant dan minimalis dengan menyediakan tempat untuk pelanggan yang ingin mengadakan meeting dengan kapasitas 8 orang, ada juga tempat yang menarik untuk sekedar hangout. Delico Café Jababeka menjadi tempat yang sangat nyaman dan dilengkapi dengan fasilitas internet wifi.

3.5 Penerapan Bauran Promosi

Bauran promosi pada umumnya terdapat 4 kegiatan yang bisa dilakukan [Daryanto, 2011], yaitu: 1). Periklanan, merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang sering dilakukan perusahaan melalui komunikasi non individu dengan sejumlah biaya seperti iklan melalui media masa, perusahaan iklan, lembaga non laba, individu-individu yang membuat poster dan sebagainya. 2). Personal Selling, adalah kegiatan promosi yang dilakukan antar individu yang sering bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak. 3). Promosi Penjualan (sales promotion), adalah salah satu bentuk kegiatan promosi dengan menggunakan alat peraga seperti: peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah, contoh barang dan sebagainya. 4). Publisitas dan Humas, merupakan kegiatan promosi yang hampir sama dengan periklanan yaitu melalui media masa tetapi informasi yang diberikan tidak dalam bentuk iklan tetapi berupa berita.

Bauran promosi yang pernah diterapkan oleh PT Inti Primasa Rasa dalam produk Delico Café Jababeka adalah sebagai berikut: 1). Periklanan (advertising), Delico Café Jababeka melakukan periklanan melalui komunikasi non individu yang mengeluarkan sejumlah biaya untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk Delico Café Jababeka dalam bentuk billboard, umbul – umbul , standing benner, standing menu, digital menu board dan majalah InfoCikarang. 2). Billboard, Delico Café Jababeka terletak di jalan mekarmukti dengan gambar tulisan Delico yang berwarna merah, tujuan dipasangnya billboard agar orang yang sedang naik kendaraan mobil dan motor yang berlalu lalang di jalan mekarmukti melihat adanya Delico Café di Jababeka.



Sumber: Delico Café Jababeka (2017).

Gambar 4. Billboard Delico Café Jababeka.

Billboard Delico Café dipasang di depan atas toko dan disamping atas toko. Kelemahan dari billboard berdasarkan masukan konsumen, tidak menginformasikan produk yang diperdagangkan. Berdasarkan hasil wawancara billboard tersebut tidak menampilkan gambar produk yang diperdagangkan berhubung masih proses awal pembukaan toko, sehingga billboard yang dipasang seadanya menampilkan nama toko saja.



Sumber: Delico Café Jababeka (2017).

Gambar 5. Billboard Delico Café Jababeka

Billboard gambar 5 dipasang dipinggir jalan mekarmukti arah Hollywood Junction Jababeka. Jarak billboard ke Delico Café terkisar 200 meter. 3). Umbul-umbul, Delico Café Jababeka terletak di sepanjang jalan mekarmukti ada juga yang di pasang berdekatan dengan billboard Delico Café Jababeka, umbul-umbul tersebut berbentuk bendera yang terdapat background bendera warna putih, bagian atas terdapat tulisan nama produk makanan Delico yang sedang diberikan promo diskon 25%. Tujuan dipasangnya umbul-umbul disepanjang jalan mekarmukti untuk memeriahkan acara grand opening Delico Café Jababeka agar banyak dilihat oleh calon konsumen yang berlalu lalang untuk datang ke Delico Café Jababeka. 4). Standing Banner, Delico Café Jababeka terletak tepat berada di samping halaman Delico Café Jababeka, standing banner berbentuk vertical yang terdapat gambar produk Delico dan terdapat tulisan promo Perfect for two only 150K dapat 2 jenis minuman dan makanan. Tujuan dipasangnya standing banner disamping halaman Delico agar dilihat oleh orang yang berlalu lalang di area Hollywood Junction dan orang yang sedang menunggu mobil primajasa tujuan Bandung, Mayasari tujuan Blok M dan mobil Damri yang bertujuan keberangkatan ke *airport*.



Sumber: Delico Café Jababeka (2017).

Gambar 6. Standing Banner Delico Café Jababeka

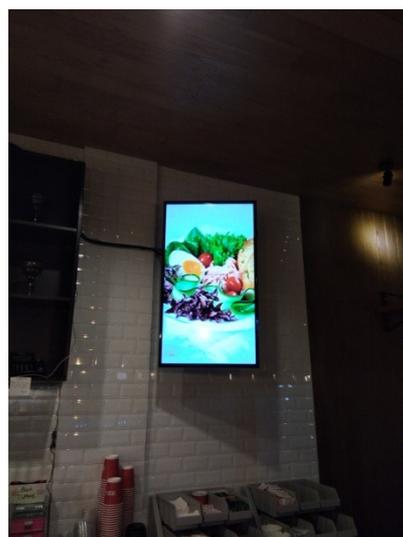
Produk yang di pasang pada standing benner adalah produk baru pada bulan tersebut dan produk promo. Standing benner Delico Café selalu berganti disetiap bulannya. 5). Standing Menu, Delico Café terletak tepat berada di depan pintu masuk Delico Café, di atas standing terdapat buku menu yang berisikan konten gambar – gambar menu, baik makanan maupun minuman dengan dilengkapi harga di setiap produknya. Tujuan dipasangnya standing menu di depan pintu Delico Café agar pengunjung Hollywood Junction yang lewat depan Delico Café tertarik untuk melihat – lihat menu yang terdapat di standing menu Delico Café.



Sumber: Delico Café Jababeka (2017).

Gambar 7. Standing Menu Delico Café Jababeka

6). Digital Menu Board, Delico Café di pasang di area bar tepat di tempel di dinding tembok di atas area meja bar dengan menghadap langsung ke area pengunjung, Digital Menu Board menampilkan berbagai menu makanan dan minuman Delico Café yang sangat menarik untuk dibeli. Tujuan dipasangnya Digital Menu Board di Delico Café agar pengunjung yang datang ke Delico Café pada saat duduk santai atau sedang melakukan pembayaran bisa melihat langsung tampilan berbagai menu makanan dan minuman yang ada di Delico Café.



Sumber: Delico Café Jababeka (2017).

Gambar 8. Digital Menu Board Delico Café Jababeka

7). Iklan di Majalah InfoCikarang, Delico Café memasang iklan di majalah InfoCikarang yang di dalam majalah tersebut terdapat foto etalase display produk breads Delico dan terdapat tampilan foto gambar Delico yang di ambil dari luar sebelah kiri. Tujuan dipasangnya iklan di majalah InfoCikarang agar Delico Café Jababeka lebih dikenal oleh masyarakat Cikarang yang membaca majalah InfoCikarang. Periode iklan tersebut terhitung hanya 1 bulan yaitu pada bulan November. Informasi yang diperoleh calon konsumen melalui iklan majalah tersebut berupa alamat café, produk, jenis menu, segmentasi pasar, dan sejarah Delico. Berdasarkan pengamatan saya iklan majalah sebaiknya menginformasikan juga keunggulan Delico Café.



Sumber: Delico Café Jababeka (2017).

Gambar 9. Majalah Info Cikarang Delico Café Jababeka

8). Penjualan Perseorangan (personal selling), Dalam hal ini personal selling yang dilakukan oleh Delico Café Jababeka untuk mempromosikan produk food and beverage dengan mengikuti pameran musik, booth, event-event di Jababeka, penawaran langsung di outlet, mendatangi sekolah Al -Azhar, Campus Presiden University, PT Epon dan PT Fero Mas Dinamika dengan memberikan sample, brosur dan menjelaskan tentang produk Delico Café Jababeka dengan tujuan untuk menciptakan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak. 9). Booth, Delico Café pernah melakukan pembukaan booth di kemayoran Jakarta bertepatan kegiatan Jakarta Fair. Penjualan produk Delico ke orang-orang yang datang langsung ke acara Jakarta Fair tepatnya di area pemeran musik. Tujuan Delico Café di area pameran musik untuk melakukan kegiatan branding dan menawarkan produk kepada masyarakat yang datang ke booth Delico Café. Kegiatan ini dilakukan oleh tim promosi Delico Café dengan menjelaskan berbagai produk menu yang ada di Delico Café. 10). Sponsor pada Event-event di Jababeka, Delico Café pernah menjadi sponsor di acara pameran mobil Jababeka Automotive, tujuannya agar Delico Café banyak dikenal oleh komunitas-komunitas mobil yang berada di Cikarang-Bekasi. Kegiatan sponsor Delico Café memberikan voucher potongan Rp. 50.000,- ke panitia sebanyak 100 voucher. Feed back bagi Delico Café memperoleh kesempatan menampilkan logo brand di spanduk panitia penyelenggara acara. Kegiatan diselenggarakan di depan outlet Delico Café. 11). Penawaran Langsung ke Sekolah dan Campus, Delico Café Jababeka mendatangi langsung sekolah Al –Azhar dan President University yang terletak tidak jauh dari Hollywood Junction untuk memberikan sample mini produk dan brosur serta voucher potongan harga Rp. 50.000. Tujuannya agar orang tua murid sekolah Al-Azhar dan mahasiswa President University mengetahui mengenai Delico Café yang sudah buka di Jababeka dan mengetahui berbagai produk yang ada di Delico Café. 11). Penawaran Langsung ke perusahaan, Penawaran yang pernah dilakukan ke PT Epon dan PT Fero Mas Dinamika, Delico Café Jababeka juga mendatangi PT Epon dan PT Fero Mas Dinamika untuk memberikan sample produk mini breads, brosur serta voucher potongan harga 50rb dan memperkenalkan produk-produk yang ada di Delico Café Jababeka termasuk produk mini breads yang bisa di pesan untuk keperluan konsumsi saat perusahaan mengadakan acara meeting dan gathering. Tujuannya agar Delico Café dikenal oleh manajemen dan karyawan perusahaan. 12). Penawaran Langsung di Outlet Delico Café Jababeka, Setiap pelanggan yang datang ke Delico Café Jababeka akan disambut ramah oleh seluruh karyawan Delico dan

dipersilahkan untuk duduk setelah itu karyawan memberikan menu dan menawarkan produk favorit Delico. Setiap karyawan Delico Café Jababeka selalu menawarkan dan menjelaskan mengenai produk yang ada di Delico Café sehingga konsumen yakin dan ingin membeli produk yang ditawarkan. Selain itu Delico Café Jababeka juga melayani pelanggan yang memesan makanan atau minuman untuk dibawa pulang. Karyawan Delico Café juga menawarkan menu lain selain produk yang dipesan.

3.6 Sales Promotion

Sales Promotion yang pernah dilakukan Delico Café Jababeka yaitu: 1). Promo diskon 20% untuk semua produk food, breads and cake dari awal bulan November s.d akhir bulan November. 2). Promo diskon 25% saat grand opening dari awal bulan Oktober s.d akhir bulan Oktober. 3). Promo potongan voucher Rp. 50.000,- dengan minimal transaksi Rp. 100.000,- untuk semua produk food and beverage Delico Café Jababeka yang berlaku dari awal bulan Desember s.d akhir bulan Desember. 4). Promo cash back Rp. 50.000,- untuk transaksi minimal Rp. 200.000,- yang berlaku dari bulan Desember 2017 s.d akhir bulan Januari 2018. 5). Buku voucher yang berisi promo buy one get one untuk produk minuman *coffee* dan *blended*, *nachos with iced latte only 60rb* dari harga 91rb, beli *baked mozzarella fusilli free iced lychee tea*, *cheesy melted sandwich with orange juice only 70rb* dari harga 117rb, nasi ayam sambal matah diskon 25%.



Sumber: Delico Café Jababeka (2017).

Gambar 10. Voucher Delico Cafe Jababeka.

3.7 Publisitas (Publicity)

Publisitas yang dilakuka Delico Café berupa penggunaan media sosial. Delico Café Jababeka menjelaskan tentang produknya dan pengetahuan produk, daftar menu melalui media sosial. Media sosial yang dimiliki Delico Café diantaranya : website (www.delico.co.id), twitter (@delicojakarta), facebook (Delico Café) dan instagram (@delicocafe). Dalam website Delico Café juga terdapat artikel tentang pengetahuan menu dan produk. Dalam twitter, facebook dan instagram Delico terdapat informasi mengenai produk, lokasi Delico dan promo produk Delico disetiap bulannya.

4. Kesimpulan

Produk yang ditawarkan oleh Delico Café Jababeka yaitu produk berupa food and beverage yang terdiri dari 12 jenis yaitu *coffee*, *signature drinks*, *tea*, *soup*, *rice dish*, *sandwich*, *cakes*, *pastries*, *cookies*, *pasta*, *bagels*, dan *bread*s yang sudah tersertifikasi halal oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Klasifikasi produk Delico Café Jababeka termasuk kedalam kelompok produk konsumsi (consumer product) dan termasuk barang kebutuhan sehari-hari karena tidak membutuhkan usaha besar untuk memilikinya. Segmentasi pasar yang diterapkan oleh Delico Café Jababeka. Segmentasi secara geografi produk Delico Café Jababeka di area Hollywood Junction yang terletak di kawasan industri Jababeka 2 tidak jauh dari stadion bola wibawamukti dan perumahan golf residence. Segmentasi secara demografi produk Delico Café Jababeka dikonsumsi untuk

semua kalangan usia dari anak-anak hingga dewasa, jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang kebanyakan dari kalangan mahasiswa dan orang perkantoran. Segmentasi secara psikografi produk Delico Café Jababeka termasuk ke dalam kalangan kelas menengah ke atas yang berpenghasilan di atas 7 sampai 10jt per bulan. Delico Café Jababeka menerapkan positioning ke dalam pemikiran konsumen dengan menanamkan citra produk bakery yang mempunyai cita rasa yang khas dan *high quality* dengan harga yang cukup tinggi. Terdapat 5 metode bauran promosi yang diterapkan oleh Delico Café Jababeka, yaitu: Periklanan (*advertising*) terdiri dari, *billboard*, umbul-umbul, *standing banner*, *standing menu*, digital menu board dan majalah InfoCikarang. Penjualan perseorangan (*personal selling*), dengan mengikuti pameran musik, *booth*, *event-event* di Jababeka. Promosi penjualan (*sales promotion*), dengan memberikan potongan voucher sebesar Rp. 50.000,- dengan minimal transaksi Rp. 100.000,- dan cashback Rp. 50.000,- dengan minimal transaksi Rp. 200.000,- selain itu Delico Café Jababeka juga memberikan diskon 20 % & 25% pada periode tertentu. Publisitas (*publicity*) publisitas dilakukan dalam bentuk iklan di majalah. Kegiatan publisitas berupa iklan di majalah InfoCikarang. Hubungan masyarakat (*public relation*) Sosial media yang digunakan oleh Delico Café Jababeka untuk mempublikasikan penjelasan tentang produk Food and Beverage yang berisi pengetahuan tentang produk Delico Café melalui website (www.delico.co.id), twitter (@delicojakarta), facebook (Delico Café), instagram (@delicocafe).

Referensi

- Aulawi H., Kurniawan A. 2017. Brand positioning Sepeda Motor Merek Honda Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Kantor*. 5 (2): 219-230.
- Sunyoto D. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta (ID): CAPS.
- Rahadian D., Pratomo A. 2013. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Kamar Di Hotel Benua Bandung. *Binus Business Review*. Vol. 4 (2) November 2013: 776-790.
- Darmadi H. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial. Bandung (ID): Alfabeta.
- Rosmalia., Purwatmini N. 2016. Bauran Promosi Ban ECOPIA EP 150 Di PT Bridgestone Tire Indonesia Jakarta. *Jurnal Administrasi Kantor*. 4 (1): 1-13.
- Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung (ID): CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung (ID): CV Alfabeta.
- Virgiola S. 2011. Pengaruh Promotional Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Pelumas Prima XP Pertamina. *Jurnal ILMIAH II* (2): 1-18