

Analisa Strategi Promosi Dock & Brew Cafe

Evaluasi Efektivitas Media Promosi

Berdasarkan data penjualan bulan Juni 2026, rata-rata **penjualan harian telah mencapai Rp1.238.522 (123,85% dari target)**, namun **rata-rata transaksi harian masih berada pada angka 13 transaksi atau hanya 39,07% dari target 32 transaksi per hari**. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang telah dilakukan mampu meningkatkan **nilai pembelian (average spending)**, tetapi belum optimal dalam menarik **jumlah pelanggan baru** dan meningkatkan frekuensi kunjungan.

Evaluasi terhadap media promosi yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Roll Banner

Kondisi Saat Ini

Roll banner telah ditempatkan pada area strategis di lingkungan PMLI untuk memperkenalkan keberadaan Dock & Brew Cafe serta menampilkan menu dan kemudahan pemesanan.

Kelebihan

- Meningkatkan awareness bagi peserta pelatihan dan tamu yang baru datang.
- Menjadi media informasi yang mudah dilihat
- Efektif sebagai penunjuk lokasi menuju café.

Kendala

- Informasi bersifat statis sehingga tidak dapat menampilkan promo yang selalu berubah.
- Kurang menarik perhatian pelanggan yang sudah sering melewati area tersebut.
- Belum mengarahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan langsung (scan QR Menu).

Rekomendasi

- Memperbarui desain secara berkala sesuai tema atau promo bulanan.
- Menampilkan promo mingguan, menu signature, atau paket bundling yang sedang berlangsung.

2. Voucher Promosi

Kondisi Saat Ini

Voucher digunakan sebagai media promosi untuk bundling meeting package

Kelebihan

- Berpotensi meningkatkan repeat order.
- Mudah dibagikan kepada peserta pelatihan atau tamu.

Kendala

- Distribusi voucher belum dilakukan secara konsisten.
- Belum ada sistem pencatatan tingkat penggunaan.

Rekomendasi

- Memberikan voucher kepada seluruh peserta training saat registrasi.
- Mengembangkan voucher dengan berbagai skema, seperti:
 - Buy 5 Get 1.
 - Paket Coffee + Snack.
- Melakukan evaluasi penggunaan voucher setiap bulan.

3. Social Media

Kondisi Saat Ini

Media sosial telah digunakan sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan.

Kelebihan

- Biaya promosi relatif rendah.
- Mampu menjangkau pelanggan di luar lingkungan PMLI.
- Mempermudah penyebaran informasi mengenai menu baru dan promo.

Kendala

- Frekuensi unggahan belum konsisten.

- Konten masih didominasi aktivitas café, belum menampilkan foto produk dan belum atau testimoni pelanggan.
- Tidak ada Interaksi dengan pengikut, relatif masih rendah.

Rekomendasi

Menyusun **Content Calendar** mingguan yang mencakup:

- Menu of The Week.
- Behind the Scene pembuatan kopi.
- Testimoni pelanggan.
- Promo harian.
- Informasi paket meeting dan coffee break.
- Aktivitas peserta pelatihan di café.

4. Kartu Saran

Kondisi Saat Ini

Kartu saran digunakan sebagai media untuk memperoleh masukan langsung dari pelanggan mengenai produk maupun pelayanan.

Kelebihan

- Memberikan informasi langsung mengenai kepuasan pelanggan.
- Membantu mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.
- Menunjukkan komitmen café terhadap peningkatan kualitas layanan.

Kendala

- Tingkat pengisian kartu saran masih rendah.
- Cara pengisian yang membutuhkan waktu
- Belum dilakukan analisis rutin terhadap hasil yang diperoleh.
- Belum tersedia tindak lanjut yang terdokumentasi atas masukan pelanggan.

Rekomendasi

- Memberikan insentif sederhana (misalnya diskon atau topping gratis) bagi pelanggan yang memberikan masukan.
- Melakukan rekapitulasi dan evaluasi hasil setiap bulan sebagai dasar perbaikan layanan.

5. Hasil Wawancara Pelanggan

Ringkasan Temuan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan, diperoleh beberapa masukan utama:

Aspek Positif

- Rasa minuman dinilai baik dan konsisten.
- Area dingin Ber AC baik di ruang smooking area maupun di ruang non smooking.
- Lokasi café strategis bagi peserta pelatihan, area nya juga bersih
- Pelayanan karyawan ramah dan responsif.

Area yang Perlu Ditingkatkan

- Variasi promo masih terbatas.
- Area kerja terlihat padat.