

**IMPLEMENTASI INOVASI PROMOSI CASA COFFEEVIBES
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS**

LAPORAN TUGAS AKHIR



Nama : Dhiya Shafa Salsabila

NIM : 33119010004

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**IMPLEMENTASI INOVASI PROMOSI CASA COFFEEVIBES
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS**

Laporan tugas akhir Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Dhiya Shafa Salsabila

NIM : 33119010004

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

ii

LAPORAN TUGAS AKHIR

**IMPLEMENTASI INOVASI PROMOSI CASA COFFEEVIBES
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS**

Oleh:
Dhiya Shafa Salsabila
NIM: 33119010004

Disetujui untuk Ujian Akhir Laporan Tugas Akhir

Pada Tanggal

Jumat, 18 Agustus 2023

Yennida Parmariza, S.Sos, MM

Pembimbing (.....)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui

Ketua Program Studi D3 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana



Dr. Catur Widayati, SE., MM

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Dhiya Shafa Salsabila
NIM : 33119010004
Program Studi : D3 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Implementasi Inovasi Promosi CASA Coffeevibes Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis
Tanggal Sidang : 18 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Yennida Parmariza, S.Sos., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi D3 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dr. Catur Widayati, SE., MM

LPTA 08232699



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhiya Shafa Salsabila

NIM : 33119010004

Program Studi : D3 Manajemen

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan laporan tugas akhir ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 18 Agustus 2023



Dhiya Shafa Salsabila

33119010004

RINGKASAN

Kegiatan inovasi promosi yang efektif merupakan hal yang sangat menguntungkan dalam menghadapi persaingan bisnis. Inovasi Promosi adalah upaya menciptakan ide baru dalam promosi yang dapat meningkatkan daya saing bisnis. CASA Coffeevibes merupakan usaha milik kelompok 6 orang pemuda mahasiswa yang bergerak di bidang *coffee shop* dan dikelola oleh sumber daya manusia yang profesional dibidangnya. Laporan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi inovasi promosi CASA Coffeevibes dalam menghadapi persaingan bisnis. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil observasi, CASA Coffeevibes sudah menerapkan dengan efektif inovasi promosi. Salah satu inovasi promosi yang memiliki peran besar di CASA Coffeevibes adalah mengadakan *thrift shop* dengan harga sukarela. Banyak *customer* yang tertarik datang karena alasan tersebut, bahkan CASA Coffeevibes menjadi *coffee shop* paling ramai di Perum. Namun, CASA Coffeevibes memiliki masalah dalam persiapan untuk menjadi ramai seketika. Dengan begitu *team* CASA Coffeevibes harus lebih mempersiapkan secara matang demi kenyamanan *customer*.

Kata Kunci : Inovasi, Promosi, CASA Coffeevibes



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat yang memungkinkan saya untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan judul: "Implementasi Inovasi Promosi CASA Coffeevibes Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis". Laporan ini diusulkan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai suatu gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Proses penulisan laporan ini tidak dapat dipisahkan dari bimbingan dan dukungan yang berarti dari banyak individu, terutama Ibu Yennida Parmariza, S.sos, MM. sebagai pembimbing saya yang telah memberi saya nasihat, motivasi, bimbingan, dorongan ilmu yang sangat berharga bagi penulis. Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu dalam proses penulisan penelitian ini dengan sukses, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andriansyah, M,Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Mercu Buana.
3. Dr. Catur Widayati., SE., MM, selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Yennida Parmariza, S.sos, MM., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan,

semangat, pengetahuan, dan nasihat nasihat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya laporan tugas akhir ini.

5. CASA Coffeevibes yang telah memeberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan observasi.
6. Nugri dan Team CASA yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis saat melakukan observasi dan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan arahan. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
8. Teristimewa, kedua orangtua tercintaku yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan material yang tiada hentihentinya kepada penulis serta memberi banyak inspirasi dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
9. Bapak dan Ibu bagian Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
10. Teman seperjuangan yaitu Risa, Andre, Fara, Melati, Astri serta semua teman-teman D3 Manajemen FEB UMB angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu semoga kita bisa mewujudkan impian kita.
11. Para sahabat sekolah dan kuliahku Husna, kak Tiara, Syahla, Alvina, Natasha, Putri, Fia, Ais, Ramdhani serta semua teman yang sampai saat ini senantiasa memberikan nasihat, semangat dan dukungannya kepada penulis.
12. Sahabatku yang paling setia yaitu Fauziyah Fajrin, yang selalu membantu, menyemangati, dan menemani penulis setiap hari.

13. Qoffal Ali Syahabi, teman dekat yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis setiap waktu agar tidak menyerah dalam keadaan sulit sekalipun. Semoga kita bisa sukses bersama.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam laporan tugas akhir ini. Akhir kata, semoga laporan tugas akhir ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBARAN PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	v
RINGKASAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Laporan Tugas Akhir	4
D. Manfaat Laporan Tugas Akhir	4
E. Metode Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori	7
1. Pemasaran.....	7
2. Bauran Pemasaran.....	9
3. Promosi.....	12
4. Bauran Promosi.....	13
5. Inovasi	15
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Berpikir Penelitian	20
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	21
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	21
1. Profil Perusahaan.....	21
2. Visi dan Misi Perusahaan	23
3. Logo CASA Coffeevibes	24
4. Struktur Organisasi.....	26
5. Layanan CASA Coffeevibes.....	28
B. Pembahasan	32
1. Pelaksanaan Penelitian	32
2. Implementasi Inovasi Promosi CASA Coffeevibes	32
3. Bauran Promosi CASA Coffeevibes	36
4. Masalah yang dihadapi CASA Coffeevibes.....	46
5. Solusi yang dilakukan oleh CASA Coffeevibes.....	47

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	52



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Berfikir Penelitian.....	20
3.2	Struktur Organisasi CASA Coffeevibes.....	26
3.3	<i>Flowchart Counter Service</i> CASA Coffeevibes.....	30
3.4	<i>Flowchart Delivery Service</i> CASA Coffeevibes.....	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	Menu CASA Coffeevibes	22
3.2	<i>Offline Store</i> CASA Coffeevibes.....	23
3.3	Logo CASA Coffeevibes	24
3.4	<i>Short Film</i> CASA Coffeevibes.....	33
3.5	CASA Coffeevibes Menjalin Kerjasama Dengan Radio	34
3.6	Biji Kopi CASA Coffeevibes	35
3.7	<i>Thrift Shop</i> CASA Coffeevibes	36
3.8	Iklan CASA Coffeevibes	37
3.9	Diskon CASA Coffeevibes	38
3.10	<i>Voucher Free Ongkir</i> CASA Coffeevibes di Shope.....	39
3.11	CASA Coffeevibes Berbagi Takjil.....	41
3.12	<i>Official Account</i> Shopee CASA Coffeevibes.....	43
3.13	Media Sosial Instagram Feeds CASA Coffeevibes.....	44
3.14	Sosial Media <i>Highlight</i> CASA Coffeevibes.....	45



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Foto Kegiatan Operasional CASA Coffeevibes	52
2	Foto Transkrip Wawancara	53
3	Foto Wawancara <i>Owner</i>	56

