

ABSTRACT

Deby Retno Rahmawati, 213106009, 2024. *The Implementation of 4P'S Marketing Mix at Karpen Coffee Madiun*. The English Diploma Three Program, Business Administration Department, State Polytechnic of Madiun.

Karpen Coffee is a business company that stands in the culinary field, especially coffee. Karpen Coffee was established in 2021 with the tagline "*Ngopi dipinggir sawah*". The marketing mix is a conceptual framework used by companies to design marketing strategies, the marketing mix determines the success of the company in achieving its goals. This study aims to determine how the implementation of the 4P Marketing Mix at Karpen Coffee. The method used in this research is a qualitative descriptive method which is divided into two types of data, namely primary and secondary data. Data collection techniques used through interviews, observation, and documentation. The marketing mix consists of four main elements: product, price, place, and promotion.

Based on the results of research conducted by the writer, it can be found that Karpen Coffee implements the 4P Marketing Mix well. For the product aspect, Karpen Coffee offers a variety of menus, ranging from coffee drinks, non-coffee, to soda. Karpen Coffee also applies very friendly service for customers. The price set by Karpen Coffee has been carefully calculated before the product is marketed. Karpen Coffee has a comfortable place to relax or do tasks. With views of residents' rice fields, it gives a unique impression to Karpen Coffee. Karpen Coffee promotes through online and offline media. In conducting online promotions, Karpen Coffee uses Instagram and WhatsApp. The offline promotional media used are collaborative events with the community and placing billboards in the front area of Karpen Coffee regarding the promos offered.

Keyword : *Marketing Mix, 4P's element, Karpen Coffee.*

ABSTRAK

Deby Retno Rahmawati, 213106009, 2024. *The Implementation of 4P'S Marketing Mix at Karpen Coffee Madiun*. Program Studi Bahasa Inggris, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun.

Karpen Coffee adalah sebuah perusahaan bisnis yang berdiri di bidang kuliner khususnya kopi. Karpen Coffee berdiri pada tahun 2021 dengan tagline "Ngopi dipinggir sawah". Bauran pemasaran merupakan kerangka kerja konseptual yang digunakan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran, bauran pemasaran menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi Bauran Pemasaran 4P pada Karpen Coffee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang terbagi menjadi dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Bauran pemasaran terdiri dari empat elemen utama yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat diketahui bahwa Karpen Coffee mengimplementasikan Bauran Pemasaran 4P dengan baik. Untuk aspek produk, Karpen Coffee menawarkan berbagai macam menu, mulai dari minuman kopi, non-kopi, hingga soda. Karpen Coffee juga menerapkan pelayanan yang sangat ramah bagi para pelanggan. Harga yang ditetapkan oleh Karpen Coffee sudah diperhitungkan dengan matang sebelum produk dipasarkan. Karpen Coffee memiliki tempat yang nyaman untuk bersantai atau mengerjakan tugas. Dengan pemandangan sawah warga, memberikan kesan yang unik bagi Karpen Coffee. Karpen Coffee melakukan promosi melalui media online dan offline. Dalam melakukan promosi online, Karpen Coffee menggunakan Instagram dan WhatsApp. Media promosi offline yang digunakan adalah event kerjasama dengan komunitas dan memasang baliho di area depan Karpen Coffee mengenai promo-promo yang ditawarkan.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran, Elemen 4P, Karpen Coffee.*