

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan magang ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen di Latera Del Caffè, serta kendala dalam melaksanakan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen di Latera Del Caffè. Hasil dari kegiatan magang ini adalah bentuk pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen di Latera Del Caffè adalah menyediakan produk yang berkualitas dan bervariasi, menentukan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas makanan maupun minuman yang ditawarkan, memilih lokasi yang mudah diakses dengan sarana dan prasarana yang memadai, melakukan promosi melalui media sosial, memberikan tugas sesuai dengan kemampuan karyawan dan mengadakan evaluasi mingguan terhadap kinerja karyawan, menyediakan mekanisme atau prosedur pelayanan yang jelas, serta menyediakan sarana dan prasarana yang memadai. Kendala dalam melaksanakan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen di Latera Del Caffè adalah munculnya kompetitor dalam usaha yang serupa, serta persaingan harga antara Latera Del Caffè dengan *coffee shop* lainnya.

Kata kunci : strategi pemasaran, jumlah konsumen

ABSTRACT

The aim of this internship activity is to describe the form of implementing marketing strategies to increase the number of consumers at Latera Del Caffè, as well as the obstacles in implementing marketing strategies to increase the number of consumers at Latera Del Caffè. The results of this internship activity are a form of implementing marketing strategies to increase the number of consumers at Latera Del Caffè, namely providing quality and varied products, determining prices that are affordable and in accordance with the quality of the food and drinks offered, choosing locations that are easily accessible with adequate facilities and infrastructure. adequate, carry out promotions via social media, assign tasks according to employee abilities and conduct weekly evaluations of employee performance, provide clear service mechanisms or procedures, and provide adequate facilities and infrastructure. Obstacles in implementing marketing strategies to increase the number of consumers at Latera Del Caffè are the emergence of competitors in similar businesses, as well as price competition between Latera Del Caffè and other coffee shops.

Keywords : *marketing strategy, number of consumer*