

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Komunikasi pemasaran yang efektif dan terencana menjadi krusial dalam mencapai tujuan, mengingat perlunya perhatian terhadap waktu yang relatif cepat dan biaya yang tidak besar. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Strategi Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Arah Timur Coffe untuk meningkatkan minat beli konsumen. pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada Manager, Marketing, dan karyawan Arah timur Coffe. Dalam strategi komunikasi pemasaran kotler membagi tingkatan dalam STP segmentasi, targeting, positioning).

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi segmentation, targeting, dan positioning (STP) yang diterapkan oleh Arah Timur Coffee, dapat disimpulkan beberapa hal penting:

1. Segmentasi

Arahtimur Coffee berhasil mengidentifikasi dan memahami berbagai segmen pasar dengan fokus utama pada kelompok golongan muda di Yogyakarta yang memiliki minat dalam bidang kreatif seperti musik, tattoo, dan fashion. Mereka tidak hanya menargetkan konsumen berdasarkan usia, tetapi juga berdasarkan minat dan gaya hidup yang spesifik. Dengan mengadakan event-event seperti mini konser dan pop up market, Arahtimur aktif menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung, di mana mereka dapat menikmati berbagai penampil dari berbagai

genre musik serta berinteraksi dengan tenant-tenant kreatif seperti thrift shop, tattoo, dan nail art. Event-event ini, seperti temporary tattoo pada tanggal 28 September 2023 dan mini konser pada 16 Juli 2023, tidak hanya mencerminkan komitmen Arahtimur dalam memperkaya kehidupan sosial komunitas tetapi juga membangun hubungan yang erat dengan segmen pasar mereka.

Selain aktif di platform media sosial, terutama Instagram, Arahtimur Coffee juga rutin mengunggah konten menarik seperti foto produk estetik, video proses penyeduhan kopi, serta promosi spesial. Melalui strategi ini, mereka tidak hanya membangun kesadaran merek tetapi juga terlibat langsung dengan komunitas online mereka. Platform media sosial menjadi sarana efektif bagi Arahtimur untuk memperluas jangkauan mereka di pasar yang kompetitif dan meningkatkan interaksi dengan penggemar kopi serta calon pelanggan potensial.

## 2. Targeting

Target pemasaran Arahtimur Coffee adalah kaum muda di Yogyakarta, terutama mahasiswa dan pendatang muda dari luar kota dengan rentang usia awal 20-an hingga 29 tahun. Yogyakarta adalah kota dengan populasi produktif yang signifikan, terutama didukung oleh mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di sekitar wilayah ini. Hal ini menciptakan peluang bagi Arahtimur untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat sasaran dengan memfokuskan perhatian pada segmen ini.

Dengan memahami bahwa banyaknya penduduk muda yang aktif secara sosial dan kreatif di Yogyakarta, Arahtimur dapat menyusun inisiatif pemasaran yang sesuai dengan minat dan gaya hidup mereka. Ini termasuk mengadakan event-event yang mencerminkan minat kreatif dan sosial mereka, serta memanfaatkan platform media sosial untuk berinteraksi secara langsung dengan komunitas online yang terhubung dengan mereka. Pendekatan ini memungkinkan Arahtimur untuk tidak hanya mengidentifikasi segmen pasar potensial dengan baik, tetapi juga untuk mengarahkan strategi pemasaran mereka secara efektif, membangun hubungan yang erat dengan komunitas mereka, dan menawarkan pengalaman yang bermakna bagi para pelanggan di Yogyakarta.

### 3. Positioning

Arahtimur Coffee berhasil menciptakan hubungan erat antara pengalaman ngopi yang unik dan gaya hidup modern kaum muda di Yogyakarta. Dengan mengadakan event seperti mini konser dan pop up market yang menampilkan seniman serta tenant kreatif, Arahtimur bukan hanya tempat untuk menikmati kopi berkualitas tinggi, tetapi juga pusat aktivitas sosial dan budaya. Para pengunjung dapat menikmati tidak hanya secangkir kopi yang lezat, tetapi juga terlibat dalam komunitas yang dinamis dan beragam.

Arahtimur Coffee konsisten dalam mempertahankan standar kualitas premium yang terjangkau, menjadikannya pilihan menarik bagi konsumen yang menghargai nilai dan kualitas dalam pengalaman mereka menikmati kopi. Adaptabilitas mereka terhadap umpan balik pelanggan tercermin dalam perubahan menu mereka, seperti transformasi dari "Coffee Kerja Keras" menjadi "Coffee Cream", yang dirancang untuk mempertahankan rasa kopi autentik tanpa tambahan manis seperti gula. Menu ini, kini menjadi salah satu andalan Arahtimur, menarik bagi pengunjung yang mengutamakan pengalaman minum kopi yang murni.

Dengan demikian, Arahtimur Coffee tidak hanya menjadi destinasi untuk menikmati kopi, tetapi juga sebuah tempat yang menarik bagi kaum muda yang ingin merasakan pengalaman ngopi yang berbeda dan terlibat dalam komunitas yang aktif. Kombinasi antara kualitas produk premium, fleksibilitas terhadap umpan balik konsumen, dan integrasi dengan elemen kreatif membuat Arahtimur tetap relevan dan diminati dalam pasar kopi yang kompetitif di Yogyakarta.

## **5.2 Saran**

Saran penelitian yang dapat diambil adalah meliputi: (1) Analisis efektivitas strategi pemasaran digital kafe melalui media sosial; (2) Penelitian terhadap preferensi konsumen terhadap inovasi menu; (3) Evaluasi strategi kemitraan dengan komunitas lokal; (4) Survei tentang citra merek dan persepsi konsumen terhadap Arah Timur Coffee. Dengan penelitian lebih lanjut pada aspek-aspek ini, akan memberikan wawasan yang lebih mendalam untuk membantu kafe mengoptimalkan strategi

pemasaran dan meningkatkan keberhasilan di pasar yang semakin kompetitif. Saran penelitian ini juga memberikan arahan khusus bagi peneliti yang ingin mengeksplorasi tema serupa. Dengan memperdalam analisis tentang strategi pemasaran digital, preferensi konsumen terhadap inovasi menu, strategi kemitraan dengan komunitas lokal, serta citra merek dan persepsi konsumen terhadap kafe, peneliti dapat memberikan kontribusi yang berharga terhadap pemahaman tentang strategi pemasaran kafe yang berhasil. Ini akan memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tren, tantangan, dan peluang baru dalam konteks pemasaran kafe, serta mengembangkan rekomendasi yang lebih spesifik dan relevan bagi industri ini.