BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Lokal Jawara Coffee Roastery Dalam Meraih Segmentasi Pasar dapat penulis simpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran pada Jawara Coffee Roastery cukup efektif. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah omzet dan pelanggan yang meningkat setiap tahunnya.

1. **Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Lokal Jawara Coffee Roastery Dalam Meraih Segmentasi Pasar yaitu :**
   a. Periklanan pada Jawara Coffee Roastery menggunakan media sosial.
   b. Pemasaran langsung pada Jawara Coffee Roastery dengan memasarkan produknya di media sosial maupun mengajak pelanggan secara langsung ke kedai.
   c. Promosi penjualan pada Jawara Coffee Roastery dengan pemberian diskon, voucher produk tertentu, dan mengadakan *event*.
   d. Hubungan Masyarakat pada Jawara Coffee Roastery dengan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan wartawan lokal dalam upaya publisitas.

e. Penjualan Personal pada Jawara Coffee Roastery dengan berinteraksi langsung di kedai antara pegawai dan pelanggan dan penerapan *word of mouth*.

2. Penerapan Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Nilai Keislaman di Jawara Coffee Roastery

Jawara Coffee Roastery menerapkan keseimbangan dunia dan akhirat terhadap penerapan sifat sidiq, amanah, tabligh, dan fatanah agar mendapat keberkahan Allah SWT dari bisnis yang dijalankan.

3. Faktor penghambat pemasaran kedai kopi lokal Jawara Coffee Roastery dalam meraih segmentasi pasar berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu :

A. Faktor Internal :

1. Terbatasnya jumlah modal.

B. Faktor Eksternal

1. Ketersediaan tempat yang terbatas
2. Faktor Cuaca (musim hujan)

4. Faktor Pendukung Pemasaran Kedai Kopi Lokal Jawara Coffee Roastery Dalam Meraih Segmentasi Pasar berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu :

A. Faktor Internal

1. Melayani pelanggan sepenuh hati.

B. Faktor Eksternal

1. Peluang usaha dengan prospek yang bagus.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti mencoba memberikan saran mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Jawara Coffee Roastery dalam meraih segmentasi pasar diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Jawara Coffee Roastery

a. Manajemen Jawara Coffee Roastery harus lebih teliti dan *detail* dalam menganalisa terkait minat pelanggan akan menu varian yang baru maka perlu nya adapatasi terhadap hal tersebut karena tidak semua pelanggan menyukai menu varian baru yang ditawarkan.

b. Adanya divisi Humas dalam struktur organigram yang dibuat agar fokus menjalankan tugasnya dalam mengoptimalkan strategi komunikasi dan pemasaran Jawara *Coffee Roastery* secara maksimal supaya tidak mengganggu tugas pegawai lain yang sudah ada.

c. Adanya Tim Kreatif yang bertugas secara spesifik dalam mengonsep ide-ide kreatif melalui pembuatan desain pamphlet, brosur, dan bentuk lain dalam mempromosikan secara lebih meluas di media sosial. Sehingga mampu dipublikasikan secara rutin mengenai keseluruhan produk terbaru maupun update terkini seputar Jawara Coffee Roastery yang memerlukan adanya konsistensi serta kontinuitas dari seluruh karyawan.

d. Terkait hambatan yang ada di Jawara Coffee Roastery, peneliti menyarankan agar dibangun sebuah bangunan untuk memperluas lokasi kedai sehingga mampu menampung seluruh pelanggan yang datang.

2. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi yang ingin menjalankan sebuah usaha atau bisnis dengan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang efektif dengan koordinasi dari berbagai elemen promosi.