

Muhammad Jailani.170531100044.Strategi Komunikasi Pemasaran Nusa Coffe Keputih Kecamatan Sukolilo Kota Suraba Dalam Upaya Menarik Pelanggan Di Era Pandemi Covid-19 . Dibawah bimbingan Dr. Tatag Handaka, S.Sos.,M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Nusa Coffe Keputih Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya Dalam Upaya Menarik Pelanggan Di Era Pandemi Covid-19. Strategi Komunikasi Pemasaran merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam memberikan informasi, mempengaruhi, promosi suatu kegiatan pemasaran agar tercapainya keberhasilan perusahaan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan penyajian secara deskriptif,. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memberikan pemahaman terkait fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, tindakan, dan lainnya Strategi Komunikasi Pemasaran Nusa Coffe dalam era pandemi covid-19 menerapkan strategi pemasaran 4p (Strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi tempat).

Strategi Harga, yang diterapkan Nusa Coffe baik dari harga promosi, potongan harga Nusa Coffe menerapkan harga promosi selama pandemi covid1-19 dihari Juma'at dan dihari hari besar. Strategi Promosi Nusa Coffe dari segi periklanan, promosi penjualan yang dilakukan Nusa Coffe selama pandemi covid-19, melalui media sosial yaitu instagram, facebook sedangkan untuk penjualan selama pandemi menerapkan sistem grab food dan shopee food. Strategi Tempat yang dipilih Nusa Coffe yaitu termasuk tempat yang strategis, dengan target pasar yaitu kalangan mahasiswa, hal ini dikarenakan karena letak Nusa Coffe diarea beberapa kampus seperti ITS, Universitas Hangtuah , UNTAG ,dan PPNS. Maka dari itu target penjualan saya yaitu kalangan mahasiswa.

Dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran 4p dalam masa pandemi covid-19, pengunjung Nusa Coffe tiap bulannya mengalami peningkatan, sehingga pendapatan Nusa Coffe juga mengalami peningkatan setiap bulannya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Pelanggan, Pandemi Covid-19

Muhammad Jailani.170531100044. Marketing Communication Strategy for Nusa Coffe Keputih, Sukolilo District, Surabaya City in an Effort to Attract Customers in the Era of the Covid-19 Pandemic. Under the guidance of Dr. Tatag Handaka, S. Sos., M.Sc.

ABSTRACT

This study aims to determine the Marketing Communication Strategy of Nusa Coffe Keputih, Sukolilo District, Surabaya City in an Effort to Attract Customers in the Era of the Covid-19 Pandemic. Marketing Communication Strategy is a tool to achieve the goal of providing information, influencing, promoting a marketing activity in order to achieve the company's success.

The type of research used in this research is qualitative research with descriptive presentation. Qualitative research is research that provides an understanding of phenomena related to what is experienced by research subjects such as behavior, motivation, action, and others. Nusa Coffee Marketing Communication Strategy in the Covid-19 pandemic era applies 4p marketing strategies (product strategy, price strategy, promotion strategy and place strategy).

The Price Strategy, which is applied by Nusa Coffe, both from promotional prices, Nusa Coffe discounts, applies promotional prices during the covid-19 pandemic on Fridays and on holidays. Nusa Coffe's Promotion Strategy in terms of advertising, sales promotions carried out by Nusa Coffe during the covid-19 pandemic, through social media namely Instagram, Facebook while for sales during the pandemic applying the grab food and shopee food systems. The location strategy chosen by Nusa Coffe is a strategic place, with the target market being students, this is because Nusa Coffe is located in the area of several campuses such as ITS, Hangtuah University, UNTAG, and PPNS. Therefore, my sales target is students.

In implementing the 4p marketing communication strategy during the covid-19 pandemic, Nusa Coffe visitors have increased every month, so Nusa Coffe's income has also increased every month.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Customers, Covid-19 Pandemi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi

1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.4.3 Manfaat Akademis.....	5

II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kerangka Teori	13
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.2.2 Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.3 Menarik Pelanggan	20
2.2.4. <i>Cafe</i>	21
2.2.5. <i>Nusa Coffe</i>	21
2.2.6. <i>Covid-19</i>	22

2.3 Kerangka konsep	22
2.3.1. Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran.....	22
2.4 Kerangka Berpikir	26
III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Lokasi Penelitian	30
3.3 Objek Penelitian	30
3.4 Sumber Data	30
3.4.1 Data Primer	30
3.4.2 Data Sekunder.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1 Observasi Partisipan	31
3.5.2 Dokumentasi	32
3.6 Penentuan Informan	32
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	33
IV GAMBARAN UMUM	34
4.1 Letak Geografis	34
4.2 Letak Demografi.....	34
4.3 Profil Nusa Coffe.....	35
4.4 Struktur Organisasi.....	35
4.5 Aktivitas Nusa Coffe	37
4.6 Profil Informan	38
V PEMBAHASAN	46
5.1 Proses Penelitian.....	46
5.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Nusa Coffe Di era Pandemi Covid-19 ...	46
5.2.1 Strategi Produk (<i>Product Strategy</i>) Nusa Coffe.....	48
5.2.2 Strategi Harga (<i>Price Strategy</i>) Nusa Coffe.....	54
5.2.3 Strategi Promosi (<i>Promotion Strategy</i>) Nusa Coffe.....	57
5.2.4 Strategi Tempat (<i>Place Strategy</i>) Nusa Coffe.....	62

5.3 Strategi Komunikasi Pemasaran 4P (<i>Product Strategy, Price Strategy, Promotion Strategy, Place Strategy</i>) Nusa Coffe Dalam Upaya Menarik Pelanggan	64
5.4 Pelayanan Nusa Coffe Terhadap Pelanggan Diera Pandemi Covid-19.....	68
5.5 Data Jumlah Pelanggan dan Data Pendapatan Nusa sCoffe.....	69
VI PENUTUP	73
6.1 Kesimpulan.....	73
6.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Café Keputih Sukolilo.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 5.2 Daftar Menu Varian Kopi.....	48
Tabel 5.3 Daftar Menu Varian Minuman.....	49
Tabel 5.4 Daftar Menu Makanan.....	49
Tabel 5.5 Daftar Menu Makanan Dan Minuman Favorit.....	62
Tabel 5.6 Data Pelanggan Nusa Coffe.....	65
Tabel 5.7 Pendapatan Nusa Coffe.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Letak Geografis Kelurahan Keputih.....	31
Gambar 4.2 Logo Nusa Coffe.....	32
Gambar 4.3 Struktur organisasi Nusa Coff	33
Gambar 4.4 Nusa Coffe Keputih Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya.....	34
Gambar 4.5 Imam Syafi'i (Informan 1).....	35
Gambar 4.6 Syaiful Anwar (Informan 2)	35
Gambar 4.7 Darus Salam (Informan 3).....	36
Gambar 4.8 Sukron Kasir.....	36
Gambar 4.9 Riyan Andika	37
Gambar 4.10 Muhammad Toriq	37
Gambar 4.11 Salahudin Rahmat.....	38
Gambar 4.12 Rania Insyira	38
Gambar 4.13 Haykal Hnif	39
Gambar 4.14 Sri Candra Bayu	39
Gambar 4.15 Zahwa Karin	40
Gambar 4.16 Sri Ayu Martadinata.....	40
Gambar 4.17 Aisyah.....	41
Gambar 4.18 Aulia.....	41
Gambar 5.1 Analisis Strategi Produk Nusa.....	46
Gambar 5.2 Kualitas Produk Nusa Coffe.....	47
Gambar 5.3 Merk Nusa Coffe	47
Gambar 5.4 Kemasan dan Label Nusa Coffe.....	48
Gambar 5.5 Analisis Strategi Harga Nusa Coffe.....	51
Gambar 5.6 Promosi Harga Nusa Coffe.....	52
Gambar 5.7 Promosi Potongan Harga Nusa Coffe.....	52
Gambar 5.8 Analisis Strategi promosi Nusa Coffe.....	54
Gambar 5.9 Iklan Nusa Coffe.....	55
Gambar 5.10 Profil Instagram Nusa Coffe.....	55
Gambar 5.11Profil Facebook Nusa Coffe.....	56
Gambar 5.12 Analisis Strategi Tempat Nusa Coffe	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guiede Owner Nusa Coffe	56
Lampiran 2 Interview Guiede Waiters Nusa Coffe.....	60
Lampiran 3 Interview Guiede Waiters Nusa Coffe.....	63
Lampiran 4 Interview Guiede Waiters Nusa Coffe.....	67
Lampiran 5 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	70
Lampiran 6 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	73
Lampiran 7 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	76
Lampiran 8 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	79
Lampiran 9 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	82
Lampiran 10 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	85
Lampiran 11 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	91
Lampiran 12 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	93
Lampiran 13 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	95
Lampiran 14 Interview Guiede Pelanggan Nusa Coffe.....	97
Lampiran 15 Foto Pengamatan.....	10