

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi, Tempat Ngupi berhasil memanfaatkan strategi komunikasi pemasaran melalui penerapan strategi komunikasi pemasaran dan *marketing communication mix* secara efektif meskipun dengan keterbatasan anggaran pemasaran. Strategi utama mereka berfokus pada *Word of Mouth* (WoM) sebagai pilar promosi, didukung oleh pengalaman pelanggan yang unik melalui suasana nyaman, layanan ramah, dan musik *Rock* khas yang mendorong rekomendasi dari pelanggan. Dalam *marketing communication mix*, Tempat Ngupi mengintegrasikan WoM, media sosial seperti Instagram untuk promosi acara musik dan lomba barista, serta komunikasi personal melalui *WhatsApp* untuk membangun keterikatan emosional dan loyalitas pelanggan. Selain itu, program sosial seperti "Nasi Berbagi" memperkuat citra positif mereka melalui aktivitas *public relations*. Lalu, Tempat Ngupi juga memanfaatkan promosi berbasis *event*, *digital marketing*, dan penawaran khusus seperti *free delivery* selama pandemi, yang menjadi daya tarik bagi pelanggan. Pendekatan strategis ini yang menekankan kebersihan, keamanan, personalisasi layanan, dan teknologi, berhasil menjaga kelangsungan bisnis, tercermin dari pertumbuhan karyawan, loyalitas pelanggan, dan kelancaran operasional meskipun tanpa anggaran promosi besar.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat mencakup beberapa kafe atau usaha serupa untuk memberikan perbandingan yang lebih luas terkait penerapan strategi komunikasi pemasaran pada sector F&B (*Food & Beverages*)
2. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan perspektif konsumen melalui survei atau wawancara untuk memahami bagaimana mereka merespons strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan.

5.2.2 Saran Praktis

1. Tempat Ngupi dapat mempertimbangkan penggunaan konten berbasis video seperti *vlog behind the scenes* atau tutorial singkat tentang produk mereka untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas dan meningkatkan *engagement* di media sosial.
2. Meningkatkan penggunaan teknologi seperti aplikasi pelanggan untuk pemesanan, *loyalty program*, dan pembayaran dapat memberikan pengalaman lebih *seamless* bagi pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional.
3. Mengadakan acara yang lebih besar dengan kolaborasi bersama komunitas lokal atau bisnis lain dapat menarik perhatian lebih banyak audiens, sekaligus memperluas jangkauan merek. Promosi seperti paket *bundling* produk juga dapat meningkatkan penjualan.

