

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta memberikan saran-saran yang berguna bagi perkembangan manajemen *event* yang diterapkan oleh Kulumanu Kopi. Bab ini mengintegrasikan temuan-temuan utama yang didapatkan selama penelitian.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Kulumanu Kopi telah berhasil merancang dan menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif melalui pendekatan STP (Segmentasi, *Targeting*, *Positioning*). Dengan fokus pada segmen pasar anak muda usia 18-30 tahun yang aktif di media sosial dan komunitas hobi, Kulumanu Kopi berhasil menarik audiens yang memiliki karakteristik gaya hidup urban dan sosial yang sesuai dengan *brand* mereka. Strategi *positioning* yang menonjolkan pengalaman unik di tempat nongkrong dengan suasana estetik, acara tematik, dan keterlibatan komunitas memberikan nilai tambah yang membedakan Kulumanu Kopi dari pesaing, serta semakin memperkuat keberadaan merek di pasar.

Kulumanu Kopi mengimplementasikan *event* sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang efektif yang menekankan pentingnya menciptakan pengalaman langsung bagi konsumen untuk meningkatkan keterlibatan dan kesadaran merek. Dalam konteks ini, Kulumanu Kopi memanfaatkan *event* seperti live music dan seni untuk memperkuat hubungan emosional dengan audiens target mereka, khususnya generasi muda. Keunikan yang ditawarkan oleh Kulumanu Kopi yaitu mengadakan event dengan tiket gratis merupakan contoh penerapan strategi *positioning* yang bertujuan untuk membedakan merek ini dari pesaingnya di pasar.

Selain itu, proses manajemen *event* yang dilakukan oleh Kulumanu Kopi terbukti sangat terstruktur dan berdampak positif pada *brand awareness* dan penjualan. Dengan langkah-langkah yang terencana mulai dari riset, desain, perencanaan, koordinasi, hingga

evaluasi, manajemen event Kulumanu Kopi berhasil menciptakan acara yang menarik dan relevan dengan audiens. Evaluasi yang didasarkan pada jumlah pengunjung dan peningkatan penjualan menunjukkan bahwa setiap acara tidak hanya berhasil menarik perhatian audiens, tetapi juga mendorong transaksi, yang berkontribusi pada pertumbuhan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan manajemen event yang efektif dapat meningkatkan visibilitas dan kesuksesan Kulumanu Kopi secara keseluruhan.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini hanya berfokus pada manajemen *event* Kulumanu Kopi, yang terbatas pada penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana utama untuk membangun *brand awareness* dan menjangkau audiens. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan untuk melibatkan platform media sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter, atau TikTok, guna membandingkan efektivitas strategi komunikasi pemasaran di berbagai saluran digital. Selain itu, riset lebih lanjut dapat mengeksplorasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi keberhasilan strategi pemasaran, seperti perilaku konsumen atau tren pasar di industri kopi.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan penelitian ini, terdapat saran praktis yang dapat diberikan kepada Kulumanu Kopi, antara lain:

1. Kulumanu Kopi dapat melakukan analisis situasi secara lebih rinci dan mendalam untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, yang dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dan mendorong pengembangan manajemen *event* yang lebih efektif.
2. Kulumanu Kopi dapat menerapkan konsep manajemen *event* secara lebih detail agar perencanaan dan penerapan strategi komunikasi pemasaran bisa dijalankan dengan lebih mudah.

### 5.2.3 Saran Sosial

Berdasarkan hasil penelitian diatas, adapun saran sosial penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kulumanu Kopi dapat lebih memaksimalkan potensi komunitas lokal yang memiliki minat serupa, seperti komunitas seni, fotografi, dan komunitas olahraga, untuk mendukung kegiatan pemasaran dan event mereka. Menggali kolaborasi dengan komunitas lokal akan meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperkuat hubungan sosial dengan audiens yang lebih luas. Kulumanu Kopi dapat mempertimbangkan untuk mengadakan acara yang lebih berfokus pada kolaborasi antara komunitas lokal dan pengunjung kafe untuk menciptakan nilai lebih dalam setiap acara yang diselenggarakan.
2. Mengingat tingginya keterlibatan audiens muda di media sosial, Kulumanu Kopi dapat memperkenalkan program *loyalty* berbasis aplikasi atau platform digital yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan akses eksklusif ke event atau penawaran khusus. Dengan menciptakan pengalaman digital yang menyenangkan, pelanggan dapat merasa lebih terhubung dengan merek, memperkuat *brand loyalty*, dan meningkatkan retensi pelanggan dalam jangka panjang. Program ini dapat mencakup sistem poin atau *rewards* untuk setiap pembelian atau partisipasi dalam event.