

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENARIK  
MINAT PELANGGAN DI AMING *COFFE* MELAWI  
NANGA PINOH KABUPATEN MELAWI**



**DISUSUN OLEH:**

**GIVSON**

**NIM 21020025**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN RETAIL  
SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENARIK  
MINAT PELANGGAN DI AMING *COFFE* MELAWI  
NANGA PINOH KABUPATEN MELAWI**

**SKRIPSI**

Disusun dan Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pada Program Studi Sarjana Manajemen Retail Sekolah Tinggi Ilmu  
Bisnis Kumala Nusa



**DISUSUN OLEH:**

**GIVSON**

**NIM 21020025**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN RETAIL  
SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA  
YOGYAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “**Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**” telah mendapatkan persetujuan dari pembimbing.

Yang disusun oleh:

Nama : Givson  
Nim : 21020025  
Program Studi : Sarjana Manajemen Retail

Disetujui pada tanggal 3 Februari 2023

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing




Ir. Edi Cahyono, M.M  
NIK. 11300113

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming *Coffe* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi” ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa pada tanggal 21 Februari 2023 dan telah memenuhi syarat lulus, dengan Dewan Penguji terdiri dari:

Ketua



Indri Hastuti Listyawati, S.H., M.M.  
NIK. 11300113

Anggota



Siti Nurhayati, S.E., M.M.  
NIK. 11600118

Mengetahui,  
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa



SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS  
KUMALA NUSA

Anung Pramudyo, S.E., M.M.  
NIP. 197802042005011002

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Givson

NIM : 21020025

Program Studi : Sarjana Manajemen Retail

Judul Tugas akhir : “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming *Coffe* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi”

Dengan ini saya menyatakan bahwa tulisan dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Nanga Pinoh, 11 November 2022



Givson  
NIM. 21020025

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### “Motto”

“Orang terpelajar memiliki masa lalu, orang yang terus mau belajar memiliki masa depan.”

“Keberhasilan adalah sebuah proses. Niatmu adalah awal keberhasilan. Peluh keringatmu adalah penyedapnya. Tetesan air matamu adalah pewarnanya. Doamu dan doa orang-orang disekitarmu adalah bara api yang mematangkannya. Kegagalan di setiap langkahmu adalah pengawetnya. Maka dari itu, bersabarlah! Tuhan selalu menyertai orang-orang yang penuh kesabaran dalam proses menuju keberhasilan. Sesungguhnya kesabaran akan membuatmu mengerti bagaimana cara mensyukuri arti dari sebuah keberhasilan”

“Berdoa dan Bekerja (*Ora Et Labora*)”

## **“Persembahan”**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

♥ Tuhan Yesus Kristus sebagai wujud rasa syukur atas penyertaan nya dan atas ilmu yang Dia berikan kepadaku

♥ Bapak, mama dan adik ku tercinta yang telah memberikan kasih sayang serta doanya, selalu setia mendampingi dan yang selalu memberikan support serta dukungan secara material.

♥ Dosen-dosen dan Teman-temanku di Manajemen Retail Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa menjadi penopang dan teman terbaik penulis sepanjang hidupnya. Hanya karena kebaikan Kasih dan Berkat-Nya lah yang menuntun penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming *Coffe* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi”.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Sarjana Manajemen Retail Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa. Penulis berharap karya tulis ini dapat bermanfaat bagi dunia Pendidikan khususnya pegiat komunikasi pemasaran. Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Anung Pramudyo, S.E.,M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta.
2. Bapak Ir. Edi Cahyono, M.M selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Kak Rabah Ismiatin selaku Manager Aming *Coffee* Melawi.
4. Bang Yonis selaku Barista Aming *Coffee* Melawi, dan seluruh karyawan Aming *Coffee* Melawi yang telah membantu saya selama dalam penyusunan skripsi
5. Orang tua serta keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan moral maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.



6. Semua teman-teman dan sahabat saya yang telah memberikan semangat kepada saya dalam penyusunan skripsi
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan mensupport saya selama penyusunan skripsi

Penulis menyadari bahwa ada banyak keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis agar tercapainya perbaikan di masa mendatang.

Nanga Pinoh, 11 November 2022

Penulis

Givson

## **DAFTAR ISI SKRIPSI**

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN (COVER)</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABLE</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>ABSTRAK</b> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
A. Strategi .....	10
B. Komunikasi .....	10
C. Pemasaran .....	11

D. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	12
E. Minat Pelanggan .....	17
F. Penelitian Terdahulu .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
A. Jenis Penelitian dan Subjek/Objek Penelitian.....	21
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	23
C. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	23
D. Metode Analisis Data.....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Gambaran umum dan Lokasi Penelitian.....	26
B. Hasil Penelitian.....	30
C. Pembahasan Penelitian .....	52
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Produk Kopi Aming.....	4
Gambar 4.1 Struktur Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi.....	29
Gambar 4.2 Gerai <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi tampak dari depan .....	31
Gambar 4.3 Tempat Kasir <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi....	31
Gambar 4.4 Ruang <i>Smoking</i> Aming <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh di Lantai bawah .....	32
Gambar 4.5 Toilet Lantai bawah Aming <i>Coffee</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi .....	32
Gambar 4.6 Ruang Dapur Aming <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi .....	33
Gambar 4.7 Ruang Live Musik Aming <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi .....	33
Gambar 4.8 Ruang <i>Smoking</i> Aming <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi dilantai atas .....	34
Gambar 4.9 Ruang <i>No Smoking</i> Aming <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi .....	34
Gambar 4.10 Toilet Lantai atas Aming <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi .....	35
Gambar 4.11 Gambar Karyawan Aming <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi Menyambut <i>Customer</i> dengan Tersenyum .....	36
Gambar 4.12 Gambar Peneliti dan Saudari Rabiah Ismiatin, selaku <i>manager</i> Aming <i>Coffee</i> Melawi Nanga Pinoh .....	37
Gambar 4.13 Gambar Peneliti dan Saudari Ratna selaku <i>Barista</i> Aming <i>Coffee</i> Melawi Nanga Pinoh .....	39
Gambar 4.14 Gambar Peneliti dan Saudara Yogi selaku <i>Runer</i> Aming <i>Coffee</i> Melawi Nanga Pinoh.....	41
Gambar 4.15 Gambar Peneliti dan Saudara Felix selaku Konsumen Aming <i>Coffee</i> Melawi Nanga Pinoh .....	46

Gambar 4.16 Gambar Peneliti dan Saudara Ero selaku Konsumen Aming <i>Coffee</i> Melawi Nanga Pinoh .....	47
Gambar 4.17 Gambar Peneliti dan Saudara Sapri selaku Konsumen Aming <i>Coffee</i> Melawi Nanga Pinoh .....	49
Gambar 4.18 Gambar Peneliti dan Saudari Fitri Rosela selaku Konsumen Aming <i>Coffee</i> Melawi Nanga Pinoh .....	49
Gambar 4.19 Gambar Menu Amig <i>Coffe</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi .....	50
Gambar 4.20 Contoh Produk Aming <i>Coffee</i> Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi .....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 2 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 4.1 Luas wilayah Kabupaten Melawi.....	27

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I Foto-foto Kegiatan Penelitaian .....	65
---	----

## ABSTRAK

### **Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**

Tujuan dari penelitian ini, adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Komunikasi Pemasaran dalam menarik minat pelanggan yang dilakukan oleh Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh disaat makin ketat nya persaingan bisnis *coffee* shop di Kabupaten Melawi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis Penelitian deskriptif dengan bentuk penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori dari strategi komunikasi pemasaran yang terdiri dari segmentasi, targeting dan positioning. Subjek dalam penelitian ini adalah manager Aming *Coffee* Melawi, satu orang barista, satu orang runner dan empat orang customer yang sudah berlangganan datang ke Aming *Coffee* Melawi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan Aming *Coffee* untuk menarik minat pelanggan yaitu melalui segmentasi yang ada dengan memaksimalkan pelayanan dan komunikasi dengan customer, meningkatkan kualitas produk, memberikan fasilitas yang nyaman, menawarkan promo-promo dan menambahkan variasi menu dengan banyak pilihan melalui inovasi yang dilihat dari keinginan pasar. Yang menjadi targeting dari Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh adalah masyarakat kelas menengah ke atas dan untuk melakukan strategi penetapan posisi pasar, pihak Aming Coffe Melawi mempunyai ciri khas tersendiri atau keistimewaan sendiri yang tentunya berbeda dengan tempat atau *Coffee* Shop lain misalnya dari segi tatakan maupun ciri khas rasa dari kopinya. Karena Aming *Coffee* Melawi mempunyai brand dan produk sendiri oleh karena itu secara otomatis mempunyai daya tarik tersendiri untuk customer yang datang ke Aming *Coffee* melawi.

***Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Pemasaran, Minat, Aming Coffe***



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Aktivitas minum kopi di kedai kopi telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat Indonesia khususnya bagi masyarakat di Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi, Kalimantan Barat. Kedai kopi atau *coffee shop* selain sebagai tempat untuk minum kopi juga digunakan masyarakat untuk menjadi tujuan beberapa kegiatan tertentu seperti bertemu dengan klien, tempat nongkrong bagi anak muda, tempat sosialisasi, dan sebagai tempat belajar bagi kalangan pelajar atau mahasiswa.

Jika dulu kopi sangat identik dengan orang tua, sekarang kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup anak muda sehingga tidak sulit bagi kita untuk mencari *coffee shop* atau kedai kopi di wilayah Nanga Pinoh. Kemudian dari suasana di setiap *coffee shop* juga memiliki ciri khas yang berbeda-beda baik dari suasana tempatnya, komunikasi, keramah tamahan karyawan dan kenikmatan dari khas kopi memberikan sensasi tersendiri bagi konsumen saat meminumnya sehingga hal ini menjadi daya Tarik tersendiri bagi para konsumen dan menjadi salah satu alasan konsumen untuk kembali lagi di esok harinya.

Di Kota Nanga Pinoh sendiri, perubahan gaya hidup masyarakat dimana semakin banyak masyarakat merasa bergengsi untuk menaikkan status sosial ketika dapat meminum kopi di *Coffee Shop*, menyebabkan

pesatnya perkembangan industri *coffee shop* di Nanga Pinoh, yang dulunya di kota ini sangat jarang sekali dijumpai usaha-usaha kuliner terutama bisnis *coffee shop*, namun saat ini sudah cukup banyak yang menjalankan usaha *coffee shop* dan sudah menjadi hal yang umum untuk kita jumpai di hampir seluruh kota banyak berdirinya *coffee shop* atau kedai kopi yang memiliki ciri khas yang berbeda-beda dan salah satu yang terkenal adalah *coffee shop* dengan nama Aming *Coffe* Melawi.

Dari hasil wawancara prapenelitian dengan Rabiah Ismiatin selaku Manager di Aming *Coffe* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi. Aming *Coffee* melawi adalah Aming *Coffee* yang berasal dari Aming *Coffee* Kota Pontianak. Aming *Coffee* Melawi sendiri merupakan cabang yang ke-18. Aming *Coffee* merupakan salah satu kedai kopi tradisional yang sangat dikenal oleh penikmat kopi di di Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Bermula dari sebuah warung kopi kecil di Haji Abbas, Kota Pontianak, Aming *Coffee* hadir sejak tahun 2002 yang di dirikan oleh Limin Wong atau Aming. Aming *Coffee* menyajikan racikan kopi lokal yang istimewa, sebelumnya, Aming *Coffee* di tahun 1970 sudah memproduksi kopi dan mendistribusikannya ke berbagai warung kopi di Pontianak, menjadi pionir rasa kopi lokal yang di rindukan warganya. Aming *Coffee* ini selain mempunyai brand nya sendiri ada lagi yang membedakan gerai Aming *Coffee* ini dengan *Coffee Shop* lainnya yaitu Aming *Coffee* ini mempunyai produk nya sendiri seperti bahan baku milik sendiri contohnya seperti biji kopinya, tentu dengan menggunakan bahan baku produk sendiri hasil semua

minuman dari *Aming Cofee* ini mempunyai cita rasa khas nya sendiri. *Aming Cofee* memiliki cabang di seluruh Kabupaten yang ada di Kalimantan Barat dan dikenal hampir oleh semua masyarakat di Kalimantan Barat. Kini, *Aming Cofee* sudah membuka gerai yang ke-23 di seluruh Indonesia. Termasuk salah satu nya di Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, Kalimantan barat. *Aming Cofee* Melawi merupakan salah satu kedai kopi *modern* yang terdapat di kota Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi, Kalimantan barat. *Aming Cofee* ini beralamat di Jl. Lintas Kota Baru, KM 1, Tj. Niaga, Kec. Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi, Propinsi Kalimantan Barat. Pemilik dari *Aming Cofee* Melawi bernama bapak Sunarto dan Fatner *Aming Cofee* Melawi bernama bapak William. *Aming Cofee* Melawi menjual berbagai macam menu minuman yang berbahan dasar kopi dengan ciri khas kopi aming itu sendiri dan juga meyediakan berbagai macam minuman panas atau dingin (non kopi), serta menyediakan berbagai macam makanan dan cemilan. Hubungan penjualan dengan minat pelanggan untuk datang ke *Aming coffee* Melawi adalah karena berbagai macam hal mulai dari adanya promo diskon, sampai dengan pelanggan yang sudah sering datang ke *Aming coffee* untuk sekedar ngopi. *Aming coffee* Melawi tempatnya nyaman dan tenang cocok untuk ngerjain tugas sambil minum kopi. Dan juga di *Aming coffee* ada diskon karyawan jadi setiap karyawan itu berhak memberi diskon bagi keluarga, teman, dan orang yang dikenal jika datang ke *Aming coffee* Melawi,” (Wawancara dengan Rabiah, 28 Desember 2022).

Gambar 1.1 Gambar Produk Aming Coffe



(Sumber: [https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=gambar+produk+coffe+aming#imgcr=ya54\\_4ZHdcVD0M](https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=gambar+produk+coffe+aming#imgcr=ya54_4ZHdcVD0M) diakses pada 01 Januari 2023 jam 14:11)

*Coffee Shop* atau kedai kopi menjalankan bisnis tidak terlepas dari strategi dalam pengembangan bisnis, salah satunya adalah dengan komunikasi. Sebuah perusahaan harus melakukan komunikasi pemasaran yang benar dan terencana agar berhasil dalam mencapai tujuan dengan waktu yang efisien dan dengan biaya yang relative rendah. Oleh karena itu maka diperlukan komunikasi yang terencana, kreatif dan efisien merupakan

hal yang mendasar dalam strategi komunikasi pemasaran yang diperlukan perusahaan, sebagai usaha menanamkan kesadaran dan minat masyarakat akan produk atau jasa yang ditawarkan atau pun sebagai strategi komunikasi pemasaran sebuah perusahaan produk atau jasa yang sedang berkembang yang tentunya menginginkan adanya peningkatan penjualan.

Ada beberapa keunikan di Aming *Coffe* Melawi Nanga Pinoh yang menjadi alasan peneliti ingin membuat penelitian di Aming *Coffe* ini karena Aming *Coffe* termasuk salah satu Pionir usaha *coffee shop* di Kalimantan Barat yang mendorong para pengusaha lainnya membuat usaha yang serupa, sehingga saat ini Aming *Coffe* memiliki banyak pesaing bisnisnya, bahkan banyak dari para pesaing Aming *Coffe* yang usahanya jauh lebih memiliki tempat dan lokasi yang strategis dan nyaman. Akan tetapi dibandingkan *coffee shop* lainnya Aming *Coffe* memiliki minat beli konsumen yang stabil, bahkan ketika di beberapa hari-hari biasa Aming *Coffe* ini masih selalu ramai oleh para konsumennya. padahal dulunya di Nanga Pinoh ini banyak usaha yang gagal atau umur usahanya sangat sebentar karena minat beli masyarakat disana sangat kecil dan mudah berubah-ubah. Di Aming *Coffe* juga memiliki pelayanan yang sangat ramah, setiap konsumen yang awam dengan menu Aming *Coffe* terutama produk kopinya akan di berikan waktu untuk bertanya atau mengkonsultasikan rasa pesanan yang diinginkannya, sampai konsumennya menemukan rasa yang pas dan cocok dilidahnya. Dengan pesatnya perkembangan dalam hal kreatifitas saat ini, mendorong para pengusaha harus memiliki ide-ide yang kreatif dalam menjalankan

usahanya agar dapat meningkatkan minat beli konsumennya termasuk Aming *Coffe* ini, Oleh karena itu, diperlukan maka diperlukan strategi komunikasi dalam pemasaran Aming *Coffee* yang kreatif dan terencana.

“Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya” (Effendy, 2003: 300). Strategi biasanya menjangkau masa depan, sehingga pada umumnya strategi disusun secara bertahap dengan memperhitungkan faktor-faktor yang akan mempengaruhinya. Menurut Lynch seperti yang dikutip oleh Wibisono (2006: 50-51), Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah rencana yang dilakukan untuk mencapai tujuan, maka dari perusahaan harus benar-benar mengerti bisnis yang dilakukan serta dapat mengantisipasi kemungkinan peluang dimasa depan. Untuk menjalankan strategi yang baik, menarik dan efektif, perusahaan juga dituntut untuk bisa melakukan komunikasi yang baik dengan konsumen agar konsumen mengerti apa yang kita bicarakan. Strategi merupakan rencana yang disatukan dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi komunikasi dalam mempromosikan produk. Sebagaimana pengertian strategi komunikasi pemasaran menurut Mahmud Machfoedz dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Pemasaran Modern* yaitu : “Penetapan suatu tujuan promosi pemasaran dan sasaran promosi pemasaran yang

dibuat oleh sebuah perusahaan, dengan cara membuat sebuah rancangan pesan pemasaran dan media pemasaran melalui pengembangan promotional mix pemasaran untuk penyediaan anggaran pemasaran, sehingga mencapai suatu evaluasi dan pengendalian rencana pemasaran yang tepat dan bermanfaat” (Machfoedz, 2010 : 11) Komunikasi dalam kegiatan pemasaran bersifat kompleks, artinya tidak sesederhana seperti yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari melainkan bentuk komunikasi yang lebih rumit yang mendorong penyampaian pesan oleh komunikator ke komunikan dilakukan melalui sejumlah strategi komunikasi, setelah melewati proses perencanaan yang matang dan terkonsep. Komunikasi pemasaran menjadi semakin penting untuk memenangkan pasar karena pada zaman sekarang setiap produk harus bersaing keras dengan produk-produk dalam kategori jenis produk yang sama. Namun semakin berkembangnya industri *Coffee Shop* di Kota Nanga Pinoh dan banyaknya pengusaha yang menjalankan bisnis yang sama maka *Aming Coffee* harus dituntut untuk bisa melakukan inovasi-inovasi baru untuk menghadapi persaingan.

Berdasarkan permasalahan tersebut Peneliti ingin mengetahui mengenai strategi pemasaran *Aming Coffee* dengan memadukan unsur – unsur dalam komunikasi pemasaran dalam menarik minat pelanggannya di Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di *Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian yaitu: “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi”.

## **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian spesifik dan fokus serta untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas agar tidak terjadi kerancuan ataupun kesimpangsiuran dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Maka ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi”. Mengingat peneliti merupakan mahasiswa manajemen retail, dalam hal ini peneliti lebih memfokuskan diri dalam hal proses aktivitas keseharian bisnis pemasaran dalam mengelola penjualan pada Aming *Coffee* Melawi.

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak di capai oleh penulis dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi?”.



## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari kegiatan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Mahasiswa
  - a. Melatih ketrampilan mahasiswa berdasarkan pengetahuan yang telah diperoleh dari bangku kuliah.
  - b. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan menjadi tambahan informasi dalam bidang ilmu komunikasi tentang pemasaran.
  - c. Melatih ketrampilan mahasiswa berdasarkan pengetahuan yang telah diperoleh dari bangku kuliah
  - d. Membantu mahasiswa dalam memberikan informasi untuk mengadakan penelitian dengan masalah penelitian yang sama.
2. Bagi Akademi Manajemen Adminitrasi YPK Yogyakarta
  - a. Mamanfaatkan umpan balik untuk menyempurnakan materi perkuliahan yang sesuai dengan kebutuhan instansi swasta.
  - b. Menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan instansi swasta.
3. Bagi Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi
  - a. Dengan penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan atau pendapat, dan sebagai saran kepada objek penelitian yaitu Aming Coffe, sebagai salah satu solusi untuk upaya meningkatkan kualitas dari komunikasi pemasaran guna meningkatkan minat pengunjung serta dalam melayani pelanggannya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Strategi**

Menurut Effendy (2011:32) Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan planing untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya jadi strategi adalah membuat perencanaan untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan dengan melakukan manajemen yang baik.

Sedangkan Menurut Uthami (2011:8) Dalam konteks bisnis, strategi mngambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi secara umum dapat diartikan sebagai rencana yang disusun oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Jadi dari uraian beberapa pengertian strategi di atas, penulis menyimpulkan bahwa strategi adalah sebuah rencana yang dilakukan untuk mencapai tujuan atau sesuai misi dengan cara melakukan manajemen yang baik. Strategi yang dimaksud dalam skripsi ini adalah “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi”.

## **B. Komunikasi**

Menurut Suprpto (2009:7) ada tiga pengertian utama komunikasi, yaitu pengertian secara etimologi, terminologis dan paradigmatis.

- (a). Secara etimologis, komunikasi dipelajari menurut asal-usul kata, yaitu komunikasi berasal dari bahasa latin “communicated” dan perkataan ini bersumber pada kata “comminis” yang berarti sama makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan.
- (b). Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.
- (c). Secara paradigmatis, komunikasi berarti pola yang meliputi sejumlah komponen berkorelasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Sedangkan menurut Prasetyo dkk (2018:116) komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang merupakan gagasan atau informasi pengirim melalui suatu media kepada penerima (komunikasi) agar mampu memahami maksud pengirim.

Berdasarkan beberapa pengertian dari komunikasi tersebut dapat disimpulkan jika komunikasi merupakan suatu proses dimana individu dengan individu atau individu dengan kelompok menciptakan dan menyampaikan informasi, ide, atau gagasan dari satu pihak ke pihak lainnya.

## **C. Pemasaran**

Menurut American Marketing Association dalam Tjiptono dan Diana (2016:3) Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan

tawaran (offerings) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Kotler dan Armstrong dalam Sitorus dan Utami (2017:8), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Hasan (2009:367) dalam bukunya menjelaskan promosi merupakan proses mengomunikasikan variabel bauran pemasaran yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi dimulai dari perencanaan, implementasi dan pengendalian komunikasi untuk menjangkau target pelanggan dan calon pelanggan. Inti dari kegiatan promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, mengingatkan pasar sasaran agar menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan jika pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh organisasi dalam merencanakan, menentukan harga serta promosi yang dilakukan dan mendistribusikannya kepada pasar produk yang bersangkutan

#### **D. Strategi Komunikasi Pemasaran**

Strategi adalah pola keputusan khusus dan tindakan manajer yang menuntut kemampuan dasar untuk berhasil dalam persaingan dan berbeda dengan kompetitor. Pada dasarnya strategi komunikasi pemasaran merupakan keputusan-keputusan dari manajemen tentang elemen-elemen bauran promosi

perusahaan sebab di dalam komunikasi pemasaran secara umum menggunakan bauran promosi. (Kotler 2012: 258) mengatakan ada 3 langkah yang harus dilakukan agar komunikasi pemasaran berhasil:

#### 1. Segmentasi

Segmentasi pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur konsumen. Segmentasi diperlukan agar perusahaan dapat melayani konsumennya secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih persuasif dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang dituju. Untuk memasarkan suatu produk, praktisi pemasaran harus tau siapa yang akan menjadi konsumennya. Ada tiga tahap yang harus dilakukan dalam segmentasi pasar (Kotler, 2001) yaitu:a.

- a. Survey Stage merupakan tahap melakukan eksplorasi baik melalui focus group discussion atau dengan wawancara terhadap beberapa kelompok konsumen untuk memperoleh keterangan mengenai motivasi, sikap dan perilaku konsumen.
- b. Analysis Stage merupakan tahap analisis terhadap informasi yang telah diperoleh melalui survey. Analisis dapat dilakukan dengan menerapkan analisis faktor untuk menelaah variable-variabel mana yang berkorelasi tinggi.
- c. Profiling Stage merupakan tahap untuk mengidentifikasi profil masing-masing cluster yang terbentuk. Dengan ini akan teridentifikasi perbedaan masing-masing cluster berdasarkan sikap dan perilaku, demografi, psikografi, manfaat atau value.

## 2. Targeting

Targeting atau menentukan strategi pasar adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau konsumen. Target pasar merupakan memilih satu atau beberapa segmen konsumen yang akan menjadi fokus kegiatan pemasaran dan promosi. Perusahaan harus memiliki keinginan keberanian untuk memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja konsumen dan meninggalkan bagian lainnya.

## 3. Positioning

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan di dalam otaknya, di dalam alam khayalnya, sehingga khalayak memiliki penelitian tertentu.

Berbagai tips yang ditujukan untuk meningkatkan jumlah penjualan di suatu perusahaan diantaranya adalah strategi pemasaran 4 P:

- a. Product: setiap perusahaan harus bisa menentukan produk apa yang menjadikan andalannya dan bagaimana cara mengembangkan produk andalannya tersebut. Misalnya dengan menambah varian rasa, varian ukuran, varian bentuk dan juga varian kemasannya. Hal yang paling penting dan krusial yang harus dijaga adalah kualitas dan produk andalan. Sebuah perusahaan jangan pernah melakukan perubahan rasa, bentuk, warna, ukuran dan kualitas tanpa melakukan info atau pemberitahuan kepada pelanggan sebelumnya. Karena perubahan produk yang tiba-tiba akan

menyebabkan pelanggan kecewa dan apabila pelanggan kecewa hal tersebut akan berlanjut dan akan berakibat ke penurunan penjualan.

- b. mendapatkan produk atau jasa. Dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu factor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama suatu konsumen untuk mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka untuk memutuskan membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.
- c. Place: dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu factor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pulah tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga sebaliknya, jika pemilihan lokasi usaha tidak strategis maka penjualanpun juga tidak akan terlalu bagus. Untuk itu sebelum anda memulai sebuah usaha, pilih terlebih dahulu tempat usaha yang paling tepat untuk pemasaran usaha anda. Lakukan riset dan bandingkan beberapa pilihan tempat sebelum akhirnya anda menentukan lokasi yang paling strategis bagi usaha anda.
- d. Promotion: kegiatan promosi bisnis merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha, baik usaha kecil maupun besar. Promosi adalah kegiatan pendukung strategi pemasaran yang

dilakukan untuk memasarkan dan memberitahu kepada konsumen tentang produk atau jasa yang kita jual. Kegiatan promosi sangat penting karena dapat meningkatkan laba atau penjualan di suatu perusahaan. Kegiatan promosi itu bisa dilakukan dengan cara menyebar brosur atau memanfaatkan media sosial karena dengan begitu secara tidak langsung kita sudah berkomunikasi dengan calon konsumen. Berikut manfaat lain dari kegiatan promosi antara lain, mengetahui produk yang diinginkan konsumen, mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran, mengetahui strategi yang tepat pada konsumen, menciptakan image buah produk dengan adanya promosi.

Tjiptono (2008:222) dalam bukunya mengatakan meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas khususnya. Beberapa tugas khusus tersebut atau sering disebut bauran promosi adalah:

1). Personal selling

Personal selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan memebelinya

2). Mass selling, terdiri atas periklanan dan publisitas

Mass selling merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang



paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Publisitas adalah bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang dan jasa secara nonpersonal, yang mana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu.

### 3). Promosi penjualan

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.

### 4). Public relations (Hubungan Masyarakat)

Public relations merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari satu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.

### 5). Direct marketing

Direct marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi disembarang lokasi.

## **E. Minat Pelanggan**

Menurut Widyastuti (Ikbal, 2011:12) menyatakan minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Dan menurut Hurlock (2004:114) berpendapat bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu

yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang.

Sedangkan untuk pengertian pelanggan menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:49) Pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Dan menurut Haryono Budi (2016:24) “Pelanggan adalah individu atau organisasi yang sudah efektif melakukan pembelian”. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat pelanggan itu adalah orang yang selalu datang ke tempat suatu bisnis kita dan mempunyai keinginan yang kuat untuk datang lagi, mempertahankan dan mengandalkan terus suatu brand yang kita punya.

## F. Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu yang Relevan sebagai pedoman di dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa penelitian sebelumnya yang telah meneliti sesuatu yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel I. 2 Penelitian Terdahulu**

NO	NAMA	TAHUN
1	Yudhi Arya Syahputa	Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen pada PT. RajaGrafindo Persada/2012
2	Deddy Septian	Strategi Komunikasi Pemasaran Café Tong Susu Pekanbaru Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen/2016
3	Rona Apriyanto	Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Business Beyond Be Magazine Dalam Meningkatkan Omset Penjualan di Kota Pekanbaru/ 2016

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian dan Subyek/obyek Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan bentuk penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2017:4) mendefinisikan metode kualitatif sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara jelas, lengkap, rinci, dan mendalam terkait dengan fenomena yang diteliti yaitu tentang “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi”.

Jadi, dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian kualitatif deskriptif, yang menjadi instrument penelitian adalah penulis sendiri dan yang menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data, serta membuat kesimpulan dari yang diteliti. Oleh karena peneliti secara langsung sebagai instrument, maka peneliti harus memiliki kesiapan dalam melaksanakan proses penelitian dimulai pada tahap awal hingga akhir dalam penelitian.

Sedangkan untuk Subjek Penelitian menurut Bungin (2007:119) Subjek adalah orang yang akan memberikan informasi dan data dari masalah yang akan diteliti. Subjek dalam penelitian ini adalah saudari Rabiah Ismiatin selaku Manager Aming *Coffee* Melawi, saudari Ratna selaku barista, saudara Yogi

selaku runner coffee, dan empat orang customer yaitu saudara Felix, Sapri, Ero dan Ibu Fitri Rosela yang sudah berlangganan datang ke *Aming Coffee* Melawi yang berlaku sebagai informan. Dari beberapa subjek ini, mereka itulah yang terlibat dalam strategi mempromosikan dan memasarkan *Aming Coffee* Melawi dalam menarik minat pelanggan.

Dan Objek Penelitian menurut Bungin (2007:119) Objek penelitian merupakan benda, orang atau juga suatu kejadian yang berada pada sasaran peneliti. Maka yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran *Aming Coffee* Melawi dalam menarik minat pelanggan”. Dan untuk mengetahui kendala atau penghambat dalam membangun Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di *Aming Coffe* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi”.

## **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi penelitian di *Aming Coffe* Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi, Kalimantan Barat. Untuk mendapatkan data, peneliti mendatangi langsung tempat *Aming Coffe* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi.

## **C. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data penelitian yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah “sumber data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan sumber informasi (*informan*)”. Menurut Moleong (2017:132), “Informan adalah yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian”. Dan menurut Ruslan (2004:138) data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari

sumbernya dan diolah langsung oleh peneliti untuk dimanfaatkan. Data primer dapat dibentuk opini subjek secara individual atau kelompok dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan dan hasil dari suatu pengujian tertentu. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari wawancara di lapangan dengan pihak Manager Aming *Coffe* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi.

Data sekunder menurut Ruslan (2004:138) adalah penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahannya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Sedangkan Menurut (Sugiyono 2016:193) sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh Lembaga tertentu yang dipublikasikan. Jadi, berdasarkan hal tersebut maka data sekunder yang digunakan didalam penelitian ini, penulis dapatkan dari literatur-literatur kepustakaan, internet dan skripsi-skripsi pendukung.

Untuk memperoleh data yang diperlukan peneliti menggunakan beberapa Teknik pengumpulan data diantaranya wawancara, observasi dan dokumentasi. Menurut Farouk (2005:29) Secara umum yang dimaksud wawancara adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilaksanakan dengan tanya jawab secara lisan, sepihak, berhadapan muka dan dengan arah tujuan yang telah ditentukan. Penelitian ini melakukan wawancara langsung atau tatap muka dengan Manager Aming *Coffe* Melawi. untuk mendapatkan informasi

disertai data-data yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian. Lalu definisi Observasi menurut Farouk (2005:31) observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang dijadikan objek pengamatan. Observasi sebagai metode pengumpulan data banyak digunakan untuk mengamati tingkah laku individu atau proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati. Dan Dokumentasi menurut Bungin (2007:121) Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Dokumenter digunakan untuk menelusuri data historis. Data tersebut sebagian besar berbentuk surat-surat, catatan harian, cenderamata, laporan dan sebagainya.

#### **D. Metode Analisis Data**

Menurut Bogdan (dalam Sugiyono, 2016:244), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Dan menurut Biklen (1982:248) Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah- milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Setelah data terkumpul maka peneliti menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisa secara deskriptif kualitatif. Data kualitatif lebih berwujud kata-kata dari pada angka. Data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan

berlandaskan yang kokoh, serta memuat penjelasan tentang proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab akibat dari pemikiran orang setempat dan memperoleh penjelasan yang baik.



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Profil dan Sejarah Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi

Menilik Sejarahnya, Aming *Coffee* bermula dari bisnis kopi bubuk yang dirintis sejak setengah abad lalu oleh Limin Wong, ayahanda pengelola kedai saat ini. Aming *Coffee* di tahun 1970 sudah memproduksi kopi dan mendistribusikannya ke berbagai warung kopi di Pontianak, menjadi pionir rasa kopi lokal yang di rindukan warganya. Tak heran jika ketenarannya telah dikenal luas masyarakat lokal. Memasuki pada tahun 2002, Limin Wong atau dikenal dengan nama Aming membuka usaha warung kopi bernama Aming *Coffee* yang yang beralamat di Jalan Haji Abbas 1 no. 111 Benua Melayu Darat, Pontianak Selatan. Aming Cofee menyajikan racikan kopi lokal yang istimewa dan sangat dikenal oleh penikmat kopi di Pontianak dengan menggunakan kopi bubuk Aming yang telah eksis sejak 1970, Aming *Coffee* sukses bertahan hingga kini bahkan pelanggan setianya terus bertambah.

Sekarang Aming *coffee* memiliki cabang di seluruh Kabupaten yang ada di Kalimantan Barat dan dikenal hampir oleh semua masyarakat di Kalimantan Barat. Aming *Coffee* sudah membuka gerai yang ke-23 di seluruh Indonesia, salah satu nya adalah Aming Cofee Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, yang beralamat di Jl. Lintas Kota Baru, KM 1, Tj. Niaga, Kec. Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi, Kalimantan Barat. Aming Cofee Melawi Nanga Pinoh adalah cabang yang ke-18 dari Aming Cofee Pontianak yang berpusat di ibukota Propinsi Kalimantan Barat.

Aming *coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi merupakan salah satu kedai kopi modern yang terdapat di kota Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi. Pemilik dari Aming *coffee* Melawi adalah bapak Sunarto, Fatner Aming Cofee Melawi bapak William, Manager Aming *coffee* Melawi ibu Rabbiah Ismiatin, Runer Saudara Yogi, Barista saudara Yonis, Kasir Saudari Ratna dan dapur saudara Niken. Aming Cofee Melawi menjual berbagai macam menu minuman yang berbahan dasar kopi dengan ciri khas kopi aming itu sendiri dan juga menyediakan berbagai macam minuman panas atau dingin (non kopi), serta menyediakan berbagai macam makanan dan cemilan.

## 2. **Visi Misi Aming Coffe**

Sebagai *coffee* shop lokal, Aming *Coffee* memiliki visi ingin memperkenalkan kopi lokal Indonesia yang berkualitas tinggi ini agar bisa dinikmati oleh berbagai kalangan di segala penjuru Indonesia, bahkan dunia.

## 3. **Letak Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh**

Aming *coffee* terletak di Jl. Lintas Kota Baru, KM 1, Tj. Niaga, Kec. Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi, Propinsi Kalimantan Barat.

## 4. **Letak Wilayah Kabupaten Melawi**

Sedangkan secara geografis Kabupaten Melawi terletak pada posisi  $0^{\circ}07'11''$ - $1^{\circ}21'58''$ LS dan  $111^{\circ}07'03''$ -  $112^{\circ}27'38''$  BT dengan luas wilayah 10.640,80km<sup>2</sup>sekitar 82,85% (8.818,70 km<sup>2</sup>) dari luas seluruh wilayahnya merupakan perbukitan. Dan secara administrasi Kabupaten Melawi berbatasan dengan beberapa kecamatan, yaitu:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Dedai, Tempunak, Sungai Tebelian dan Kecamatan Sepauk Kabupaten Sintang.

2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Tumbang Senamang (Tumbang Selam), Kabupaten Kota Katingan, Kabupaten Seruyan dan Kabupaten Lamandau Provinsi Kalimantan Tengah.
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Sandai, Kabupaten Ketapang.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Serawai, Kabupaten Sintang.

Dan secara administratif, Kabupaten Melawi berbatasan dengan 2 (dua) Kabupaten dan 1 (satu) Provinsi yaitu:

(Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Dedai, Tempunak, Sungai Tebelian dan Kecamatan Sepauk Kabupaten Sintang

- a. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Tumbang Senamang (Tumbang Selam), Kabupaten Kota Katingan, Kabupaten Seruyan dan Kabupaten Lamandau Provinsi Kalimantan Tengah.
- b. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Sandai, Kabupaten Ketapang.
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Serawai, Kabupaten Sintang

Luas wilayah, pembagian wilayah, jumlah penduduk berdasarkan usia, jenis kelamin, dan berdasarkan Pendidikan serta berdasarkan lapangan pekerjaan. Luas wilayah Kabupaten Melawi dibandingkan dengan luas provinsi Kalimantan Barat secara presentase adalah 7,25%. Secara administrasi Kabupaten Melawi terdiri dari 11 Kecamatan, 169 Desa dan 603 Dusun. Kecamatan dalam wilayah Kabupaten Melawi terdiri dari Kecamatan Belimbing, Belimbing hulu, Ella Hilir, Menukung, Nanga Pinoh, Sayan, Sokan, Tanah Pinoh, Pinoh Selatan, Tanah Pinoh Barat, dan Pinoh Utara. Adapun Kecamatan yang paling luas adalah Kecamatan Sokan yakni 1,577,20

Km2 atau sekitar 14,82% dari luas wilayah Kabupaten Melawi, Adapun penjelasan masing-masing indikator tersebut adalah berikut:

Tabel 4.1 luas wilayah kabupaten melawi

No	Kecamatan	Ibu kota Kecamatan	Luas (Km <sup>2</sup> )	Presentase
1	Sokan	Nanga Sokan	1,577,20	14,82
2	Tanah Pinoh	Kota Baru	739,30	6,95
3	Tanah Pinoh Barat	Ulak Muid	829,00	7,79
4	Sayan	Nanga Sayan	1,166,30	10,96
5	Belimbing	Pemuar	1,238,00	11,63
6	Belimbing Hulu	Tiong Keranjik	454,00	4,27
7	Nanga Pinoh	Nanga Pinoh	617,20	4,80
8	Pinoh Selatan	Manggala	931,00	8,75
9	Pinoh Utara	Tekelak	890,00	8,36
10	Ella Hilir	Nanga Ella Hilir	1,136,70	10,68
11	Menukung	Menukung Kota	1,062,10	9,98
Total			10.640,80	100,00

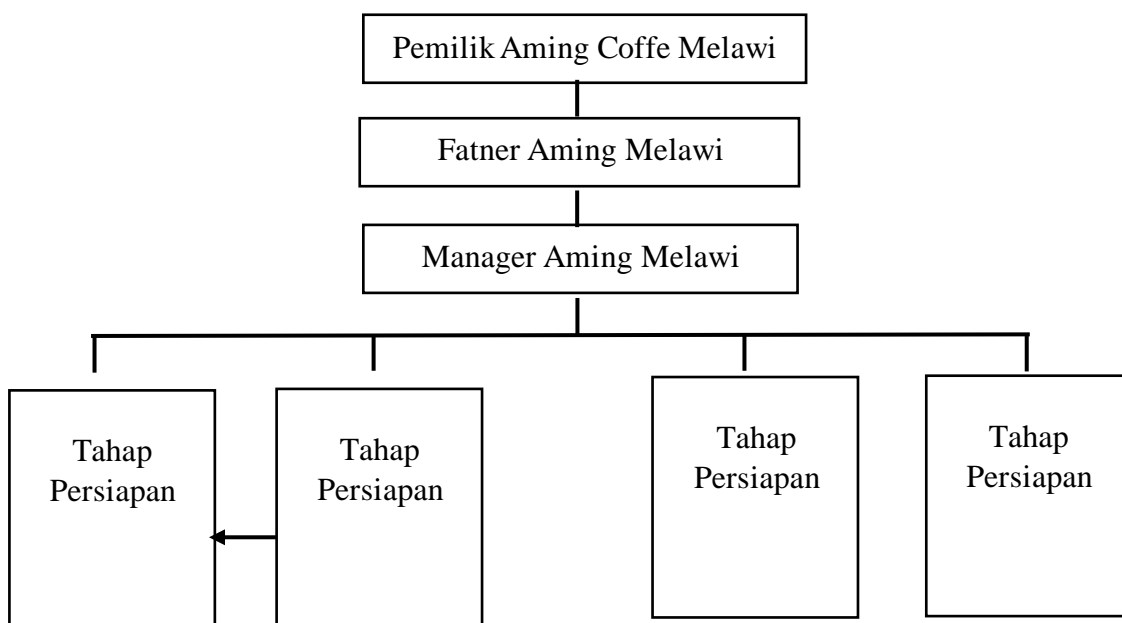
## 5. Topografi

Secara topografis wilayah Kabupaten Melawi dapat di kelompokkan atas 6 kategori kemiringan lahan yaitu datar, agak landai, landai, agak curam, curam dan sangat curam. Berdasarkan topografinya secara umum Kabupaten Melawi didominasi oleh lahan datar agak landai dan landai yang meliputi hampir 80% wilayah Kabupaten Melawi. Topografi data terutama terdapat pada wilayah yang berawa. Namun demikian topografi wilayah cenderung didominasi oleh tanah landau dan agak landai. Topografi yang agak curam terdapat pada wilayah-wilayah yang merupakan tepian sungai serta beberapa lokasi lainnya diperbukitan.

Untuk wilayah yang curam dan sangat curam umumnya terdapat di puncak bukit yaitu berada di empat bukit, antara lain: Bukit Tentudung di Kecamatan Sokan tingginya 1.122m, Bukit Batu Tukung di Kecamatan Sayan tingginya 1.175m, Bukit Saran tingginya 1.758m, Bukit Berangin tingginya 1.608m di Kecamatan Belimbing dan Bukit Baka di Kecamatan Menukung yang tingginya mencapai 1.617m.

#### 6. Struktur Organisasi Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi

Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi telah memiliki struktur organisasi yang professional dimulai dari pemilik Aming *Coffee* yaitu pak Sunarto, fatner Aming *Coffee* yaitu saudara William, manajer saudara Rabiah Ismiatin, barista yaitu saudara Ratna, kasir saudara Niken, dapur saudara Yonis, dan runer saudara Yogi. Berikut merupakan struktur organisasi Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi:



**Gambar 4.1**  
**Struktur Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**

## **B. Hasil Penelitian**

Dalam penelitian ini agar mendapatkan hasil yang relevan dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi”. Maka dari itu, peneliti melakukan Observasi dan wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait dalam permasalahan penelitian ini.

### **1. Data Hasil Observasi**

Pada kegiatan Observasi peneliti melakukan pengamatan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi yang bertempat di Jl. Lintas Kota Baru, KM 1, Tj. Niaga, Kec. Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi, Propinsi Kalimantan Barat. Observasi yang dilakukan pada hari Rabu, tanggal 11 Januari 2023. Berikut akan disajikan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti:

#### **a. Hasil Observasi pada Tempat Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**

Pada hari Rabu, tanggal 11 Januari 2023 pukul 08:09-18:12 WIB peneliti terjun langsung kelapangan untuk mengamati tempat Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh. Hasil temuan dilapangan menunjukkan bahwa Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh memiliki lokasi yang strategis, berada pada pusat kota, berdekatan dengan Supermarket Mitra Indah dan Rumah Sakit Citra Husada Melawi. Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh memiliki dua lantai masing-masing lantai dilengkapi dengan free wifi. Lantai bawah berisi Dapur, tempat kasir, ruangan *smoking*, *live music* dan

dua toilet. Sedangkan untuk lantai atas Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh memiliki ruangan *Smoking*, ruangan *No Smoking* yang dilengkapi fasilitas ruangan ber AC dengan sofa-sofa tempat duduk yang begitu nyaman, dan 1 buah toilet. Berikut peneliti sajikan gambar yang peneliti dapatkan dari dokumentasi pada observasi

**Gambar 4.2**  
**Gambar Gerai Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi dari Depan**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh pada tanggal 11 Januari 2023 pukul 08:35 WIB)

**Gambar 4.3**  
**Tempat Kasir Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



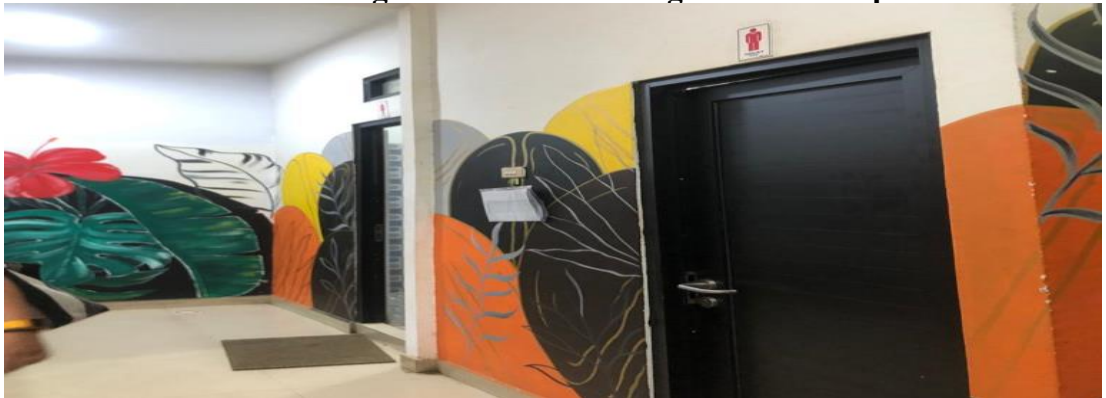
(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 18:00 WIB)

**Gambar 4.4**  
**Ruangan *Smoking* Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh di Lantai bawah**



(Sumber: Hasil dokumentasi penulis di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 08:30 WIB)

**Gambar 4.5**  
**Toilet Lantai bawah Aming C offee Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**







(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 08:16 WIB)

**Gambar 4.6**  
**Ruangan Dapur Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 08:25 WIB)

**Gambar 4.7**  
**Ruangan Live Musik Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 08:25 WIB)

**Gambar 4.8**  
**Ruangan *Smoking* Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi dilantai atas**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 18:05 WIB)

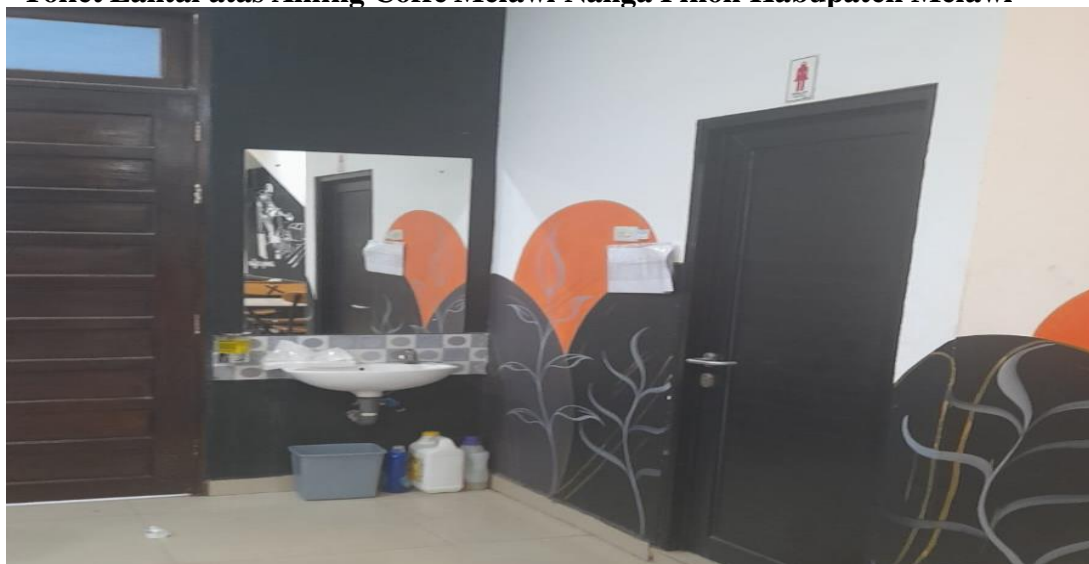
**Gambar 4.9**  
**Ruangan *No Smoking* Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 17:12 WIB)

**Gambar 4.10**

**Toilet Lantai atas Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 17:13 WIB)

Dari hasil Observasi diatas bisa dilihat bahwa di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh ini memiliki fasilitas ruangan ber AC dengan sofa- sofa tempat duduk yang begitu nyaman untuk ngopi sambil nugas, meeting, dan juga sambil nongkrong

sama teman-teman. Dengan fasilitas yang tersedia itu semua merupakan sebagai daya tarik supaya pelanggan merasa tertarik untuk datang ke Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh. Selain itu di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh ini juga terdapat Ruangan *Smoking dan ruangan No Smoking*. *Ruangan Smoking* dikhususkan untuk customer yang mau merokok sambil nongkrong sama teman-teman. Sedangkan *Ruangan No smoking* ini biasanya digunakan bagi customer yang tidak merokok, juga digunakan untuk buat tugas dengan ruangan yang dingin dan tenang dan digunakan untuk kumpul keluarga ataupun sekedar minum kopi sambil sibuk dengan kerjaan.

**b. Hasil Observasi pada Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik**

**Minat Pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**

Pada hari Sabtu, tanggal 14 Januari 2023 pukul 09:00-15:12 WIB, peneliti melakukan observasi di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi. Pengamatan yang peneliti lakukan fokus pada aktivitas karyawan Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh. Hasil temuan dilapangan menunjukkan bahwa Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh memiliki pelayanan yang sangat ramah dimana ketika kali pertama pelanggan memasuki pintu kedai kopi, karyawan nya sudah memberikan sambutan dengan senyum ramah dan mengucapkan selamat datang diaming coffe, lalu untuk setiap konsumen yang awam dengan menu terutama produk kopinya akan diberikan waktu untuk bertanya atau mengkonsultasikan rasa pesanan yang diinginkannya, sampai konsumennya menemukan rasa yang pas dan cocok dilidahny. Selain itu dari segi penampilan saya melihat mulai dari

barista, kasir, dapur, runer sampai manager, semuanya memiliki penampilan yang bersih, menarik dan rapi.

**Gambar 4.11**  
**Gambar Karyawan Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Menyambut Customer dengan Tersenyum**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 08:28 WIB)

**Gambar 4.12**  
**Gambar Karyawan Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Menyambut Customer dengan Tersenyum**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 11 Januari 2023 pukul 08:28 WIB)

Dari hasil observasi diatas bisa dilihat bahwa di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh ini memiliki pelayanan yang sangat ramah, komunikasi yang baik dan

penampilan yang menarik. Semuanya itu merupakan sebagai daya tarik supaya pelanggan merasa tertarik untuk datang ke Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh.

## **2. Data Hasil Wawancara**

Wawancara dilakukan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh yang bertempat di Jl. Lintas Kota Baru, KM 1, Tj. Niaga, Kec. Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi, Propinsi Kalimantan Barat. Wawancara ini dilakukan selama tiga kali yaitu pada tanggal 14 Januari 2023 pukul 09:00-18:00 WIB, 18 Januari 2023 16:00-19:00 WIB, dan tanggal 20 Januari 2023 pukul 20:00 WIB untuk mendapatkan data kualitatif yang sesuai dengan metode penelitian dan diuraikan secara deskriptif sebagai berikut:

### **a. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**

Adapun pertanyaan yang diajukan kepada informan dalam penelitian ini adalah:

#### **1). Bagaimana Survey Stage di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi?**

Survey stage yang kami lakukan adalah dengan melakukan rapat dahulu dengan pemilik aming untuk menentukan segmen pasar seperti apa yang dituju, kemudian dilakukan survey dengan melihat keinginan dari pasar saat ini. Setelah itu kami melakukan percobaan-percobaan sesuai dengan lidah konsumen dan melakukan survey di media sosial untuk mengetahui apa saja yang sedang digemari masyarakat. Contohnya kami survei dari cafe-cafe lain atau dari media social, liat menu minuman apa yang lagi digemari banyak

orang seperti sekarang baik tua muda banyak yang gemar minum kopi dan disitulah tugas kami melakukan percobaan dengan menu yang baru yang unik yang lagi digemari dan harganya juga tidak terlalu mahal contohnya seperti kopi susu gula aren yaitu minuman kopi aming yang dicampur dengan susu dan sedikit tambahan gula arennya. Jadi itu cukup digemari saat ini.

(Wawancara dengan Rabiah Ismiatin, selaku manager Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, 14 Januari 2023 pukul 09:40 WIB)

Jadi kesimpulannya Survey stage yang dilakukan Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi yaitu dengan mengadakan rapat dan survei dengan melihat keinginan pasar baik secara langsung maupun melalui media sosial dan melakukan percobaan melihat keinginan dari masyarakat sekarang dan melihat apa yg digemari masyarakat melalui media sosial.

**Gambar 4.13**  
**Gambar Peneliti dan Saudari Rabiah Ismiatin, selaku manager Aming**  
***Coffee* Melawi Nanga Pinoh**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 14 Januari 2023 pukul 09:47 WIB)

2). Bagaimana analysis stage yang dilakukan di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi?

Dari hasil survei yang kami lakukan di media sosial yaitu mencari tau tentang perkembangan dunia kuliner atau menu minuman yang banyak digemari masyarakat. Bahwa pada sekarang ini banyak anak muda yang mulai hobi minum kopi bahkan sampai menjadikan trend atau menjadikan kebiasaan setiap harinya. Dengan adanya trend seperti itu maka kami berusaha menghasilkan minuman berbagai macam banyak pilihan yang berbahan dasar kopi seperti kopi hitam panas, kopi susu gula aren, Vietnam kopi, kopi luak mulai dari yang lebih banyak kopinya sampai sedikit kopinya. Kami menyediakan banyak varian menu minuman selain kopi kami juga menyediakan varian minuman seperti coklat, milo, mocha, teh kinkit, dan boba, menu ini kami sediakan untuk customer yang kurang menyukai kopi. Dan makanan mulai dari nasi goreng, bahmi, mie ayam, roti bakar, indomie khas aming, pisang goreng srikaya dan lain-lain.

(Wawancara dengan Rabiah Ismiatin, selaku manager Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, 14 Januari 2023 pukul 09:47 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber dapat disimpulkan bahwa Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi telah melakukan analisis dari berbagai sumber baik dari media sosial dan lain sebagainya. Dan pihak Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi telah berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan dan menyediakan menu minuman dan makanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.



3). Bagaimana profiling stage yang dilakukan pihak Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi?

Segmen yang di pilih itu berdasarkan trend yang ada dipasaran, sesuai dengan apa yang biasanya lagi trend dan digemari oleh masyarakat sekarang ini. Kami menargetkan menu sesuai dengan trend saat ini baik itu dari kalangan anak muda sampai orang tua, karena customer kami berasal dari berbagai usia bukan hanya anak muda saja banyak juga rata-rata orang tua yang datang untuk sekedar ngopi atau cobain menu lainnya. Selain itu kami juga menyesuaikan harga sesuai dengan kemampuan dari masyarakat mulai dari 10 ribu hingga 55 ribu, dengan cara tidak menetapkan harga terlalu tinggi dan juga melakukan promo promo special. Kami juga melakukan inovasi-inovasi baru seperti membuat menu baru contohnya singkong goreng, nasi telur ceplok dan nasi ayam goreng. Selain itu kami disini mengandalkan kopi Aming sebagai menu andalan kami yang paling besselar seperti kopi susu gula aren, kopi susu panas dan dingin. Dan yang pastinya semua menu yang kami gunakan berbahan dasar dari produk kami sendiri yang membuat kami mempunyai ciri khas rasa dan pelayanan mulai dari tatakan yang khas dan berbeda dari coffe shop lainnya.

(Wawancara dengan Ratna sebagai barista Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, tanggal 18 Januari 2023 pukul 17:44 WIB).

Jadi, berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi ini mempunyai ciri khas rasa sendiri dan menu andalan sendiri yang pastinya berbeda dengan *Coffee* Shop lain. Karena Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi ini mempunyai

produk bahan baku sendiri yang otomatis mereka mempunyai ciri khas dan rasa yang berbeda dengan tempat-tempat lain.

**Gambar 4.14**  
**Gambar Peneliti dan Saudari Ratna selaku Barista Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 18 Januari 2023 pukul 17:52 WIB)

Adapun pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam penelitian ini adalah:

- a). Menurut anda siapa target pasar di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi ini?

Untuk target pasar dalam bisnis kopi ini tentu untuk semua kalangan baik dari orang tua sampai ke anak muda, karena seperti yang kita liat jaman sekarang berbeda dari jaman dulu. Kalau dulu hanya orangtua saja yg suka ngopi tapi sekarang malah menjadi hal yang biasa untuk anak muda, karena minum kopi sudah menjadi budaya atau kebiasaan masyarakat kita. Disini kami tidak menyediakan minuman kopi saja, kami juga menyediakan

minuman lain. Makanya disini target pasar kami itu tidak hanya pecinta kopi saja, memang disini yang kami unggulkan itu adalah kopi tetapi menu lainnya juga tidak kalah menarik. Seperti hasil pantauan kami juga customer yang datang itu tidak hanya anak muda saja bahkan juga banyak bapak-bapak atau ibuk-ibuk. Jadi cara kami itu memasarkan produk kami nanti kami bakal nanyain sama pelanggan dia sukanya apa dan jika dia tidak suka kopi kami akan menawarkan menu lainnya yang *noncoffee*. (Wawancara dengan Rabiah Ismiatin, selaku manager Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, 14 Januari 2023 pukul 11:55 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa target penjualan Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh adalah untuk semua kalangan mulai dari orang tua sampai anak muda.

b). Apa yang dilakukan perusahaan agar bisa mencapai target penjualan?

Untuk mencapai target penjualan, kami menyediakan berbagai promo-promo menarik untuk menarik minat pelanggan agar datang dan membeli produk kami. Disini kami menyediakan promo beli dua gratis satu, dan pengurangan harga contohnya setiap pembelian melebihi 10 cup semua jenis minuman mendapat bonus 2 cup minuman secara gratis dan jika membeli boba harga satuan Rp 25.000 beli dua Rp 40.000. Tetapi tidak hanya itu saja, untuk mencapai target penjualan kami juga menyediakan berbagai promo seperti

dihari-hari tertentu contohnya  
 dihari raya natal dan lemaran kami selalu memberikan memberikan produk  
 kopi dan botol minuman untuk setiap pelanggan setia aming, kemudian di hari  
 kemerdekaan kami menyediakan promo menarik yaitu dengan membeli  
 minuman setiap pembelian yang banyak akan diberi potongan harga. Selain  
 promosi di media sosial manajemen kami juga mengharuskan kepada semua  
 karyawan harus bisa berkomunikasi dengan baik kepada customer dan juga  
 harus bisa mempromosikan dan memasarkan kopi- kopi andalan dari kami.  
 Kemudian selanjutnya pihak perusahaan juga nantinya akan member bonus  
 kerja kepada semua karyawan jika omset penjualan mencapai target supaya  
 semua karyawan juga terpacu dan semangat untuk mencapai target penjualan  
 perbulannya. (Wawancara dengan Rabiah Ismiatin, selaku manager Aming  
*Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, 14 Januari 2023 pukul 12:00  
 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa untuk  
 mencapai target penjualan pihak Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten  
 Melawi melakukan banyak strategi promosi yang dilakukan untuk mencapai  
 target penjualan. Mulai dari melakukan berbagai promo penjualan dan  
 juga melakukan promosi di media sosial sampai promosi langsung kepada  
 customer sebagai strategi promosi penjualan untuk mencapai target penjualan  
 setiap bulannya.

c). Bagaimana tingkat persaingan pasar yang sedang dihadapi Aming *Coffee*  
 Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi?

Menurut saya tingkat persaingan yang dihadapi dengan *coffee* shop lain cukup bersaing ketat karena dengan semakin hari semakin bertambahnya *coffee* shop baru di kota Melawi Tetapi disini kami punya ciri khas sendiri yang kami andalkan dalam memasarkan produk kami, yaitu kami punya brand dan rasa sendiri contohnya seperti semua kopi dan bahan baku yang kami gunakan itu adalah produk kami sendiri dan tentunya dari semua itu otomatis kami punya rasa yang berbeda dengan *Coffee* shop lainnya.

Dengan itu kami juga punya slogan yel yel Aming Coffe Bravo Bravo Yes yang berarti semangat semangat sukses untuk mengajak karyawan untuk samasama semangat kerja untuk supaya mampu bersaing dengan *coffee* shop lain yang ada di kota Nanga Pinoh ini. Persaingan pasar disini tentu kami merasa lebih baik jika dibandingkan dengan pesaing lain, karena produk yang kami jual selalu berinovasi dan memiliki kualitas yang diakui konsumen.

Memang persaingan semakin banyak di dunia perkopian tetapi kami selalu berusaha untuk mengandalkan produk yang kami jual dengan mengunggulkan kualitas produk. Tidak hanya tempat dan suasana disini juga nyaman jika dibandingkan dengan café lain karena disini disediakan fasilitas-fasilitas yang diperlukan oleh konsumen seperti wifi, AC, ruangan smoking, ruangan no smoking, ruangan untuk live musik, toilet, infokus untuk mabar seperti mabar bola di piala dunia dan lain-lain. Di Aming juga menyediakan menu-menu andalan yang di pasarkan kepada masyarakat, tak hanya itu aming selalu melakukan promosi misalnya selalu update dalam media sosial dengan memposting

berbagai informasi terbaru atau promo-promo yang ada di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi ini dan melalui promosi tatap muka yaitu dengan cara memasarkan langsung kepada customer yang datang ke gerai Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh. Dengan begitu kami mampu bersaing ketat dengan tempat-tempat lain.

(Wawancara dengan Yogi selaku Runer Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, 18 Januari 2023 pukul 13:06 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat persaingan pasar didunia perkopian dengan *Coffee* Shop lain yang ada di kota Nanga Pinoh, tetapi Aming Coffe ini mampu untuk bersaing, karena mereka mempunyai brand dan ciri khas sendiri baik dari rasa dan tatakan tersendiri yang membuat mereka mampu bersaing dengan *Coffee* Shop lain yang ada di kota Nanga Pinoh. Tidak hanya itu mereka juga mempunyai tempat dan suasana yang enak nyaman dan juga mereka mempunyai menu-menu andalan yang akan mereka pasarkan kepada masyarakat. Suatu perusahaan sangatlah diperlukan strategi dalam mengkomunikasikan produk-produknya, demikian pula dengan Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi ini. Lalu Alat komunikasi yang digunakan Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasarannya adalah dengan menggunakan iklan di media sosial, promosi tatap muka yaitu dengan cara memasarkan langsung kepada customer yang datang ke gerai Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh dan juga selalu update dalam media sosial dengan memposting berbagai informasi terbaru atau promo-promo yang ada di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi ini.

**Gambar 4.15**  
**Gambar Peneliti dan Saudara Yogi selaku Runer Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 18 Januari 2023 pukul 13:06 WIB)

Adapun pertanyaan yang diajukan kepada konsumen dalam penelitian ini adalah:

- (1). Menurut anda bagaimana produk Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi ini?

Menurut saya minat konsumen untuk datang ke di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi ini cukup banyak karena dilihat dari customer yang datang dan menurut saya produk menu minuman dan makanannya juga enak. Selain itu mereka juga punya cita rasa sendiri dan juga banyak varian minuman

dan makanan. selain dari menu dari segi tempat nya juga asik dan nyaman, cocok untuk nugas, nongkrong sama kawan seperti sekarang saya dan teman teman nongkrong disini, bahkan juga bisa untuk kerja. Jadi menurut

saya Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh ini mampu bersaing dengan *Coffee* Shop lain. (Wawancara dengan saudara Felix selaku customer yang berkunjung ke Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh pada tanggal 14 Januari 2023 pukul 18:10 WIB).

Dari hasil wawancara dengan customer dapat ditarik kesimpulan bahwa produk Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh ini bagus berkualitas dan mampu bersaing dengan *Coffee* Shop lain. Selain itu mereka juga mempunyai ciri khas dan cita rasa sendiri dan banyak varian minuman dan makanannya juga yang bisa menjadi daya tarik sendiri kepada konsumen untuk datang ke Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh.

**Gambar 4.16**  
**Gambar Peneliti dan Saudara Felix selaku Konsumen Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 14 Januari 2023 pukul 18:10 WIB)

(2). Bagaimana menurut anda kualitas dari produk *Coffee* Toffee itu sendiri



Menurut saya kualitas dari Aming *Coffee* Melawi ini sendiri cukup bagus dan puas lah sesuai dengan selera terus tapi ada salah satu yang kurang pas diselera karena ada salah satu pesanan yang tidak sesuai karena ya namanya juga mau mencoba menu yang baru. Tetapi selebihnya bisa dibilang bagus dan enak pokoknya pas diselera lidah. Baik dari segi tempat menurut saya ya sesuai dan nyaman cocoklah untuk nongkrong, sendiri, sama keluarga dan juga cocok untuk nugas atau sebagai tempat meeting atau kerja juga

cocok. Selain itu di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh ini juga tersedia beberapa ruangan dari ruangan smoking dan juga ada ruangan no smoking yang mana disana juga terdapat pendingin ruangan yang membuat saya nyaman didalamnya berlama-lama dan juga ditemani alunan musik santai yang tidak terlalu keras pokoknya nyaman la tempatnya. (Wawancara dengan saudara Ero selaku customer yang berkunjung ke Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh pada tanggal 18 Januari 2023 pukul 17:35 WIB).

Berdasarkan penjelasan dari salah satu customer diatas dapat disimpulkan bahwa produk Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh itu sendiri berkualitas dan mampu bersaing dengan *Coffee* Shop lain yang ada di kota Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi. Selain dari segi produk nya sendiri Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh juga mempunyai tempat dengan suasana yang nyaman dan asik seru dan cocok untuk santai sama teman, sebagai tempat ngerjain tugas, tempat kerja dan banyak lagi. Di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh sendiri juga mempunyai beberapa ruangan yaitu dari ruangan *smoking*

*room* dan juga ada yang ruangan *no smoking* jadi disini bisa bebas dan nyaman dan kita bebas mau duduk dimana. Selain itu di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh sendiri juga mempunyai banyak varian makanan dan minuman mulai dari kopi sampai non kopi. Dan menurut wawancara dengan customer diatas dari segi minumannya cocok dan pas dilidah.

**Gambar 4.17**  
**Gambar Peneliti dan Saudara Ero selaku Konsumen Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 14 Januari 2023 pukul 17:35 WIB)

(3).Menurut anda apa strategi yang dilakukan Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh untuk memasarkan atau untuk menarik minat pelanggan untuk datang ke Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh

Menurut saya Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh memiliki strategi untuk menarik minat pelanggan untuk datang kesini yaitu dengan melakukan promo-promo menarik dan juga melakukan promosi di media social karena

saya pribadi awalnya tau *Aming Coffee* dari instagram saya liat postingan menu makanan dan minuman nya keliatan unik dan enak. Selain itu juga kualitas tempat *Aming kopi* dimana dilengkapi dengan fasilitas seperti wifi, ruangan khusus untuk yang merokok dan tidak merokok lalu disediakan AC, toilet yang bagus membuat kami merasa nyaman dan betah. Walaupun dari segi harga bisa terbilang dalam kelas ekonomi menengah keatas tetapi karena kesan yang baik sehingga saya merasa tertarik untuk datang kembali karena memang pelayanan baik, tempatnya nyaman, minuman dan makanan sesuai dengan selera saya apalagi kopi nya mempunyai ciri khas tersendiri yang berbeda dari kopi lain. (Wawancara dengan saudara Sapri selaku customer yang berkunjung ke *Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh* pada tanggal 20 Januari 2023 pukul 20:00 WIB).

**Gambar 4.18**  
**Gambar Peneliti dan Saudara Sapri selaku Konsumen *Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh***



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di *Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh* tanggal 20 Januari 2023 pukul 20:00 WIB)

Sedangkan menurut customer yang bernama Fitri Rosela, strategi yang dilakukan *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh untuk menarik minat pelanggan untuk datang ke *Aming* yaitu dari kualitas tempat yang rapi dan bersih yang memberikan kenyamanan kepada kami sebagai pelanggan yang datang. Terus dari keramah tamahan karyawannya kami disambut dengan senyuman dan komunikasi yang baik kalau misalnya kita memesan selalu ditanya apakah bisa dibantu atau biasanya kasir selalu tanya dan merekomendasikan menu yang sesuai dengan lidah kami sehingga itu membuat kami merasa dilayani dengan baik sehingga menumbuhkan minat untuk datang kembali ke *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh. Selain itu dari promo-promo yang diberikan menurut saya dapat menarik minat pelanggan untuk datang ke *Aming Coffee* Melawi ini.

(Wawancara dengan saudari Fitri Rosela selaku customer *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh pada 14 Januari 2023 pukul 14:31 WIB)

**Gambar 4.19**  
**Gambar Peneliti dan Saudari Fitri Rosela selaku Konsumen *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 14 Januari 2023 pukul 14:32 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai strategi apa yang dilakukan pihak Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh ini untuk menarik minat pelanggan adalah dengan cara mereka melakukan promo-promo menarik dan juga mempromosikan di media social dan lain sebagainya. Selain itu mereka juga menawarkan promo-promo kepada pelanggan.

### **3. Pembahasan Penelitian**

Dalam pembahasan hasil penelitian ini strategi komunikasi Pemasaran dalam menarik minat pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, penulis menganalisis berdasarkan dari hasil observasi yang mendukung dengan teori dan menjelaskan secara rinci semua data yang menjadi objek penelitian dan menganalisa semua data penelitian sesuai dengan fakta yang

sebenarnya secara keseluruhan mengenai strategi komunikasi pemasaran dan kaitannya dengan pelaksanaan komunikasi pemasaran tersebut.

**a. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**

Strategi pada hakekatnya merupakan suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dan praktik operasionalnya. Strategi sangatlah penting bagi setiap perusahaan, setiap perusahaan harus mempunyai strategi dalam memasarkan produk yang mereka jual, baik mereka mempromosikan ataupun memasarkannya lewat media sosial dan lain sebagainya dan itulah yang dinamakan dengan strategi komunikasi pemasaran.

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

1). Segmentasi

Segmentasi merupakan hal pertama yang dilakukan pada komunikasi pemasaran dalam melakukan analisa dan perencanaan, segmentasi adalah proses membagi pasar keseluruhan suatu produk atau jasa yang bersifat heterogen ke dalam beberapa segmen, dimana masing-masing segmennya cenderung bersifat homogen dalam segala aspek. Pemasar memandang suatu pasar tertentu terdiri dari banyak bagian yang lebih kecil yang

masing-masing bagian memiliki karakteristik tertentu yang sama. Berdasarkan segmentasi tersebut, kemudian perusahaan berusaha mengembangkan program-program pemasaran yang terpisah (umumnya dengan produk yang berbeda) untuk memenuhi kebutuhan khas masing-masing segmen. menurut peneliti Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh ini sudah mampu membagi segmentasi pasar dengan baik, hal ini terlihat dalam segmentasi yang ada telah ditentukan berdasarkan segmen yang tepat. Hal tersebut tentu saja berdasarkan hasil yang realistis yang diperoleh dari data survei dan riset yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Segmen pasar untuk produk yang sama dengan bergerak di bidang kuliner juga adalah untuk masyarakat Nanga Pinoh dan sekitarnya, segmennya untuk masyarakat kalangan Ekonomi menengah ke atas. Segmen menengah ke atas ini dilihat dari harga menu yang cenderung lebih tinggi dari *coffee shop* umumnya. Harga biasanya bukan menjadi masalah namun yang diutamakan adalah kualitas dan layanan yang memuaskan. Setelah perusahaan memilih segmen pasar, strategi selanjutnya adalah menentukan target pasar atau pasar sasaran. Defenisi umum dari targetting adalah merupakan kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan.

**Gambar 4.20**  
**Gambar Menu Amig Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 18 Januari 2023 pukul 14:32 WIB)

Kemudian di lihat dari hasil dokumentasi diatas bisa kita dilihat bahwa di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh ini memiliki fasilitas free wifi dan ruangan ber AC ruangan smoking dan no smoking, toilet, ruangan live musik dan dengan sofa-sofa tempat duduk yang begitu nyaman untuk ngopi sambil nugas, meeting atau kerja, dan juga sambil nongkrong sama teman-teman. Dengan fasilitas yang tersedia itu semua merupakan sebagai daya tarik supaya pelanggan tertarik untuk datang ke Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh ini.



## 2). Targeting

Targeting atau menentukan strategi pasar adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau konsumen. Target pasar merupakan memilih satu atau beberapa segmen konsumen yang akan menjadi fokus kegiatan pemasaran dan promosi. Perusahaan harus memiliki keinginan keberanian untuk memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja konsumen dan meninggalkan bagian lainnya. Dari segmentasi yang ada, menurut saya yang menjadi targeting dari Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh adalah dari kalangan ekonomi menengah ke atas yang khususnya pecinta kopi dan yang suka nongkrong di *Coffee Shop*. Pembagian target pasar ini sudah sangat jelas dan spesifik, pembagian target pasar yang tepat dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan dalam menjangkau segmen yang dituju. Targeting adalah suatu kegiatan dalam mengevaluasi dan memilih kelompok yang sudah teridentifikasi untuk kemudian dipilih satu atau beberapa yang memiliki potensi tertinggi. Dan kemudian menentukan kemana target pasar yang akan kita tuju, itulah tugas pihak perusahaan menentukan kemana target yang akan mereka tuju dan juga harus mengikuti perkembangan trend yang ada pada saat ini. Kemudian ini juga mendukung targeting dan positioning perusahaan yang memiliki segmen pasar untuk semua kelas maka perusahaan harus dapat memposisikan perusahaan nya untuk menciptakan menu-menu andalan mereka sesuai dengan permintaan pasar atau trend saat ini. Contohnya sekarang ini di kota Nanga Pinoh dengan mulai menjadikan suatu kebiasaan ngongkrong di *Coffee Shop* dengan itu tugas dari perusahaan menciptakan pilihan menu dengan banyak varian sebagai salah satu daya tarik customer untuk datang. Dari hasil

dokumentasi dan observasi penulis bisa menyimpulkan bahwa target pasar dari Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh itu sendiri adalah untuk kalangan ekonomi menengah keatas. Karena dari hasil observasi peneliti melihat dari customer yang datang dan juga dilihat dari rata-rata harga menu minuman dan makanan disana sesuai dan cocok untuk kalangan ekonomi menengah keatas, kemudian dari tempat dan kualitas produk yang mereka jual. Selain itu pelayanan yang baik, tempat yang nyaman dan fasilitasnya juga enak mengunggulkan dari *Coffee* shop lainnya dan itu adalah salah satu perbedaan Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh itu sendiri dengan *Coffee* Shop lain. Ini sangat tepat, karena melihat peluang besar yang sangat bagus untuk perusahaan. Karena mempunyai ciri khas sendiri tentunya Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh itu sendiri mempunyai posisi tersendiri dimata masyarakat dan juga sebagai daya tarik tersendiri untuk customer datang ke Aming *Coffee* ini.

### 3). Positioning

Penetapan posisi (*positioning*) adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas diantara tempat lain dan mempunyai ciri khas sendiri. Sehingga dari semua itu konsumen dengan mempunyai ingatan tersendiri dan ingin datang lagi untuk selanjutnya. Lalu *Positioning* adalah kegiatan dari perusahaan untuk merancang dan membuat suatu yang berbeda dengan tempat lain sehingga dapat tercipta kesan tersendiri diingatan konsumen. Pihak Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh juga mengetahui dan membandingkan dengan *Coffee* Shop lain dan kemudian membuat suatu hal yang baru untuk menarik minat pelanggan. Penetapan posisi pasar yang dapat dikatakan mengubah atau memberikan citra positif atau *image* perusahaan sehingga

mempunyai perbedaan dalam penilaian customer. Untuk melakukan strategi penetapan posisi pasar, pihak Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh mempunyai ciri khas sendiri atau keistimewaan sendiri yang berbeda dengan perusahaan lain yang akan dipromosikan kepada pelanggan yaitu dari adanya brand sendiri dan mempunyai ciri khas rasa nya sendiri. Dan itu adalah satu perbedaan Aming *Coffee* melawi dengan *Coffee* Shop lain. Ini sangat tepat, karena melihat peluang besar yang sangat bagus untuk perusahaan. Karena mempunyai ciri khas sendiri tentunya Aming *Coffee* melawi sendiri mempunyai posisi tersendiri dimata masyarakat dan juga sebagai daya tarik tersendiri untuk customer yang datang ke Aming *Coffee* melawi itu sendiri. Sehingga dari semua itu konsumen dengan mempunyai ingatan tersendiri dan ingin datang lagi untuk selanjutnya. Pihak Aming *Coffee* melawi juga mengetahui dan membandingkan dengan *Coffee* Shop lain dan kemudian membuat suatu hal yang baru untuk menarik minat pelanggan yang dilihat dari inovasi produknya.

**Gambar 4.21**  
**Contoh Produk Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



(Sumber: Hasil dokumentasi peneliti di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh tanggal 14,18 dan 20 Januari 2023)

Kemudian gambar diatas ini adalah sebagian gambar dari makanan dan minuman yang dijual di *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh itu sendiri dan merupakan produk sendiri dari *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh yang memiliki ciri khas sendiri baik itu dari segi tatakan maupun rasa, karena *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh itu mempunyai brand sendiri dan mereka juga memiliki produk sendiri baik itu dari semua bahan baku memakai produk mereka sendiri. Oleh karena itu secara otomatis *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh itu memiliki ciri khas dan rasa sendiri dan tentunya berbeda dengan tempat atau *Coffee Shop* lain. Kemudian untuk melakukan strategi komunikasi pemasarannya supaya dapat menarik minat pelanggan untuk datang pihak *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh melakukan dengan cara memberikan promo. Dengan memberikan promo tersebut pihak *Aming Coffee* Melawi Nanga Pinoh berharap dapat menjadi daya tarik pelanggan untuk datang ke gerai mereka.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi yang telah peneliti dipaparkan serta berdasarkan permasalahan yang terjadi dilapangan dengan menggunakan teknik analisis yang telah ditentukan, maka dapat peneliti simpulkan penelitian ini yaitu:

1. Dalam Segmentasi Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi sudah mampu membagi segmentasi pasar dengan baik, hal ini dapat dilihat dari segmen yang sudah ditentuin yaitu untuk kalangan masyarakat menengah keatas hal tersebut bisa dilihat dari harga menunya yang bisa dibilang lebih tinggi dari pada umumnya. Tetapi Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh strategi yang dilakukan agar tetap menarik minat pelanggan yaitu dengan memaksimalkan pelayanan dan komunikasi yang baik, kualitas produk, fasilitas-fasilitas aming coffe, promo dan variasi menu dengan banyak pilihan.
2. Dari segementasi yang ada, yang menjadi targetting dari Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi bisa dibilang masyarakat kelas menengah ke atas. Karena dari hasil observasi dan wawancara dengan beberapa customer peneliti melihat dari customer yang datang dan juga dilihat dari rata-rata harga menu minuman dan makanan disana. Tetapi itu sesuai dengan pelayanan, rasa dan kualitas produk yang mereka jual. Selain itu tempat yang nyaman dan fasilitasnya juga.

3. Positioning adalah tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas diantara tempat lain dan mempunyai ciri khas sendiri. Untuk melakukan strategi penetapan posisi pasar, pihak Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh mempunyai ciri khas sendiri atau keistimewaan sendiri yang berbeda dengan *coffee shop* lain. Misalnya dari segi tatakan maupun rasa, karena Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh itu mempunyai brand sendiri dan mereka juga memiliki produk sendiri baik itu dari semua bahan baku memakai produk mereka sendiri. Oleh karena itu secara otomatis Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh itu memiliki ciri khas dan rasa sendiri dan tentunya berbeda dengan tempat atau *Coffee Shop* lain. Ini sangat tepat, karena melihat peluang besar yang sangat bagus untuk Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh karena tentunya Aming *Coffee* melawi sendiri mempunyai posisi tersendiri dimata masyarakat dan juga sebagai daya tarik tersendiri untuk customer yang datang ke Aming *Coffee* melawi itu sendiri dan mempunyai ingatan tersendiri dan ingin datang lagi untuk. Selain itu pihak Aming *Coffee* melawi selalu membandingkan produk dengan *Coffee Shop* lain dan kemudian membuat suatu hal yang baru untuk menarik minat pelanggan yang dilihat dari inovasi produknya. Berdasarkan observasi peneliti dilapangan pihak Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh juga melakukan strategi komunikasi pemasarannya dengan menarik minat pelanggan untuk datang pihak Aming *Coffee* melalui pemberian promo. Dengan memberikan promo tersebut pihak Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh berharap dapat menjadi daya tarik atau minatpelanggan untuk datang ke gerai mereka

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti jabarkan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Pelanggan di Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, maka peneliti memberikan saran beberapa hal sebagai berikut ini:

1. Diharapkan kepada Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi lebih meningkatkan lagi kegiatan komunikasi pemasaran dan juga promosi dengan sering memberikan promo-promo menarik dan juga memberikan varian-varian menu-menu baru yang nantinya dapat menarik minat pelanggan untuk datang ke Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi. Selain itu juga sering bahkan tidak henti-hentinya terus mempromosikan produk sendiri secara kreatif baik melalui media sosial atau dalam bentuk apapun itu, dengan demikian customer akan lebih mengetahui dan akan lebih banyak orang tau tentang apa saja yang ada dan apa saja informasi terbaru dari Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi itu sendiri, sehingga nantinya konsumen akan penasaran dan akan menarik minat untuk datang ke Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi
2. Selain tentang produk pihak Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi juga harus tetap meningkatkan kualitas pelayanannya dan memperhatikan tentang tempatnya, baik itu tentang kebersihan, kerapian, bahkan



juga memperhatikan fasilitas yang ada di Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi itu sendiri, sehingga nantinya akan memberikan kenyamanan kepada customer.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, 2009, *Marketing*, Yogyakarta: MedPress (Anggota IKAPI)
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Christina Widya, Utami, 2011 *Manajemen Ritel*, Edisi 1 Jakarta: Salemba
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Dermawan Wibisono, PhD, 2006, *Manajemen Kinerja*, Erlangga
- Effendy. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra
- Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset Widyastuti (Iktbal, 2011:12)
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Haryono, Budi. 2016. *How to Win Customer through Customer Service with Heart*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Alih Bahasa: Ancella Anitawati Hermawan). Jilid II (Edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: Salemba Empat
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

- Onny Fitriana Sitorus, dan Novelia Utami. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta
- Prasetyo, Bambang dkk. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. Malang: UB Press
- Rosady, Ruslan. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. (Sugiyono 2016:193)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suprpto Tommy, 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Media presindo
- Yudhi A. 2012. *Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen pada PT. RajaGrafindo*. Skripsi. Tidak diterbitkan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa: Serang
- Deddy Septian. 2016. *Strategi Komunikasi Pemasaran Café Tong Susu Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. Diunduh 19 Januari 2023 jam 15:17 WIB  
<https://www.google.com/search?client=firefoxbd&q=Strategi+Komunikasi+Pemasaran+Cafe+Tong+Susu+Pekanbaru+Dam+Meningkatkan+Jumlah+Konsumen>

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Foto-Foto pada Kegiatan Penelitian

##### 1. Gambar Produk Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Me



##### 2. Gambar Gerai Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi



**3. Gambar Tempat Kasir Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi kepada Customer**



**4. Ruangan *Smoking* Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi di Lantai bawah**



**5. Gambar Toilet Lantai bawah Aming C offee Melawi Nanga Pinoh**



**6. Gambar Ruangan Dapur Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



**7. Gambar Ruangan Live Musik Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



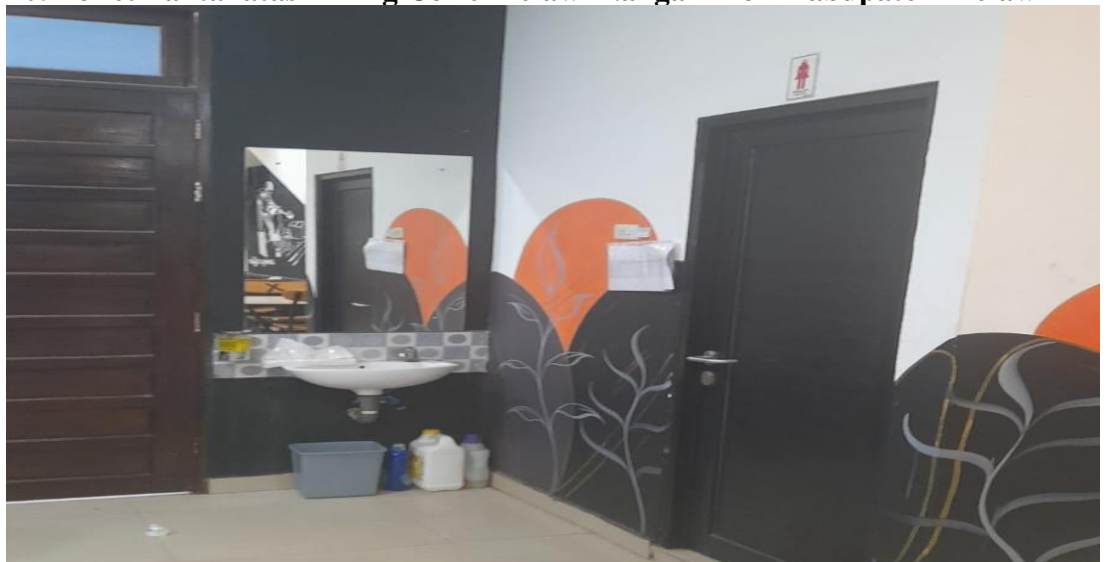
**8. Ruangan *Smoking* Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



**9. Ruangan *No Smoking* Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



**10. Toilet Lantai atas Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi**



**11. Gambar Karyawan Aming Coffe Melawi Nanga Pinoh Menyambut Customer dengan Tersenyum**



12. Gambar Peneliti dan Saudari Rabiah Ismiatin, selaku manager Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh



13. Gambar Peneliti dan Saudari Ratna selaku Barista Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh





**14. Gambar Peneliti dan Saudara Yogi selaku Runer Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh**



**15. Gambar Peneliti dan Saudara Felix selaku Konsumen Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh**



**16. Gambar Peneliti dan Saudara Ero selaku Konsumen Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh**



**17. Gambar Peneliti dan Saudara Sapri selaku Konsumen Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh**



**18. Gambar Peneliti dan Saudari Fitri Rosela selaku Konsumen Aming Coffee Melawi Nanga Pinoh**



19. Gambar Menu Amig Coffe Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi

**Edisi Rindu**

KOPI SUSU 500ml Rp 34.265  
 KOPI SUSU 1000ml Rp 65.454

VARIAN LAINNYA:  
 KOPI SUSU GULA AREN - TEH KINGKIT  
 KOPI HITAM GULA AREN - COKLAT

**Camilan**

PISANG GORENG SRIKAYA KEJU Rp 13.636  
 PISANG GORENG COKLAT SUSU Rp 13.636  
 PISANG GORENG KEJU SUSU Rp 13.636  
 PISANG GORENG COKLAT KEJU Rp 13.636  
 ROTI SRIKAYA SOFTROLL BUN Rp 11.717  
 ROTI PANGGANG SRIKAYA Rp 13.636  
 ROTI PANGGANG COKLAT SUSU Rp 13.636

**Tahu Crispy**  
 Rp 13.636

**Siomay Ayam**  
 Rp 18.181

**Chaikue**  
 Rp 18.181,-

**Nasi Ayam Goreng**  
 Rp 27.272,-

**Mie Khas Aming**  
 Rp 16.363,-

**Omlet Indomie**  
 Rp 16.363,-

**Makanan**

MIE AYAM Rp 22.727  
 BAKMI SPESIAL Rp 25.454  
 NASI GORENG TELUR Rp 18.181  
 NASI GORENG SPESIAL Rp 22.727  
 NASI TELOR CEPLOK Rp 15.454  
 INDOMIE REBUS TELUR Rp 14.545  
 INDOMIE GORENG TELUR Rp 14.545  
 OMLET INDOMIE Rp 16.363

**Kopi Bubuk**

KOPI BUBUK 200gr Rp 18.181  
 KOPI BUBUK 500gr Rp 40.000

**ARGA BELUM TERMASUK PAJAK**

20. Gambar Contoh Produk Aming *Coffee* Melawi Nanga Pinoh Kabupaten Melawi

