

ABSTRAK

Saat ini kopi berkembang menjadi sebuah komoditas yang mengalami kemajuan di dalam negeri, konsumsi kopi meningkat setiap tahunnya. Dongeng kopi Jogja mempunyai strategi komunikasi pemasaran untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ingin capai. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi dan menganalisis proses strategi komunikasi pemasaran Dongeng Kopi Jogja dalam meningkatkan jumlah penjualan produk; dan (2) Mengetahui bagaimana perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari proses strategi komunikasi pemasaran Dongeng Kopi Jogja dalam meningkatkan jumlah penjualan produk. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan dan memberikan pemaparan serta menjelaskan mengenai yang diteliti berdasarkan wawancara mendalam, observasi yang diperoleh dalam penelitian terhadap *owner*, barista, dan pengunjung Dongeng Kopi serta dokumen yang ada. Kesimpulan penelitian ini adalah Dongeng kopi Jogja menerapkan 5 bauran komunikasi pemasaran seperti periklaan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung untuk mencapai tujuan dan sasaran sesuai dengan visi dan misi Dongeng Kopi Jogja. Strategi Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dongen Kopi Jogja dalam meningkatkan jumlah pembelian produk cukup efektif dilakukan dan mendapatkan hasil yang secara terus menerus mengalami peningkatan.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Pemasaran, Kopi.

ABSTRACT

Coffee is currently grown into a commodity that progress in domestic coffee consumption is increasing every year. Dongeng Kopi Jogja has a marketing communications strategy to achieve the objectives and targets to achieve. The purpose of this study were (1) Identify and analyze the process of marketing communication strategy Dongeng Kopi Jogja in increasing the amount of product sales; and (2) Determine how the planning, implementation, and evaluation of the process of marketing communication strategy Dongeng Kopi Jogja in increasing product sales. This type of research is descriptive qualitative, that describe and provide exposure and explained about the study is based on in-depth interviews, observations obtained in a study of owners, baristas and visitors Tales Coffee and documents ada. The conclusion of this study is Dongeng Kopi Jogja apply 5 marketing communications mix as advertising, sales promotion, personal selling, public relations, and direct marketing to achieve the goals and objectives consistent with the vision and mission of Dongeng Kopi Jogja. Stretegi marketing communication carried by Dongeng Kopi Jogja in increasing the number of product purchases is quite effective to do and get a result that is continuously increasing.

KeyWords : Strategy, Communication, Marketing, Coffee.