

ABSTRAK

Perkembangan bisnis kuliner yang semakin meningkat membuat persaingan bisnis antara perusahaan yang semakin kompetitif, sehingga dibutuhkan inovasi baru untuk dapat ikut bersaing. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perencanaan, implementasi, dan evaluasi dari proses strategi komunikasi pemasaran *Legend Coffee* Yogyakarta. konsep yang digunakan dalam penelitian adalah konsep *Marketing mix* yaitu konsep yang digunakan untuk merencanakan dan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dibagi menjadi 4 kelompok dasar yaitu produk, promosi, tempat, dan harga. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran tentang strategi komunikasi pemasaran dalam menghadapi persaingan. Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Legend Coffee* menggunakan 3 tahap yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap perencanaan yang terdiri dari perilaku komunikasi pemasaran, analisis situasi dan bauran pemasaran yang terdiri dari *Advertising, Direct selling, Public Relations, Sales promotion, Personal selling*. Tahap pelaksanaan menggunakan strategi komunikasi pemasaran dengan cara melalui *advertising* di radio dan majalah lokal, *sales promotion* dengan cara bekerjasama dengan berbagai pihak yang sedang mengadakan event, dan dengan menggunakan *direct selling* yaitu dengan menggunakan sosial media antara lain *facebook, twitter, path, instagram*. *Legend Coffee* memberikan fasilitas yang menarik kepada konsumennya dengan menyediakan *games* yang cukup banyak antara lain *dingdong, x-box, nitendo wii, biliard, jumbo carom*, kartu, permainan panah, sepak bola meja,. Tahap evaluasi *Legend coffee* hanya menggunakan tiga dari lima elemen bauran promosi karena memang di *Legend Coffee* tidak memiliki *Public Relations* dan juga *Legend Coffee* tidak melakukan penjualan secara langsung kepada calon konsumen dan juga melihat hasil kinerja yang dilakukan oleh tim marketing, *Kesimpulan* dari penelitian ini adalah *Legend Coffee* menggunakan tiga dari lima elemen yang ada di bauran komunikasi pemasaran yaitu *advertising, Direct selling, sales promotion* yang dirasa kurang efektif untuk melakukan strategi pemasaran karena *Legend Coffee* tidak mengalami peningkatan pengunjung yang cukup signifikan.

Kata kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Legend Coffee

ABSTRACT

A rapid increase in culinary business nowadays, make business competition among entrepreneurs more competitive, so they need new innovations to be able to compete. The purpose of this research is to know the planning, implementation, and evaluate from Legend Coffee Yogyakarta's marketing communication strategy. The concept that used in this research is marketing mix concept, it is a concept which used for planning and implementing marketing communication strategies and it divided into four basic groups, they are product, promotion, place, and price. Using qualitative descriptive as the method to gain and overview of the marketing communication strategy to face the competition, and with observation, interview, and literature for collect the data. The results showed that the Legend Coffee uses three stages: planning, implementation, and evaluation. The planning stage consisting of behavioral marketing communications, situation analysis and marketing mix consisting of Advertising, Direct selling, public relations, sales promotion, personal selling. The implementation phase using marketing communication strategies in a manner through advertising on radio and local magazines, sales promotion by worked with various parties who hold the event, and by using direct sell was by using social media included facebook, twitter, path, instagram. Legend Coffee provide attractive facilities to costumers to provide games that pretty much include an arcade, x-box, Nintendo Wii, billiard, jumbo carom, cards, dart games, table football . Evaluation phase Legend coffee just using the three of the five elements of the promotional mix because was in the Legend Coffee does not have a Public Relations and also the Legend Coffee does not sell directly to prospective customers and also see the results of the performance conducted by a team of marketing, The conclusion of this study is Legend Coffee used three of the five elements in the marketing mix, namely personal communication advertising, direct selling, sales promotion that was less effective to carry out a marketing.

Keywords: Strategy, Marketing Communication, Legend Coffee