

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang ada, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Segmentasi pasar yang dilakukan oleh Kedai Kopi Roemah Aki'q diantaranya terdiri dari segmentasi geografis yang terletak pada daerah bagian utara Kota Surabaya dan berdekatan dengan daerah lain seperti Ampel, Pegirian, dan Kenjeran. Lokasi ini cukup strategis karena terletak di jalan utama dan berdekatan dengan lingkungan industri, tempat pariwisata, lingkungan perumahan, sekolah, dan beberapa pusat bisnis sehingga lokasi tersebut memiliki tingkat kepadatan aktivitas masyarakat dan tingkat perputaran ekonomi yang cukup tinggi. Segmentasi demografis yang cenderung memilih remaja hingga dewasa muda dari 17-30 tahun. Selain itu, indikator lain seperti jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, siklus hidup keluarga, ukuran keluarga, agama, suku, ras, bahasa, hingga kebangsaan tidak menjadi patokan atau batasan dan cenderung lebih bersifat terbuka. Segmentasi psikografis yang berfokus pada konsumen yang memiliki kelas sosial pada kalangan menengah kebawah (middle low) dengan harga dari berbagai menu yang ditawarkan cenderung lebih murah. Segmentasi perilaku yang menyoroti perilaku konsumen yang gemar nongkrong, berkumpul dengan teman, bermain game, hingga mengerjakan tugas.

Kedai Kopi Roemah Aki'q menargetkan segmen pasar tidak hanya berfokus pada satu segmen saja yang terdiri dari segmen pasar remaja hingga dewasa muda baik laki-laki maupun perempuan berusia 17-30 tahun dengan berbagai latar belakang pekerjaan. Spesialisasi pasar melalui promosi media sosial seperti TikTok dan Instagram dengan memanfaatkan jasa para *content creator* merupakan strategi yang paling diutamakan oleh Kedai Kopi Roemah Aki'q dengan anak muda pengguna media sosial sebagai sasaran utama. Target pasar dengan memanfaatkan spesialisasi produk digunakan oleh Kedai Kopi Roemah Aki'q dengan beberapa menu yang ada pada Kedai Kopi Roemah Aki'q memiliki keunikan atau ciri khas tersendiri seperti adanya Mie VOC, Kopi Butter, dan juga Es Coklat yang berbeda dan tidak bisa dijumpai pada para kompetitor.

Positioning yang dilakukan oleh Kedai Kopi Roemah Aki'q diantaranya terdiri dari posisi menurut atribut yang memposisikan konsep vintage yang diusung, dengan bangunan yang merupakan peninggalan jaman belanda ditambah ornamen hiasan dan dekorasi bertema vintage yang menambah kesan vintage. Dan juga menu yang ditawarkan berkonsep jaman dahulu. Posisi menurut pesaing yang disekitar daerah tersebut didominasi oleh warung kopi tradisional. Kedai Kopi Roemah Aki'q hadir menawarkan konsep berbeda yaitu *coffee shop* bertema vintage yang menawarkan berbagai variasi menu makanan dan minuman yang memiliki ciri khas tersendiri. Posisi menurut penggunaan yang mengedepankan kebutuhan dan keinginan para konsumen seperti tempat berkumpul, nongkrong bersama teman, mengerjakan tugas, hingga bermain game dengan diakomodir beberapa fasilitas seperti tempat duduk yang nyaman, stop kontak listrik, Wifi dengan kecepatan

tinggi, dan juga live music setiap akhir pekan yang menambah kenyamanan konsumen. Posisi menurut harga dan kualitas yang mengedepankan harga yang lebih terjangkau dibandingkan para kompetitor dikelasnya. Walaupun begitu mereka tetap memberikan kualitas yang terbaik pada produk mereka dengan dibuat dari bahan baku berkualitas dan didukung sarana alat memadai Selain kualitas pada produk, Kedai Kopi Roemah Aki'q juga memberikan kualitas terbaik pada segi pelayanan konsumen dengan mengedepankan kenyamanan para konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, berikut merupakan beberapa saran yang dianggap relevan dengan hasil dan temuan penelitian:

- 1) Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya terkait analisis strategi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*. Peneliti juga berharap adanya penambahan dan juga perbaikan pada teknik yang digunakan pada penelitian selanjutnya guna meningkatkan tingkat akurasi dan efektivitas analisis. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mengobservasi dan mengkaji lebih banyak referensi dan literatur terkait dengan analisis strategi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* sehingga hasil penelitian dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
- 2) Bagi Peneliti, Lebih merinci pemahaman teori yang sedang dipelajari sejalan dengan situasi yang tengah berlangsung di lapangan. Dengan memahami teori secara menyeluruh, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih

mendalam mengenai keterkaitan antara konsep teoritis dan realitas lapangan. Integrasi pengetahuan teoritis dengan pemahaman langsung dari kondisi lapangan dapat menambah nilai analisis penelitian, meningkatkan mutu temuan, dan memberikan sumbangan pada literatur ilmiah.

- 3) Bagi Kedai Kopi Roemah Aki'q, penelitian ini diharapkan mampu melihat peluang pasar yang ada dengan lebih baik sehingga dapat digunakan dalam pengembangan perusahaan kedepannya. Selain itu, Kedai Kopi Roemah Aki'q diharapkan dapat memberikan tambahan inovasi pada menu dan lebih memberikan fasilitas penunjang kenyamanan konsumen agar tetap menjadi pilihan konsumen. Kedai Kopi Roemah Aki'q juga diharapkan melakukan kegiatan promosi melalui media sosial lebih gencar dengan memanfaatkan *content creator* untuk menarik minat konsumen. Dan juga diharapkan Kedai Kopi Roemah Aki'q dapat membuka cabang baru didaerah lain sebagai upaya ekspansi pasar.
- 4) Bagi Pihak Lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, bahan kajian, dan bahan diskusi bagi pihak lain dalam melakukan penelitian yang sejenis. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, wawasan, dan ilmu pengetahuan terkait strategi pemasaran *Segmetation, Targeting, dan Positioning*.