

# Perencanaan program pemasaran digital untuk peningkatan brand awareness usaha opatan copee = Digital marketing program planning to increase brand awareness of copee's opatan business

Cesar Rizquino Raharjo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518699&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### Profil Usaha

Opatan Coffee adalah sebuah kedai kopi yang didirikan pada bulan 29 Agustus 2015 yang berlokasi di Jalan Seremped Wetan, Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor dengan jam operasional setiap hari mulai pukul 16.00 sampai 00.00 WIB. Kedai kopi ini menjual kopi dan memiliki spesialisasi di bidang manual brewing.

### Analisis Situasi

Strength:  
- Memiliki figur “Babeh” yang dikenal oleh penikmat kopi di Kota Bogor  
- Service Quality yang sudah diakui pelanggan  
- Memiliki koneksi dengan komunitas penikmat kopi Kota Bogor  
- Memiliki spesialisasi dalam manual brewing & single origin coffee

Weakness:  
- Brand Awareness yang minim  
- Minimnya sumber daya manusia (Operasional dan Pemasaran)  
- Budget yang terbatas untuk ekspansi dan pemasaran  
- Tempat yang tidak terlalu instagramable  
- Penyajian menu yang tidak spesial  
- Tidak memiliki perencanaan publikasi dan pemasaran

Opportunity:  
- Online-shopping (GoFood, Grab, Shoppe Food)  
- Memiliki banyak pelanggan loyal  
- Lokasi yang dekat dengan perumahan  
- Jam Operasional hingga larut malam  
- Industri kopi yang sangat berkembang  
- Harga yang murah

Threat:  
- Pandemi COVID-19 dan kebijakan PPKM  
- Banyaknya kios brand besar produk kopi/minuman di sekitar lokasi (Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Es Teh)  
- Banyaknya kedai kopi baru dengan keunggulan konsep tempat  
- Lokasi yang tertutup dari jalan besar

### Pernyataan Masalah

1. Brand awareness target pasar mengenai Opatan Coffee masih rendah karena minimnya publikasi dan program pemasaran yang dilakukan oleh Opatan Coffee.  
2. Tidak adanya perencanaan program pemasaran yang dilakukan oleh Opatan Coffee

### Usulan Program

Program “Berbagi Rasa” dari Opatan Coffee dengan pesan kunci “Finding the Real Coffee Taste” yang sesuai dengan motto Opatan Coffee yang terdiri dari:  
1. Opatan In Your Area  
2. IlmuHITAM  
3. #KataGue (Influencers Endorsement)

### Tujuan

Meningkatkan brand awareness target pasar terhadap Opatan Coffee

### Target Khalayak

Demografis:  
- Laki-laki & Perempuan  
- Usia 17-35 tahun  
- Pelajar, Mahasiswa, dan Pekerja  
- SES B-C

Geografis:  
- Berdomisili di Kota Bogor dan sekitarnya (Jabodetabek)  
- Behaviour  
- Memiliki kebiasaan nongkrong  
- Memiliki kebiasaan minum kopi (kafein)  
- Menggunakan media sosial untuk mencari informasi  
- Suka untuk mencoba tempat baru untuk nongkrong  
- Memiliki kelompok

pertemanan dengan kebiasaan dan minat yang sama

Psikografis:<br>- Suka bercengkrama dengan orang lain<br>- Memiliki ketertarikan tentang kopi dan penyajiannya<br>- Memiliki kecenderungan mencari barang berkualitas dengan harga terjangkau<br>- Menyukai tempat dengan konsep yang sederhana<br>- Tidak melihat sebuah tempat dari prestise-nya<br>- Tidak terlalu menyukai tempat yang ramai dan berisik

Jadwal

September - Desember 2022

Anggaran

Rp. 14.800.000

Monitoring & Evaluasi

Input: Monitoring & Evaluasi terhadap perencanaan dan pelaksanaan setiap kegiatan

Output: Monitoring & Evaluasi terhadap Key Performance Indicator setiap kegiatan

Outcome: Monitoring & Evaluasi terhadap hasil dan pengaruh program dengan brand awareness target pasar terhadap Opatan Coffee

.....

Company Profile Opatan Coffee is a coffee shop that was established on 29 August 2015 located at Jalan Seremped Wetan, Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor, operating everyday from 16.00 to 00.00 This coffee shop sells coffee and specializes in manual brewing.

Situation Analysis

Strength:<br>- Has "Babeh" figure (Opatan Coffee Barista) who is well known by customer<br>- High customer service quality<br>- Has connection with many coffee communities in Kota Bogor<br>- Specializing in manual brewing & single origin coffee

Weakness:<br>- Low brand awareness<br>- Lack of human resources (Operation and Marketing)<br>- Limited budget for expansion and marketing<br>- Not an instagramable place<br>- Mediocre product presentation<br>- Does not have a publication and marketing program

Opportunity:<br>- Online-shopping platforms (GoFood, Grab, ShopeeFood)<br>- Has many loyal customers<br>- Close to residential area<br>- Operational hours until midnight<br>- Large growth of coffee industry

Affordable prices

Threat:<br>- The COVID-19 pandemic and PPKM policies<br>- Bigger brands coffee/beverage shops around the location (Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Es Teh Indonesia)<br>- Growing number new coffee shops with place advantage<br>- The location is far from the main road

Problem Identification

- Brand awareness in the target market regarding Opatan Coffee is still low due to the lack of publications and marketing programs carried out by Opatan Coffee.<br>- There is no marketing program planning carried out by Opatan Coffee.

Programs

The key message of "Berbagi Rasa" campaign program by opatan coffe is "Finding the Real Coffee Taste," which is in accordance with the Opatan Coffee slogan. The program will include three activities:<br>- Opatan In Your Area<br>- IlmuHITAM<br>- #KataGue (Influencers Endorsement)

Goals

Increasing target market brand awareness to Opatan Coffee.

## Target Audience

Demographic:<br>- Male & Female<br>- Age 17-35 Years Old<br>- Students and Workers<br>- SES B-C  
Geographic:<br>- Live in Bogor and other cities (Jabodetabek)<br>- Behaviour<br>- Have a habit of hanging out with friends<br>- Have a habit of drinking coffee/caffeine<br>- Use social media to find information<br>- Love to try new places to hang out<br>- Have a group of friends with the same habits and interests

Psychographic:<br>- Like to talk with people<br>- Have an interest in coffee culture<br>- Have a tendency to look for quality goods at affordable prices<br>- Have an interest to a place with simplistic concept<br>- Does not see a place by its prestige<br>- Does not prefer crowded and noisy places

Schedule September - December 2022

Budget IDR. 14.800.000

## Monitoring & Evaluation

Input: Monitoring & Evaluation of planning and implementation of each activity<br>Output: Monitoring & Evaluation of Key Performance Indicators for each activity<br>Outcome: Monitoring & Evaluation of results and impact of the program with brand awareness of the target market on Opatan Coffee