

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

Brand awareness target pasar mengenai Opatan Coffee masih rendah karena minimnya publikasi dan program pemasaran yang dilakukan oleh Opatan Coffee.

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:

Opatan In Your Area

IlmuHITAM

#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

Suka bercengkrama dengan orang lain

Memiliki ketertarikan tentang kopi dan penyajiannya

Memiliki kecenderungan mencari barang berkualitas dengan harga terjangkau

Menyukai tempat dengan konsep yang sederhana

Tidak melihat sebuah tempat dari prestise-nya

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

Has "Babeh" figure (Opatan Coffee Barista) who is well known by customer

High customer service quality

Has connection with many coffee communities in Kota Bogor

Specializing in manual brewing & single origin coffee

Weakness

Low brand awareness

Lack of human resources (Operation and Marketing)

Limited budget for expansion and marketing

Not an instagramable place

Mediocre product presentation

Does not have a publication and marketing program

Opportunity

Online-shopping platforms (GoFood, Grab, ShopeeFood)

Has many loyal customers

Close to residential area

Operational hours until midnight

Large growth of coffee industry

Affordable prices

Threat

The COVID-19 pandemic and PPKM policies

Bigger brands coffee/beverage shops around the location (Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Es Teh Indonesia)

Growing number new coffee shops with place advantage

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.

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:

Opatan In Your Area

IlmuHITAM

#KataGue (Influencers Endorsement)

Goals Increasing target market brand awareness to Opatan Coffee.

Target Audience

Demographic

Male & Female

Age 17-35 Years Old

Students and Workers

SES B-C

Geographic

Live in Bogor and other cities (Jabodetabek)

Behaviour

Have a habit of hanging out with friends

Have a habit of drinking coffee/caffeine

Use social media to find information

Love to try new places to hang out

Have a group of friends with the same habits and interests

Psychographic

Like to talk with people

Have an interest in coffee culture

Have a tendency to look for quality goods at affordable prices

Have an interest to a place with simplistic concept

Does not see a place by its prestige

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

Output: Monitoring & Evaluation of Key Performance Indicators for each activity

Outcome: Monitoring & Evaluation of results and impact of the program with brand awareness of the target market on Opatan Coffee