

**COFFE SHOP HIDDEN GEM**  
**(Strategi Pemasaran Pada Bonsai Kopi Jombang)**

**ABSTRAK**

**Oleh :**  
**Eries Budi Setiawati**

**Dosen Pembimbing :**  
**Dr. Nuri Purwanto, SST, MM**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Bonsai Kopi Jombang. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan naratif. Model penelitian ini menggunakan desain sederhana dengan triangulasi teori. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menggunakan strategi pemasaran dengan cara menetapkan segmentasi geografis, segmentasi psikografis, segmentasi demografis, dan segmentasi perilaku. Bonsai Kopi memposisikan ciri khas produk, citra rasa, keunikan lokasi yang dimiliki, hidden gem, dan bahan yang berkualitas serta terjamin. Strategi pemasaran Bonsai Kopi berdasarkan bauran produk memiliki variasi minuman dan makanan, berkualitas, terjamin, serta persediaan produk yang selalu ada atau ready. Strategi pemasaran Bonsai Kopi berdasarkan bauran harga dapat dilakukan dengan cara melakukan riset pasar sebelum menentukan harga jual, menetapkan laba yang tidak terlalu tinggi, kemudahan system pembayaran, serta menetapkan harga yang terjangkau dan sesuai budget konsumen. Strategi pemasaran Bonsai Kopi berdasarkan bauran tempat dapat dilakukan dengan memiliki tempat yang unik, tersembunyi, memiliki fasilitas yang lengkap seperti wifi, colokan cas, toilet, mushollah, dan system pengawasan tempat dilengkapi CCTV. Strategi Pemasaran Bonsai Kopi berdasarkan bauran promosi dapat dilakukan dengan cara promosi melalui media sosial seperti Instagram, whatsapp, melakuka promosi melalui teman, menentukan konsep penjualan yang berbeda dari pesaing seperti mengadakan promo atau bonus saat event-event tertentu seperti tahun baru, kemerdekaan, dan anniversary Bonsai Kopi Jombang.

Kata kunci: Bonsai Kopi, Strategi pemasaran, STP, Bauran pemasaran.