

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan penelitian tentang Strategi Positioning Secret Garden Coffee and Chocolate sebagai Garden Restaurant di Yogyakarta, maka dapat di kemukakakan kesimpulan dan saran-saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan dalam Strategi Positioning Secret Garden Coffee and Chocolate sebagai Garden Restaurant di Yogyakarta dapat ditarik kesimpulan bahwa Secret Garden Coffee and Chocolate dalam bisnisnya melakukan *positioning*, dan *positioning* tersebut bertujuan untuk menjadikan Secret Garden Coffee and Chocolate sebagai Garden Restaurant di Yogyakarta. Untuk itu Secret Garden Coffee and Chocolate sudah seharusnya melakukan beberapa strategi yang menonjolkan *positioning* nya untuk menjadikannya sebagai garden restaurant di Yogyakarta.

Strategi *positioning* Secret Garden Coffee and Chocolate diawali yakni dengan proses perencanaan strategi *positioning* nya, dengan menentukan target pasar terlebih dahulu. Secret Garden Coffee and Chocolate menetapkan target pasar bagi produknya yakni anak muda dan keluarga dengan kisaran umur 14 tahun hingga 60 tahun.

Secret Garden Coffee and Chocolate dalam melakukan strategi komunikasi untuk membangun *positioning* dalam benak konsumen adalah dari dalam logo dan nama dari Secret Garden Coffee and Chocolate tersebut, logo dan nama mempunyai arti dan filosofi tersendiri dan juga membuat konsumen untuk gampang mengingat

Secret Garden Coffee and Chocolate hanya dengan mendengar namanya saja. Setelah melakukan strategi komunikasi positioning berdasarkan logo dan nama, Secret Garden Coffee and Chocolate juga melakukannya berdasarkan menentukan atribut untuk melakukan penempatan *positioning* nya. Atribut-atribut yang digunakan Secret Garden Coffee and Chocolate unik dan sesuai dengan konsep yang di gunakan oleh Secret Garden Coffee and Chocolate yaitu dengan bernuansa warna hijau dengan rumpytnya yang luas, kemudian dengan kursi dan mejanya yang berwarna putih, kemudian dihiasi dengan lampu-lampu kuning yang setengah redup membuat tempat semakin elegan dan romantis.

Dalam melakukan penempatan positioning, Secret Garden Coffee and Chocolate melakukan berbagai macam iklan untuk mempromosikan Secret Garden Coffee and Chocolate melalui media televisi dan radio bahkan majalah.

Tahap berikutnya adalah pada moment yang tepat Secret Garden Coffee and Chocolate juga melakukan promosi penjualan terhadap restaurantnya dengan cara memberikan kupon gratis kepada mahasiswa di Yogyakarta berdasarkan hari dan unversitasnya, Secret Graden Coffee and Chocolate juga melakukan promosi paket diner romantic untuk hari *valentine* dan memberikan potongan harga kepada konsumen yang membawa pasangannya pada saat hari valentine. Setelah itu salah satu bentuk promosi yang dilakukan juga adalah dengan membuat menu special today. Secret Garden Coffee and Chocolate juga menggunakan media social seperti twitter, instagram dan web.

Untuk membangun citra pada benak konsumen Secret Garden Coffee and Chocolate juga membuat event marketing diantaranya adalah memberikan fasilitas

secara free kepada komunitas dan mahasiswa/I yang ada dijogja untuk mengadakan acara-acara amal, atau acara sosial dan humanist. Kemudian memberikan tempat pada artis ibukota dan atris local untuk mengadakan acara meet and greet di Secret Garden Coffee and Chocolate. Secret Garden Coffee and Chocolate juga sering kedatangan televisi nasional untuk dijadikan tempat syuting atau photoshoot.

Setelah strategi komunikasi untuk membangun positioning dibenak konsumen selesai dilakukan, Secret Garden Coffee and Chocolate juga melakukan evaluasi strategi positioning dan startegi komunikasi nya. Evaluasi yang dilakukan Secret Garden Coffee and Chocolate adalah dengan cara melakukan pertemuan rutin satu kali dalam satu bulan di setiap hari jumat, guna membicarakan setiap permasalahan yang ada, membicarakan tentang acara-acara yang akan berlangsung, membuat menu baru, membuat menu special today dan lain sebagainya. Setelah itu Secret Garden Coffee and Choclote juga akan membuat solusi dari masalah-masalah yang ada, membuat event marketing, melakukan promosi melalui sosial medianya seperti twitter, fb, Instagram dan web. Memberikan potongan-potongan harga kepada mahasiswa dengan hari dan universitas tertentu.

B. Saran

Setelah melihat bagaimana strategi *postioning* yang dilakukan Secret Garden Coffee and Chocolate sebagai garden restaurant di Yogyakarta tahun 2016, maka ada beberapa saran yang bertujuan untuk membangun Secret Garden Coffee and Chocolate kearah yang lebih baik.

- a. Sebaiknya Secret Garden Coffee and Chocolate melakukan segmentasi pasar terlebih dahulu agar Secret Garden Coffee and Chocolate dapat

dengan tepat dalam menentukan target pasarnya dan akan membuahkan positioning yang tepat pula.

- b. Sebaiknya Secret Garden Coffee and Chocolate juga mempunyai menu andalan khas dari Secret Garden Coffee and Chocolate sendiri yang berbeda dari restaurant lainnya.
- c. Pada tahap perencanaan, Secret Garden Coffee and Chocolate juga belum sempurna dalam melengkapi unsur-unsur yang ada, misalnya seperti atribut, Secret Garden Coffee and Chocolate pada dasarnya masih bisa menambah atributnya untuk lebih menonjolkan positioningnya.