

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi komunikasi pemasaran yang efektif bagi *Pivot Coffee* Bandung dalam menarik minat pelanggan dengan cara membedakan diri dari pesaing.

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis posisi *Pivot Coffee* di bandingkan dengan kompetitor utama di pasar kopi Bandung, mengidentifikasi keunggulan kompetitif *Pivot Coffee*, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan daya tarik merek dan dengan menggunakan pemasaran 4P.

Data dikumpulkan melalui analisis kompetitor, wawancara mendalam dengan pelanggan, wawancara dengan atasan yang bersangkutan dengan *branding* dan survei kecil-kecilan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Pivot Coffee* memiliki keunggulan dalam hal kualitas kopi, varian menu yang banyak, fasilitas yang memadai, serta harga yang ramah di kantong tetapi kurang dalam hal promosi.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merumuskan strategi komunikasi pemasaran yang meliputi penguatan keunggulan kompetitif, pengembangan kampanye pemasaran yang unik, dan penargetan segmen pasar yang spesifik. Diharapkan, strategi ini dapat menarik minat pelanggan baru dan meningkatkan pangsa pasar *Pivot Coffee* Bandung.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Pivot Coffee* Bandung, Minat pelanggan, Pesaing.

ABSTRACT

This study aims to design an effective marketing communication strategy for Pivot Coffee Bandung to attract customer interest by differentiating itself from competitors.

Using a qualitative descriptive approach, the research analyzes Pivot Coffee's position relative to major competitors in the Bandung coffee market, identifies Pivot Coffee's competitive advantages, and explores opportunities to enhance brand appeal through the 4Ps of marketing.

Data was collected through competitor analysis, in-depth interviews with customers, interviews with relevant branding executives, and small surveys. The results indicate that Pivot Coffee excels in coffee quality, diverse menu options, adequate facilities, and affordable pricing, but it is lacking in promotion.

Based on these findings, the study formulates a marketing communication strategy that includes strengthening competitive advantages, developing unique marketing campaigns, and targeting specific market segments.

It is hoped that this strategy will attract new customers and increase Pivot Coffee Bandung's market share.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Pivot Coffee Bandung, Customer Interest, Competitors.