

ABSTRAK

Skripsi berjudul "Peran Komunitas Diskusi Mahasiswa Sebagai Strategi Promosi di Kedai Kopisentris" ini ditulis oleh Mohamad Fauzi Mizanul Ulum, NIM. 126405202176, dalam bimbingan Dr. Refki Rusyadi, M. Pd. I.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi yang diterapkan Kopisentris dalam menentukan posisi pasar dan mengoptimalkan komunitas mahasiswa untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini berfokus pada peran komunitas mahasiswa sebagai media promosi, dengan harapan dapat menarik lebih banyak pengunjung melalui jaringan komunitas yang aktif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena promosi di Kedai Kopisentris. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi langsung di lokasi penelitian. Teknik analisis data meliputi reduksi, display, dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Kopisentris sudah berupaya untuk menjadi kedai kopi utama bagi mahasiswa melalui suasana yang mendukung dan harga yang terjangkau, beberapa faktor menunjukkan bahwa *positioning* yang diinginkan belum sepenuhnya berhasil. Mahasiswa mengungkapkan perlunya variasi menu yang lebih inovatif dan acara komunitas yang lebih teratur agar Kopisentris lebih relevan dengan minat mereka. Kurangnya adaptasi terhadap tren kopi kekinian dan fasilitas yang mendukung kegiatan mahasiswa membuat Kopisentris kurang optimal dalam memikat pasar. Persaingan dari kedai kopi lain yang cepat beradaptasi juga menjadi tantangan yang menghambat keberhasilan *positioning*. Kopisentris di kalangan mahasiswa.

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa Kopisentris berhasil menarik mahasiswa melalui suasana nyaman dan harga terjangkau, tetapi belum sepenuhnya mencapai *positioning* yang kuat. Tantangan utama meliputi kebutuhan inovasi menu dan acara untuk menyesuaikan dengan tren mahasiswa. Dukungan komunitas mahasiswa efektif meningkatkan *awareness*, namun adaptasi terhadap preferensi yang berkembang masih diperlukan.

Kata Kunci: Peran komunitas mahasiswa, Strategi promosi, Positioning pasar, *Brand awareness*, Adaptasi pasar.

ABSTRACT

This thesis entitled “The Role of Student Discussion Community as a Promotion Strategy at Kopisentris Shop” was written by Mohamad Fauzi Mizanul Ulum, NIM. 126405202176, under the guidance of Dr. Refki Rusyadi, M. Pd. I.

This research aims to describe the strategies applied by Kopisentris in determining market position and optimizing the student community to increase sales. This research focuses on the role of the student community as a promotional medium, hoping to attract more customers through an active community network.

This research uses a descriptive qualitative approach to understand the phenomenon of promotion at Kedai Kopisentris. The data was gathered through observations, interviews, and direct documentation at the research location. Data analysis techniques included reduction, display, and verification.

The results showed that although Kopisentris has tried to become the preferred coffee shop for students through a pleasant atmosphere and affordable prices, several factors indicate that the desired positioning has not been fully successful. Students expressed the need for more innovative menu variations and community events. The students expressed that they need more innovative menu variations and more regular community events to make Kopisentris more relevant to their interests. Lack of adaptation to current coffee trends and facilities that support student activities make Kopisentris less optimal in attracting the market. Rivalry from other coffee shops that are quick to adapt is also a challenge that prevents the successful positioning of Kopisentris among students.

The conclusion of this study confirms that Kopisentris succeeds in attracting students through its cozy atmosphere and affordable prices, but has not fully achieved a strong positioning. Key challenges include the need for menu and event innovation to match student trends. Support from the student community is effective in increasing awareness, but adaptation to evolving preferences is still needed.

Keywords: *Role of student community, Promotion strategy, Market positioning, Brand awareness, Market adaptation.*