

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Strategi Pemasaran Terintegrasi *Alta coffee* Toraja di Lembang Sesesalu, Kabupaten Tana Toraja, maka penulis menarik kesimpulan bahwa ada beberapa strategi pemasaran terintegrasi yang dilakukan oleh *Alta coffee* Toraja. Strategi tersebut dapat dilihat pada beberapa hal yaitu, berhasil mempertahankan Produk yang unggul, seperti kopi robusta tunggal dengan kualitas premium, dipromosikan melalui media sosial (Instagram dan Facebook), serta partisipasi aktif dalam acara budaya lokal seperti festival dan pameran. Memanfaatkan pemasaran terintegrasi melalui pendekatan yang menggabungkan media tradisional dan digital. Lokasi usaha yang strategis di Dusun Pauan, Lembang Sesesalu, memberikan kemudahan akses bagi konsumen lokal dan wisatawan, didukung oleh fasilitas parkir yang memadai. Kualitas kopi bisa dilihat dari harga yang ditawarkan bersaing dalam kategori premium, mencerminkan kualitas produk dan desain kemasan yang menonjolkan identitas budaya Toraja. Strategi promosi seperti diskon pada momen spesial dan interaksi langsung melalui event mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. *Alta Coffee* Toraja berhasil mengintegrasikan elemen strategi pemasaran seperti produk, harga,

distribusi, dan promosi untuk memperkuat citra merek lokal. Partisipasi dalam acara budaya meningkatkan kesadaran merek sekaligus memperkuat hubungan emosional dengan konsumen. Dengan berhasilnya menggunakan strategi pemasaran terintegrasi tersebut *Alta coffee* Toraja sampai saat ini masih menjadi pilihan terbaik bagi pecinta kopi Toraja.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan yang didapatkan oleh penulis, ada beberapa saran yang diberikan sebagai berikut :

1. Bagi usaha *Alta coffee* Toraja
 - a. Diharapkan untuk meningkatkan kehadiran digital dengan konten yang menarik seperti video proses produksi kopi, cerita tentang budaya Toraja, dan ulasan produk dari pelanggan. Hal ini dapat menarik perhatian generasi muda dan wisatawan.
 - b. Diharapkan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi pemasaran untuk memperbaiki metode yang ada dengan menggunakan masukan pelanggan dan analisis data penjualan.
 - c. Diharapkan dapat menerapkan program loyalitas berbasis poin atau hadiah untuk menarik pelanggan setia sehingga tertarik untuk membeli produk lagi .

- d. Diharapkan untuk menawarkan varian produk baru atau paket kemasan khusus untuk memperluas segmen pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bisa memperluas cakupan penelitian tentang penelitian strategi pemasaran terintegrasi, juga diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih besar terhadap pengembangan strategi pemasaran kopi lokal dan penguatan merek berbasis budaya.