

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian pada pembahasan dan hasil observasi mengenai strategi komunikasi pemasaran program campaign zero plastik pada work coffee micro di kota bandung dalam upaya membangun *brand awareness*, dapat dilihat sebagai berikut:

1. **Perumusan strategi** yang dilakukan oleh Work Coffee Micro melalui *Campaign Zero Plastic* terbukti efektif dalam membangun *brand awareness* di Kota Bandung. *Campaign* ini sangat relevan dengan isu lingkungan saat ini, menarik perhatian konsumen yang peduli dengan keberlanjutan. Konsumen memberikan respons positif terhadap penggunaan bahan ramah lingkungan seperti sedotan dari tepung beras dan cangkir dari bagasse, menunjukkan bahwa komitmen lingkungan Work Coffee Micro berhasil resonan dengan mereka dan memperkuat loyalitas terhadap merek. Strategi komunikasi pemasaran melalui *campaign* ini tidak hanya membangun *brand awareness* tetapi juga memperkuat citra merek dengan cara yang konkret dan berdampak. Dengan fokus pada keberlanjutan dan penggunaan bahan inovatif, Work Coffee Micro berhasil membedakan diri dari pesaing, menarik perhatian media, dan mendapatkan rekomendasi pribadi dari konsumen.

2. **Implementasi** yang dilakukan oleh Work Coffee Micro melalui program *Campaign Zero Plastic* di Kota Bandung terbukti efektif dalam meningkatkan *brand awareness*. Dengan strategi yang mencakup edukasi pelanggan tentang dampak negatif plastik sekali pakai dan manfaat bahan ramah lingkungan, Work Coffee Micro berhasil mengurangi limbah plastik. Barista dan staf secara aktif menginformasikan penggunaan sedotan dari tepung beras, gelas dari bagasse, dan kantong dari bahan singkong, serta memberikan tips untuk mengurangi penggunaan plastik.

Komitmen Work Coffee Micro terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan terlihat jelas melalui implementasi ini. *Campaign* ini tidak hanya meningkatkan kesadaran pelanggan tetapi juga memperkuat citra merek, meningkatkan dukungan dan loyalitas pelanggan, serta menciptakan nilai tambah bagi bisnis. Secara keseluruhan, program *Zero Plastic* memberikan dampak positif yang luas, membangun *brand awareness*, memperkuat citra merek, membangun loyalitas pelanggan, membedakan perusahaan dari pesaing, dan memperluas jangkauan melalui media dan publikasi.

3. **Evaluasi** Program *Campaign Zero Plastic* oleh Work Coffee Micro telah berhasil meningkatkan kesadaran merek dan citra perusahaan sebagai brand yang peduli lingkungan di Kota Bandung. Evaluasi program ini menunjukkan bahwa kampanye tersebut efektif dalam menyebarkan pesan merek, menarik perhatian konsumen, dan mendorong perubahan perilaku positif. Hal ini berdampak pada persepsi konsumen yang semakin

memposisikan Work Coffee Micro sebagai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Evaluasi yang komprehensif memungkinkan Work Coffee Micro untuk membuat keputusan berdasarkan data, meningkatkan kinerja *campaign*, dan memastikan bahwa upaya keberlanjutan memberikan manfaat maksimal bagi merek dan lingkungan. Integrasi prinsip keberlanjutan dalam strategi bisnis, komunikasi yang efektif, dan pemberian insentif untuk konsumen terbukti menjadi kunci keberhasilan program ini dalam membangun *brand awareness* yang positif.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Work Coffee Micro

Adapun beberapa saran dari peneliti untuk work coffee micro diantaranya:

1. Mempertahankan terus penggunaan bahan-bahan ramah lingkungan seperti sedotan dari tepung beras, cangkir dari bagasse (sisa ampas tebu), dan kantong dari bahan singkong, Work Coffee Micro dapat mempertahankan komitmennya terhadap keberlanjutan. Kualitas dan fungsionalitas produk tetap terjaga meskipun menggunakan bahan alternatif, dan perusahaan juga terus mencari inovasi bahan dan kemasan lain yang lebih berkelanjutan. Selain itu, Work Coffee Micro juga secara konsisten mengkomunikasikan komitmennya terhadap pengurangan sampah plastik dan perlindungan lingkungan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti website, media sosial, dan komunikasi langsung dengan pelanggan.

2. Terus tingkatkan edukasi pelanggan dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang dampak negatif plastik sekali pakai bagi lingkungan. Manfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi ini, gunakan infografis, video, dan cerita pelanggan untuk menjelaskan manfaat bahan alternatif yang digunakan, serta dorong partisipasi pelanggan dalam gaya hidup berkelanjutan, seperti membawa tumbler atau kantong belanja sendiri.
3. Melakukan monitoring dan evaluasi berkelanjutan terhadap program "*Zero Plastic*" di Work Coffee Micro. Work Coffee Micro perlu secara rutin mengukur dan memantau indikator-indikator keberhasilan program, seperti jumlah penggunaan tumbler oleh konsumen, jumlah sampah plastik yang berhasil dikurangi, dan persentase partisipasi konsumen. Pengumpulan data dan pengukuran secara berkala, misalnya mingguan atau bulanan, akan membantu memahami tren dan pola efektivitas program.

5.2.2 Saran Bagi Penleiti Selanjutnya

Adapun saran yang peneliti berikan untuk peneliti selanjutnya yaitu:

1. Memperluas cakupan penelitian ke cabang atau gerai Work Coffee Micro yang lain, untuk melihat apakah terdapat perbedaan dalam implementasi program keberlanjutan di masing-masing lokasi.
2. Mengeksplorasi strategi kemitraan dan kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat dalam mendukung inisiatif pengurangan sampah plastik