

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Promosi pada Jalan Bandung Coffee Shop

Oleh: Inggraini

Penelitian ini didasari oleh kurangnya promosi terhadap 3 (tiga) komponen strategi pengembangan promosi yaitu Advertising, Sales Promotion, dan Direct Marketing di Jalan Bandung Coffee Shop. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi pengembangan promosi di Jalan Bandung Coffee dengan menggunakan analisis SWOT yang ditentukan oleh faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Data dikumpulkan dengan melakukan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dari para informan penelitian dengan menggunakan purposive sampling. Analisis data dengan cara reduksi yaitu merangkum, memilih dan menjurus pada poin penting sekaligus melakukan analisis pada data yang ditemukan pada penelitian.

Hasil penelitian ini secara keseluruhan adanya faktor internal yang didapatkan dari kekuatan dan kelemahan pengembangan promosi di Jalan Bandung Coffee Shop dan faktor eksternal yang didapatkan dari peluang dan ancaman. Jika dilakukan promosi pada Jalan Bandung Coffee Shop, strategi yang dirumuskan: 1) Memanfaatkan media sosial seperti Tik Tok sebagai media promosi periklanan. 2) Membuat Promosi dengan cara membuat Voucher diskon 15%. 3) Memubuat Paket Hemat dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan . 4) Melakukan promosi direct marketing melalui whatsapp secara personal

Kata Kunci: Promosi Coffee Shop