

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI DENGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENJUALAN PELATARAN PUAN CAFÉ SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

Irvan Dani Ramadhan

17071200

Usaha Mikro Kecil dan menengah sering disingkat (UMKM), UMKM saat ini sebagai cara efektif dalam mengurangi angka kemiskinan. Pelataran Puan café adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang *Food and Beverages* yang masih bisa bertahan di masa pandemi covid-19 dengan strategi promosi yang dimilikinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dengan media sosial Instagram dalam penjualan Pelataran Puan Cafe selama masa pandemic Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori bauran promosi yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong. Hasil penelitian yang diperoleh yakni Pelataran Puan Café dalam mempromosikan brand mereka melalui media social Instagram adalah pertama dengan memilih target followers sesuai dengan peminat produk mereka. Produk yang mereka tawarkan merupakan produk minuman dan makanan kesukaan anak muda masa kini. Selain itu, mereka memiliki konsep café yang sangat cocok dengan anak muda sehingga target pasar mereka merupakan anak muda maupun mahasiswa. Upaya selanjutnya yang mereka lakukan yaitu dengan melakukan strategi giveaway yang tentu saja dapat menarik perhatian followers. Dengan banyaknya followers, maka popularitas Pelataran Puan Café juga akan meningkat. Upaya ketiga yang dilakukan oleh pihak café yaitu dengan melakukan *bundling*. Strategi ini sangat berguna dalam mempromosikan produk yang kurang dikenal oleh pelanggan.

Kata kunci : Pelataran Puan, Strategi Promosi, Pandemi covid-19

ABSTRACT

THE PELATARAN PUAN CAFE PROMOTION STRATEGY

WITH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM IN SELLING

DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Micro Small and Medium Enterprises are often abbreviated (UMKM), UMKM today as an effective way to reduce poverty. Puan Café Court is a business engaged in Food and Beverages that can still survive the covid-19 pandemic with its promotional strategy. The purpose of this study was to find out how the promotion strategy with Instagram social media in the sale of Puan Cafe Court during the Covid-19 pandemic. The methods used in this study are qualitative descriptive. The study used the promotional mix theory put forward by Kotler and Armstrong. . The results of the research obtained by the Café Puan Court in promoting their brand through Instagram social media are first by choosing target followers according to their product enthusiasts. The products they offer are the favorite beverage and food products of today's young people. In addition, they have a café concept that is very suitable for young people so that their target market is young people and students. The next effort they do is to do a giveaway strategy that of course can attract followers. With the number of followers, the popularity of the Café Puan Court will also increase. The third attempt made by the café is by bundling. This strategy is very useful in promoting products that are less well known to customers.

Keywords: Puan Court, Promotion Strategy, Pandemic Covid-19