

## **ABSTRACT**

Promotion strategy is one of the most important factors for the company in increasing sales volume. To deal with increasingly fierce business competition, requires every company to increase the promotion of its products to consumers. One of the ways that is done so that the products offered by the company can be known to consumers, it is necessary to implement the right promotional strategies. Promotional implementation strategies are steps that are sequential from beginning to end in the process of promoting a product, namely through advertising which is then followed by other promotional activities, including personal selling, sales promotion and publicity.

This study aims to determine “XXI Cafe PTC Surabaya Promotion Strategy”. Data collection methods are carried out through interviews and direct observation with the company. The data analysis method used is descriptive analysis. The results of the study show that: 1) Advertising by XXI Cafe is not widely known by the public; 2) Sales promotion is more flexible because it can be done at any time with available costs; 3) Personal selling occurs directly between the seller and the buyer; 4) Publicity in providing correct information about XXI Cafe products.

Keywords: Strategy, Promotion, Cafe XXI

## ABSTRAK

Strategi promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, menuntut setiap perusahaan meningkatkan promosi produknya kepada konsumen. Salah satu cara yang dilakukan agar produk yang ditawarkan perusahaan dapat dikenal konsumen, maka perlu dilakukan strategi pelaksanaan promosi yang tepat. Strategi pelaksanaan promosi merupakan langkah-langkah yang secara berurutan dari awal sampai akhir dalam proses mempromosikan suatu produk, yaitu melalui periklanan yang kemudian diikuti dengan kegiatan promosi lainnya, diantaranya *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Strategi Bauran Promosi XXI Cafe PTC Surabaya”. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi secara langsung dengan pihak perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Periklanan yang dilakukan XXI Cafe belum banyak diketahui masyarakat; 2) Promosi penjualan lebih fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan biaya yang tersedia; 3) *Personal selling* terjadi interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli; 4) Publisitas dalam memberikan informasi yang benar tentang produk XXI Cafe.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Cafe XXI