

**RINGKASAN EKSEKUTIF**  
**STRATEGI PROMOSI TERHADAP WARUNG KOPI ATJUN MELALUI**  
**SOSIAL MEDIA DAN APLIKASI OJEK *ONLINE***

Joko Wiranto  
NPM : 1541238

Kerja praktek pada Warung Kopi Atjun berguna untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi warung tersebut dalam hal persaingan yang semakin ketat, kerja praktek ini berfokus kepada bagaimana cara memasarkan produk yang dijual agar memiliki tingkat penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan para pesaing dan berfokus juga dengan promosi yang kita gunakan. Kerja praktek ini di mulai dari periode 1 Juni 2018 sampai dengan 30 September 2018.

Pemasaran berperan penting dalam setiap penjualan, bagaimana suatu produk dipasarkan dengan cara yang tepat, waktu yang tepat, dan lokasi yang tepat juga. Pemasaran dilakukan agar suatu usaha dapat bertahan kelangsungan hidup usaha tersebut, pemasaran adalah salah satu cara produsen berhubungan langsung dengan para konsumen sehingga konsumen tau akan produk dari usaha tersebut, karena salah satu kunci kesuksesan suatu usaha adalah pemasaran itu sendiri. Dan pemasaran memiliki fungsi yang biasa disebut *marketing mix* terdiri dari : *product, price, place, dan promotion*. Salah satu kunci sukses adalah promosi, *promotion mix* memiliki 5 strategi yaitu: *advertising, direct marketing, personal selling, sales promotion, dan public relation*.

Metode yang peneliti gunakan dalam kerja praktek ini pertama adalah meninjau lokasi kerja praktek lalu mewawancarai pemilik Warung Kopi Atjun untuk mendapatkan informasi selengkap-lengkapnyanya, dilanjutkan dengan menyusun sistem yang akan digunakan.pemasaran dan promosi yang dilakukan bertujuan untuk memajukan usaha ini sehingga tidak hanya menunggu konsumen untuk datang ke warung saja tetapi kita bisa mengandalkan hal lainnya seperti sistem penjualan dan promosi.

Kata kunci: *marketing mix, promotion mix*