

ABSTRAK

Babakaran merupakan pemula dalam usaha di bidang kuliner yang menyajikan sate taichan sebagai menu utamanya. Meskipun bisnis tersebut tergolong bisnis baru, namun Babakaran dapat unggul dari segi *followers* di Instagram dibandingkan dengan komepetitornya. Selain melakukan kegiatan promosi di media sosial khususnya di Instagram, Babakaran juga menggunakan elemen bauran promosi dalam melakukan kegiatan promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bauran promosi yang dilakukan oleh Babakaran. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan paradigma *post-positivisme*. Dalam penelitian ini berfokus pada analisis bauran promosi apa saja yang dilakukan oleh Babakaran. Data yang dianalisis merupakan hasil wawancara dan observasi dengan Owner Babakaran, pengamat *marketing*, dan konsumen Babakaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Babakaran menggunakan 5 bauran promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, pemasaran online dan media sosial, acara dan pengalaman, serta penjualan tatap muka. Babakaran yang dikenal aktif di media sosial Instagram ternyata menerapkan beberapa bauran promosi juga untuk mengkomunikasikan produknya ke masyarakat.

Kata kunci: Bauran promosi, promosi.