

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan kota dengan berbagai pilihan kuliner, ada banyak jenis restoran di kota ini salah satunya adalah Kozi Coffee Company 6.2 yang merupakan sebuah restoran dengan fasilitas umum yang baik dan terjaga, lokasi strategis, toilet umum yang bersih dan terawat, serta fasilitas penunjang lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk mengadakan berbagai acara. Menu pilihan makanan/minuman dan tempat duduk. Pandemi Covid-19 juga mengharuskan manajemen membuat upaya strategi promosi yang bervariasi agar dapat bertahan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi peromosi di Kozi Coffee Company 6.2 Bandung dalam menghadapi pandemi Covid-19. Data diperoleh melalui wawancara dengan owner dan staff serta observasi secara langsung. Metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan promosi yang ada sebelum adanya pandemi Covid-19 hanya promosi penjualan pada hari-hari besar di Indonesia, promosi tumblr official Kozi Coffe Company 6.2 dan promosi melalui aplikasi Instagram. Sedangkan strategi promosi yang dilakukan selama menghadapi pandemi Covid-19 sangat bervariasi yaitu melakukan promosi penjualan program PANG, promosi penjualan menggunakan aplikasi GOFOOD dan GRABFOOD, promosi periklanan, promosi publikasi, promosi menggunakan aplikasi sosial media instagram dan twitter.

Kata kunci : restoran, strategi promosi, pandemic covid-19