

ABSTRAK

Saat ini pertumbuhan bisnis kuliner di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat, pertumbuhan tersebut ditandai dengan banyaknya usaha kuliner baru tersebar di seluruh Indonesia. Kuliner bakso adalah salah satu dari banyaknya kuliner yang saat ini berkembang pesat, khususnya di kota Tasikmalaya. Persaingan yang tinggi akhirnya memunculkan masalah yang dihadapi oleh beberapa usaha kuliner di Tasikmalaya.

Mie Baso Sari Rasa merupakan salah satu usaha kuliner bakso yang mengalami penurunan penjualan dikarenakan semakin bertambahnya kompetitor, dan menyebabkan eksistensi Mie Baso Sari Rasa tersaingi oleh kompetitor usaha mie bakso lainnya, dengan permasalahan yang dihadapi oleh Mie Baso Sari Rasa yaitu kurangnya *awareness* dikalangan masyarakat. Untuk itu penulis akan merancang promosi yang tepat untuk Mie Baso Sari Rasa dengan tujuan agar dapat menarik konsumen dan meningkatkan *awareness* yang baik kepada calon konsumen.

Perancangan ini dibuat menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka, serta metode analisis data berupa SWOT, AISAS dan AOI. Diharapkan perancangan ini bisa bermanfaat dan menjadi solusi untuk Mie Baso Sari Rasa Tasikmalaya.

Kata Kunci : Bakso, Kuliner, Kuliner Tasikmalaya, Promosi.