

## **ABSTRAK**

Bentuk Bauran Promosi yang paling efektif dapat menjadi media komunikasi pemasaran tepat karena dapat mempengaruhi perilaku ataupun minat seseorang. Sektor bisnis yang saat ini ramai memanfaatkan bauran promosi sebagai media pemasaran adalah bisnis F&B atau Food and Beverages. Salah satunya adalah Sate Bandeng Rizky, usaha ini sudah menunjukkan penurunan pengunjung pada Sate Bandeng Rizky dari tahun 2021 hingga tahun 2022. Dikarenakan tingkat pesaing yang cukup tinggi Usaha Sate Bandeng Rizky, walau sudah memiliki pelanggan tetap namun dalam promosi yang masih kurang efektif dilakukan oleh Sate Bandeng Rizky, pangsa pasar yang masih sangat rendah, kurangnya peralatan

, pemasaran online nya masih kurang bisa dilihat dari akun instagram nya yang belum menjadi instagram bisnis dan tidak adanya konten marketing di dalamnya dan kurangnya modal usaha. Penelitian ini memiliki rumusan masalah mengenai bauran promosi apa saja yang sudah dilakukan dan bagaimana penerapan bauran promosi tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bentuk dan penerapan bauran promosi pada usaha Sate Bandeng Rizky. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa, penerapan Bauran promosi yang dilakukan Sate Bandeng Rizky bermacam-macam, diantaranya advertising (membuat konten promosi di media sosial instagram, menggunakan jasa selebgram untuk membuat konten video iklan produk di instagram), personal selling (mengikuti kegiatan kunjungan BUMN, Dinas kelautan dan Perikanan Provinsi Banten, Dosen dan Mahasiswa Kampus UNTIRTA, dan Bazar rutin di kota Cilegon), Sales Promotion (dalam acara bazar rutin kota Cilegon, memberikan potongan harga hemat setiap pembelian 2 box sate, dan uji coba gratis), public relation and publicity (sate bandeng rizky belum menggunakan bauran ini karena level nya masih terbilang rendah, skala nya termasuk kedalam UMKM mikro kecil), direct and digital marketing (membuat akun instagram @satebandeng.rizky dan facebook Erwin Yulianti), selain itu juga perusahaan menerapkan metode Door To Door (D2D) dan Below The Line (BTL) dalam mempromosikan produknya.

Kata Kunci : bauran promosi, promosi, bisnis