

ABSTRAK

Masyarakat yang berada di DKI Jakarta khususnya Jakarta Selatan sangat menggemari budaya *ngopi*, salah satu tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat adalah Bunna Coffee And Eatery. Tempat ini merupakan *coffee shop* yang digemari pecinta otomotif, karena baristanya yang juga seorang pecinta otomotif, sehingga sering dijumpai mobil-mobil klasik yang terparkir di depan *coffee shop* ini. Namun dengan berkembangnya bisnis *coffee shop* sehingga banyaknya pesaing pada segmentasi ini, diperlukan upaya lebih dalam mempromosikan Bunna Coffee And Eatery. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode analisis data, yang melibatkan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, kemudian menganalisisnya menggunakan analisis SWOT dan matriks perbandingan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan promosi dari Bunna Coffee And Eatery karena kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan agar meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat. Dengan hasil penelitian ini, diharapkan Bunna Coffee And Eatery mampu memperbaiki promosinya dan menjangkau target sasarnya sehingga memperoleh keuntungan yang lebih baik bagi bisnisnya.

Kata Kunci: *Bunna Coffee And Eatery, Jakarta Selatan, coffee shop, otomotif, promosi.*