

ABSTRAK

Promosi adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar dikenal masyarakat luas. Perusahaan memiliki berbagai cara dan strategi untuk promosi. Promosi memiliki beberapa tujuan selain membuat produk perusahaan banyak dikenal konsumen, dan juga memperluas pasar. Setiap perusahaan selalu berusaha agar barang atau jasa yang dihasilkannya dapat dikenal masyarakat luas agar dapat menarik perhatian dan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga dapat mendorong penjualan. Penelitian ini membahas tentang strategi promosi Unair Store yang berlokasi di Gedung Airlangga Corner. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi terhadap produk Unair Store yang dilakukan PT Airlangga Global Traveling dalam menghadapi persaingan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data deskriptif kualitatif, yaitu data deskriptif yang dihasilkan dari studi kasus yang dituangkan ke dalam kata – kata. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Unair Store adalah dengan melakukan diskon atau potongan harga dan menginformasikan produk melalui media sosial dan marketplace yaitu Instagram, WhatsApp dan Shopee. Kendala yang dihadapi Unair Store dalam menghadapi persaingan adalah tidak adanya desainer produk, namun Unair Store masih dapat menemukan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu menjaga kualitas produk, memaksimalkan media sosial dan memaksimalkan pelayanan kepada konsumen.

Kata Kunci : Strategi promosi, bauran promosi, menghadapi persaingan