

ABSTRAK

Perkembangan dalam dunia pariwisata sangatlah pesat, hal ini didorong oleh adanya persaingan yang semakin ketat di dunia usaha, dengan berkembangnya badan-badan usaha jasa yang sejenis, menyebabkan persainganpun menjadi semakin tajam. Salah satu badan usaha yang dimaksud adalah restoran. Restoran sendiri memiliki tujuan untuk mencari keuntungan dan membuat puas para konsumennya. Restoran juga berfungsi sebagai jasa penjualan dan pelayanan kepada para konsumen (Soekresno, 2000:8). Salah satu kota yang memiliki kunjungan wisatawan selalu bertambah setiap tahunnya adalah Kota Kediri, hal ini disebabkan dengan bertambahnya tempat-tempat destinasi wisata yang ada di Kediri.

Obyek dari penelitian ini adalah Kafe Lumbung Merah. Kafe Lumbung Merah terletak di Jalan Kemuning Nomor 88C Tulungrejo, Pare, Kediri. Lumbung Merah terletak di Desa Tulungrejo dimana di desa tersebut terdapat tempat wisata yang bernama Kampung Inggris. Kafe Lumbung Merah bisa dibilang baru karena dibuka di Bulan Maret Tahun 2019. Sebagai pesaing yang baru merintis usahanya, tentu Kafe Lumbung Merah akan lebih sulit untuk bersaing dengan restoran-restoran yang lebih dulu berdiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya promosi penjualan yang dilakukan KafeLumbung Merah yang berada di Pare, Kediri guna meningkatkan kunjungan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Penggunaan metode ini dikarenakan metode ini lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden, lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong, 2002:5). Sedangkan teknik pengumpulan data, penulis menggunakan wawancara sebagai bahan untuk pemenuhan data.

Hasil penelitian ini telah menjawab semua rumusan yang telah dibuat. Upaya promosi yang telah dilakukan oleh Kafe Lumbung Merah adalah dengan memberikan paket harga, kupon, dan diskon kepada konsumen. Dari berbagai macam upaya promosi yang telah dilakukan Kafe Lumbung mengalami peningkatan konsumen di awal-awal bulan Kafe berdiri, akan tetapi semakin bertambahnya bulan konsumen semakin menurun dan mengakibatkan pendapatan yang semakin rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala yang terjadi di Kafe Lumbung Merah, yaitu kosongnya divisi marketing yang seharusnya melakukan kegiatan promosi penjualan, dan kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) untuk melakukan kegiatan promosi penjualan.

Kata kunci: *Restoran, Kafe, Upaya Promosi Penjualan, Konsumen*

