

ABSTRAK

Persaingan bisnis restoran saat ini dapat diakui semakin ketat pada berbagai tingkatan. Fenomena tersebut dapat terlihat pada perkembangan restoran baik kelas skala kecil, skala menengah, hingga skala besar dalam menghasilkan produk dan jasa. Maka *Bedhot Resto* harus menentukan strategi yang jitu untuk menembus pasar dan dapat bertahan yaitu strategi komunikasi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran *Bedhot Resto* dalam mempertahankan bisnis di kawasan turis Sosrowijayan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian ini adalah metode deskriptif. Sedang teknik pengumpulan data berasal dari wawancara mendalam dan observasi. Berasal hasil dari penelitian dapat dikatakan bahwa *Bedhot Resto* cukup berhasil dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran dalam mempertahankan bisnis restoran yaitu iklan, penjualan personal, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Hasil penelitian memperlihatkan strategi komunikasi pemasaran yang paling berpengaruh dalam mempertahankan bisnis adalah penjualan personal dan iklan seperti pemanfaatan media cetak seperti iklan di majalah, brosur, dan neon box. *Bedhot Resto* memiliki motto “*try somenthink different*” .berawal dari itu perusahaan ini menjaring konsumennya untuk mencoba sesuatu yang berbeda di restoran ini dari suasana tempat dan makanannya. Hal tersebut juga merupakan usaha *Bedhot Resto* untuk menarik perhatian konsumennya guna mempertahankan dan meningkatkan bisnis penjualan di *Bedhot Resto*.

Kata kunci : strategi Komunikasi Pemasaran, Metode deskriptif, Bedhot Resto

ABSTRACT

Business competition restaurant is getting tougher to be recognized on many levels. The phenomenon can be seen in both restaurant of small scale enterprises, medium up to large scale in providing products and services. *Bedhot Resto* must determine the right strategy to penetrate the market and be able to survive the marketing communication strategies. The purpose of this study was to determine the right strategy to penetrate the market and be able to determine how marketing communication strategies *Bedhot Resto* in maintaining the business in Sosrowijayan tourist area. The method used in this research is descriptive method. While data collection techniques derived from in-depth interview and observation. Derived from results of the study can be said that *Bedhot Resto* quite successful in implementing the marketing communication strategy in maintaining the restaurant business that is advertising, personal selling, sales promotion, and direct marketing. The results showed that marketing communications strategies most influential in maintaining the business is the sale of personal and the use of print media advertising such as ads in magazines, brochures, and neon box. *Bedhot Resto* has the motto "try something different". Came from the company's customers to try to capture something different from the atmosphere in the restaurant. It is also an attempt *Bedhot Resto* to entice customers to maintain and increase business sales in *Bedhot Resto*.

Keywords: Marketing Communications strategies, descriptive method, *Bedhot Resto*