

Abstrak

Dewasa ini, perkembangan teknologi semakin tidak dapat dihindari. Saat ini hampir seluruh pemilik usaha telah mengikuti perkembangan teknologi dalam melakukan kegiatan mempromosikan produknya. Diantaranya menggunakan media pemasaran berupa media sosial, *marketplace*, dan masih banyak lagi. Di Pulau Madura sendiri, memiliki berbagai keanekaragaman mulai dari Budaya, Pariwisata hingga kuliner. Hal ini dapat menjadikan ladang bisnis bagi masyarakat Madura, seperti halnya pada Toko Oleh-Oleh Bunda di Kabupaten bangkalan, yang turut mengenalkan produk-produk Madura sebagai Oleh-oleh Khas. Namun tak jarang pemilik bisnis dapat memanfaatkan kehadiran teknologi untuk mempermudah mempromosikan produknya. Oleh karenanya, dilakukan penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran *Promotion mix* pada Pusat Oleh-oleh Bunda di Bangkalan.

Dalam melakukan penelitian ini, menggunakan Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif. Subjek pada penelitian ini adalah Toko Oleh-oleh Bunda dan objek dari penelitian ini adalah *Promotion mix*. Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*. Data-data diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan analisis data deduktif. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Lokais penelitian berada di Jl. KH. Mohamad Kholil Gg. VII No. 1, Demangan Timur, Demangan, Kec. Bangkalan, Kab Bangkalan. Madura.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni, Toko Oleh-oleh Bunda belum menggunakan *Advertising* atau pengiklanan sebagai promosi produk. Namun sudah melakukan kegiatan *Public relation*: dengan memberikan pelayanan yang baik dengan merekomendasikan dan menjelaskan produk kepada pelanggan. *Personal selling*: dengan mengikuti pameran. *Sales promotion*: dengan memberikan potongan harga. Memiliki strategi dalam pemilihan produk, lokasi yang strategis, dan media sosial untuk melakukan promosi.

Kata Kunci : Promotion mix, Toko Oleh-oleh Bunda, Kuliner Bangkalan

Abstract

Nowadays, technological developments are increasingly inevitable. Currently, almost all business owners have followed technological developments in carrying out activities to promote their products. Among them is using marketing media in the form of social media, *marketplaces*, and many more. On Madura Island itself, it has a variety of diversity ranging from Culture, Tourism to culinary. This can make a business field for the people of Madura, as is the case at the Mother Souvenir Shop in Bangkalan Regency, which also introduces Madura products as Typical Souvenirs. But it is not uncommon for business owners to take advantage of the presence of technology to make it easier to promote their products. Therefore, research was conducted on the Promotion Mix Marketing Communication Strategy at the Mother's Souvenir Center in Bangkalan.

In conducting this research, a qualitative descriptive research method was used. The subject of this study is Mom's Souvenir Shop and the object of this study is *Promotion mix*. The technique of selecting informants uses *purposive sampling*. The data were obtained from observations, interviews, and documentation. Then the data analysis uses deductive data analysis. Data validity uses source triangulation. The research location is located on Jl. KH. Mohamad Kholil Gg. VII No. 1, East Demangan, Demangan, Bangkalan District, Bangkalan Regency. Madura.

The results obtained from this study are, Mom's Souvenir Shop has not used *Advertising* or advertising as product promotion. However, it has carried out *public relations activities*: by providing good service by recommending and explaining products to customers. *Personal selling*: by participating in exhibitions. *Sales promotion*: by providing discounts. Have a strategy in product selection, strategic locations, and social media to promote.

Keywords : Promotion mix, Mom's Souvenir Shop, Bangkalan Culinary