

## **Abstrak**

Tren minum kopi di kalangan anak muda belakangan menjadi kebiasaan yang sering dijumpai. ditambah kebiasaan masyarakat yang suka nongkrong berkumpul bersama teman telah menjadi gaya hidup baru di zaman modern ini. kebiasaan nongkrong sambil ngopi yang membuat tren minum kopi meningkat. tak heran nongkrong di *coffee shop* saat ini pun menjadi gaya hidup remaja sekarang demi menjaga eksistensi dirinya pada masa sekarang. hal tersebut yang membuat perkembangan bisnis *coffee shop* mulai menjamur dimana-mana, khususnya pada kota kota besar di Indonesia. Salah satunya Kedai Kinetik, Kedai Kinetik merupakan kafe yang telah berdiri sejak tahun 2015. Meskipun berdiri sudah cukup lama tetapi promosi yang telah dilakukan oleh Kedai Kinetik masih belum optimal, sehingga memerlukan perancangan strategi promosi yang tepat yang dapat meningkatkan jumlah penjualan dari Kedai Kinetik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kuesioner dan studi Pustaka setelah itu diolah dengan metode SWOT, AISAS, dan AOI. Hasil dari penelitian ini adalah rancangan strategi promosi dan media visual yang diharapkan strategi promosi ini dapat membantu meningkatkan penjualan dari Kedai Kinetik.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Kedai Kopi, Kualitatif, UMKM.