

ABSTRAK

Saat ini kopi menjadi minuman yang di minati masyarakat Indonesia terutama di Kota Bandung, hal ini terbukti dengan jumlah *coffeeshop* di Kota Bandung yang berjumlah 3975 gerai pada tahun 2023. Salasatu produsen kopi yang ada di Bandung adalah Koperasi Klasik Beans yang berdiri sejak tahun 2008. Dan sejak tahun 2008 pula Koperasi Klasik Beans menggunakan strategi pemasaran *personal selling* dalam menjual produk mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi komunikasi pemasaran *personal selling* dalam meningkatkan penjualan biji kopi di Koperasi Klasik Beans. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif dimana data dikumpulkan dengan wawancara dan observasi langsung. Subjek penelitian ini adalah bagian *marketing* dari Koperasi Klasik Beans. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Koperasi Klasik Beans menggunakan strategi komunikasi *personal selling* dengan optimal karena selain mendapatkan konsumen Koperasi Klasik Beans juga mendapat relasi pertemanan yang akan membeli produk mereka dengan jangka waktu yang Panjang.

Kata kunci: strategi pemasaran, promosi, *personal selling*, kopi

ABSTRACT

Currently, coffee has become a popular beverage among the Indonesian population, especially in the city of Bandung. This is evidenced by the number of coffee shops in Bandung, which totaled 3,975 outlets in 2023. One of the coffee producers in Bandung is Koperasi Klasik Beans, established in 2008. Since its inception, Koperasi Klasik Beans has employed a personal selling marketing strategy to promote its products. The objective of this study is to examine the implementation of personal selling marketing communication strategies in enhancing coffee bean sales at Koperasi Klasik Beans. This research adopts a qualitative approach with a descriptive research method, where data is collected through interviews and direct observations. The subjects of the study are the marketing division of Koperasi Klasik Beans. The findings indicate that Koperasi Klasik Beans optimally utilizes personal selling communication strategies, as this not only attracts consumers but also fosters long-term relationships with customers who are likely to purchase their products. Keywords: marketing strategy, promotion, personal selling, coffee