

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang permasalahan utama mengenai bagaimana Warung Soto Riendang mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan kuliner modern di Kota Lhokseumawe. Di tengah maraknya usaha kuliner baru yang menawarkan konsep kekinian dan promosi digital yang menarik, Warung Soto Riendang tetap bertahan selama lebih dari empat dekade. Keberhasilan ini tidak lepas dari penerapan strategi komunikasi pemasaran yang efektif dan konsisten. Penelitian dilakukan di Warung Soto Riendang yang berlokasi di Jalan Perdagangan No. 19, Kota Lhokseumawe. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari empat unsur utama, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi pemilik, karyawan, serta pelanggan Warung Soto Riendang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Warung Soto Riendang berfokus pada empat elemen utama. Dari sisi produk, warung ini mempertahankan cita rasa khas soto dan selalu menggunakan bahan-bahan segar agar kualitas tetap terjaga. Pada aspek harga, diterapkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kemampuan masyarakat sekitar. Dari segi tempat, lokasi yang strategis di pusat kota dan suasana sederhana menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Sementara pada aspek promosi, warung ini mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk memperluas jangkauan pasar. Meskipun menghadapi hambatan komunikasi seperti kesalahan pesanan akibat sistem manual serta perbedaan pemahaman antara penjual dan pembeli, Warung Soto Riendang mampu menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan jujur. Keberhasilan warung ini tidak hanya terletak pada rasa makanannya yang lezat, tetapi juga pada kemampuan membangun kedekatan emosional dengan pelanggan. Secara keseluruhan, strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan terbukti efektif dalam menjaga loyalitas pelanggan dan mempertahankan eksistensi Warung Soto Riendang sebagai kuliner tradisional yang tetap diminati.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Eksistensi Usaha, Warung Soto Riendang, Lhokseumawe.