

INTISARI

Warung Oon's merupakan suatu bisnis yang bergerak dibidang kuliner rumah makan. Warung Oon's belum menerapkan dengan maksimal sistem marketing secara online melalui media sosial. Sistem marketing yang digunakan saat ini adalah secara offline, dengan pembagian brosur. Hal tersebut menyebabkan kurang maksimalnya Warung Oon's dalam menjangkau segmentasi pasar. Penelitian ini bertujuan untuk membantu Warung Oon's mengatasi kondisi tersebut, dengan membuat strategi marketing, serta mengetahui kondisi bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC) yang dijadikan kerangka kerja manajemen untuk memberikan gambaran bisnis secara rinci, dan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, yang dapat dijadikan sebagai rujukan dalam implementasi strategi marketing melalui media sosial Instagram berdasarkan konsep AIDA. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu kondisi bisnis saat ini, yang divisualisasikan secara detail menggunakan BMC dan analisis SWOT, sehingga dapat dijadikan solusi untuk membuat strategi marketing pada media sosial Instagram Warung Oon's berdasarkan konsep AIDA.

Kata kunci: Strategi digital marketing, BMC, Analisis SWOT, Konsep AIDA

ABSTRACT

Warung Oon's is a business engaged in the culinary field of restaurants. Warung Oon's has not fully implemented the online marketing system through social media. The marketing system used today is offline with the distribution of brochures, this causes less than the maximum in reaching market segmentation. This study aims to help Warung Oon's overcome these conditions, by making marketing strategies, and knowing the business conditions using the Business Model Canvas (BMC) which is used as a management framework to provide a detailed business description, and SWOT analysis to determine strengths, weaknesses, opportunities and threats, which can be used as a reference in implementing marketing strategies through Instagram social media based on the AIDA concept. The results obtained from this study are the current business conditions which are visualized in detail using BMC and SWOT analysis, which can be used as a solution to create a marketing strategy that will be implemented on Warung Oon's Instagram social media based on the AIDA concept.

Keywords: Digital marketing strategy, BMC, SWOT analysis, AIDA concept