

ABSTRAK

Strategi pemasaran sangat penting bagi pemilik usaha atau bisnis. Pada era modern ini pemasaran pada bisnis terus berkembang pesat dan teknologi menjadi salah satu yang dapat memajukan perekonomian dengan strategi pemasaran. Villa Arriza adalah sebuah usaha penginapan yang berada di kawasan Lembang yang masih menggunakan strategi pemasaran manual. Dengan menggunakan *digital transformation* dapat mengubah suatu strategi manual menjadi strategi yang berbasis digital untuk meningkatkan jumlah konsumen dan jumlah pendapatan. Dalam penelitian ini perancangan strategi pemasaran pada Villa Arriza menggunakan metode *framework* dan matriks Boston Consulting Group (BCG) dan analisis SWOT dari hasil observasi. Tingkat pertumbuhan pasar Villa Arriza sebesar -0.06% sedangkan pangsa pasar sebesar 0.10% dari tahun 2017 ke tahun 2018 dan didapatkan pada kuadran *cashcow*. Rancangan *framework* BCG yaitu ditujukan untuk meningkatkan jumlah konsumen dan pendapatan.

Kata Kunci: strategi pemasaran, villa Arriza, *digital transformation*, *framework* BCG, matriks BCG dan analisis SWOT.