

ABSTRAK

Semakin meningkatnya perkembangan usaha mikro kecil dan menengah pada era saat ini menyebabkan semakin meningkat persaingan antara pelaku usaha. Persaingan ini mulai dari harga, tempat atau lokasi, menu yang disediakan, Sehingga hal ini menjadi siklus bisnis coffee shop yang mampu meningkatkan omset atau pendapatan bisnis tersebut. Begitupun Janjian Coffee yang sudah lebih bertahan 5 tahun hingga kini sehingga menarik untuk diteliti.

Pada penelitian ini, akan berfokus pada analisis komparasi pemasaran strategi digital marketing terutama pada media sosial instagram yang dimana berdampak pada omset dan *engagement* untuk menarik minat konsumen untuk datang dan membeli produk yang disediakan pada coffee shop Janjian Coffee khususnya pada cabang kota Bekasi Selatan. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan bisnis dan memberikan keuntungan pada perusahaan.

Peneliti menggunakan metode kualitatif dan data yang diambil melalui observasi dan wawancara untuk mengetahui strategi digital marketing yang digunakan pada coffee shop tersebut. Penelitian deskriptif dilakukan bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang ada pada permasalahan. Terutama konten di media sosial instagram Janjian Coffee yang mempengaruhi konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Janjian Coffee yang beralamat di Jl. Pondok Timur Mas Blok A/4 RT 001/RW 012, Jakasetika, Bekasi Selatan. Adapun subjek penelitian terdiri dari owner, digital marketer, barista dan konsumen yang berada di lokasi tersebut.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa Janjian Coffee sudah melakukan promosi dari awalnya dibukanya coffee shop tersebut. Promosi yang dilakukan berfokus pada penggunaan media sosial instagram. Strategi digital marketing Janjian Coffee ternyata memberikan perkembangan pada omset dan *engagement* dimana hal ini sejalan dengan analisis GAP yang dijadikan landasan penelitian yang telah dilakukan.

Kata Kunci: Strategi, Digital Marketing, Instagram, Omset, Engagement, Coffee Shop