

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan di Gumi Cookies, Denpasar, Bali. Metode pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang berperan dalam keberhasilan strategi pemasaran tersebut. Partisipan penelitian melibatkan konsumen, stakeholder, dan staf Gumi Cookies. Dari analisis yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa Gumi Cookies, sebuah kafe yang mengusung konsep inovatif dengan fokus pada cookies serta fungsi sebagai tempat co-working, telah berhasil mengoptimalkan peluang yang ada dalam lokasinya. Keberhasilan ini juga diiringi oleh potensi ancaman di ranah media sosial, di mana popularitas kafe-kafe lain dapat mengakibatkan penurunan penjualan produk di Gumi Cookies. Gumi Cookies memiliki Keunggulan Komparatif dan mencapai Stabilitas dalam aspek internal dan eksternal, hal ini tidak memungkinkan kafe ini untuk merasa puas dan aman dari perubahan situasi. Untuk meningkatkan strategi pemasaran, beberapa langkah berdasarkan analisis SWOT dapat diambil. Pertama, mempertahankan kualitas produk cookies yang menjadi unggulan Gumi Cookies serta menjaga konsep casual dan kenyamanan bagi pengunjung co-working. Keterlibatan ruang terbuka juga harus dijaga, termasuk tanaman yang menghiasi kafe. Meskipun pemasaran melalui Instagram Story sudah efektif, upaya lebih lanjut perlu dilakukan dalam hal ini. Kedua, meningkatkan interaksi aktif di media sosial, terutama melalui Instagram Story, feed, dan konten di platform seperti TikTok. Konsistensi dalam tampil setiap hari akan menghilangkan ketidakpastian bagi calon konsumen. Selain itu, peningkatan proses produksi dengan memastikan kualitas bahan baku dan pelatihan staf akan mengatasi kelemahan yang ada. Ketiga, memanfaatkan peluang dengan maksimal, khususnya dalam memasarkan produk produk cookies hingga merek Gumi Cookies

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan, Gumi Cookies

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing strategies used to increase sales at Gumi Cookies, Denpasar, Bali. The qualitative approach method was used in this study to gain an in-depth understanding of the factors that play a role in the success of the marketing strategy. Research participants involved consumers, stakeholders, and Gumi Cookies staff. From the analysis that has been described in this study, it can be concluded that Gumi Cookies, a cafe that carries an innovative concept with a focus on cookies and functions as a co-working place, has succeeded in optimizing the opportunities that exist in its location. This success is also accompanied by potential threats in the realm of social media, where the popularity of other cafes can result in a decrease in product sales at Gumi Cookies. Gumi Cookies has a Comparative Advantage and achieves Stability in internal and external aspects, this does not allow this cafe to feel satisfied and safe from changes in the situation. To improve marketing strategies, several steps based on SWOT analysis can be taken. First, maintaining the quality of cookies products that are the flagship of Gumi Cookies as well as maintaining the concept of casual and comfort for co-working visitors. The involvement of open spaces must also be maintained, including plants that decorate the cafe. Although marketing through Instagram Story has been effective, further efforts need to be made in this regard. Second, increase active interaction on social media, especially through Instagram Stories, feeds, and content on platforms such as TikTok. Consistency in appearing every day will eliminate uncertainty for potential customers. In addition, improving production processes by ensuring the quality of raw materials and staff training will address existing weaknesses. Third, make the most of opportunities, especially in marketing cookie products to the Gumi Cookies brand.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Instagram Story