



**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK MASAKAN JEPANG DARI KATERING
KANEGURA SHOKUDO**

TUGAS AKHIR S1

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh
Sarjana Bisnis Administrasi**

Oleh:

DANIEL TRISNO ADRIAN

015201805001

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

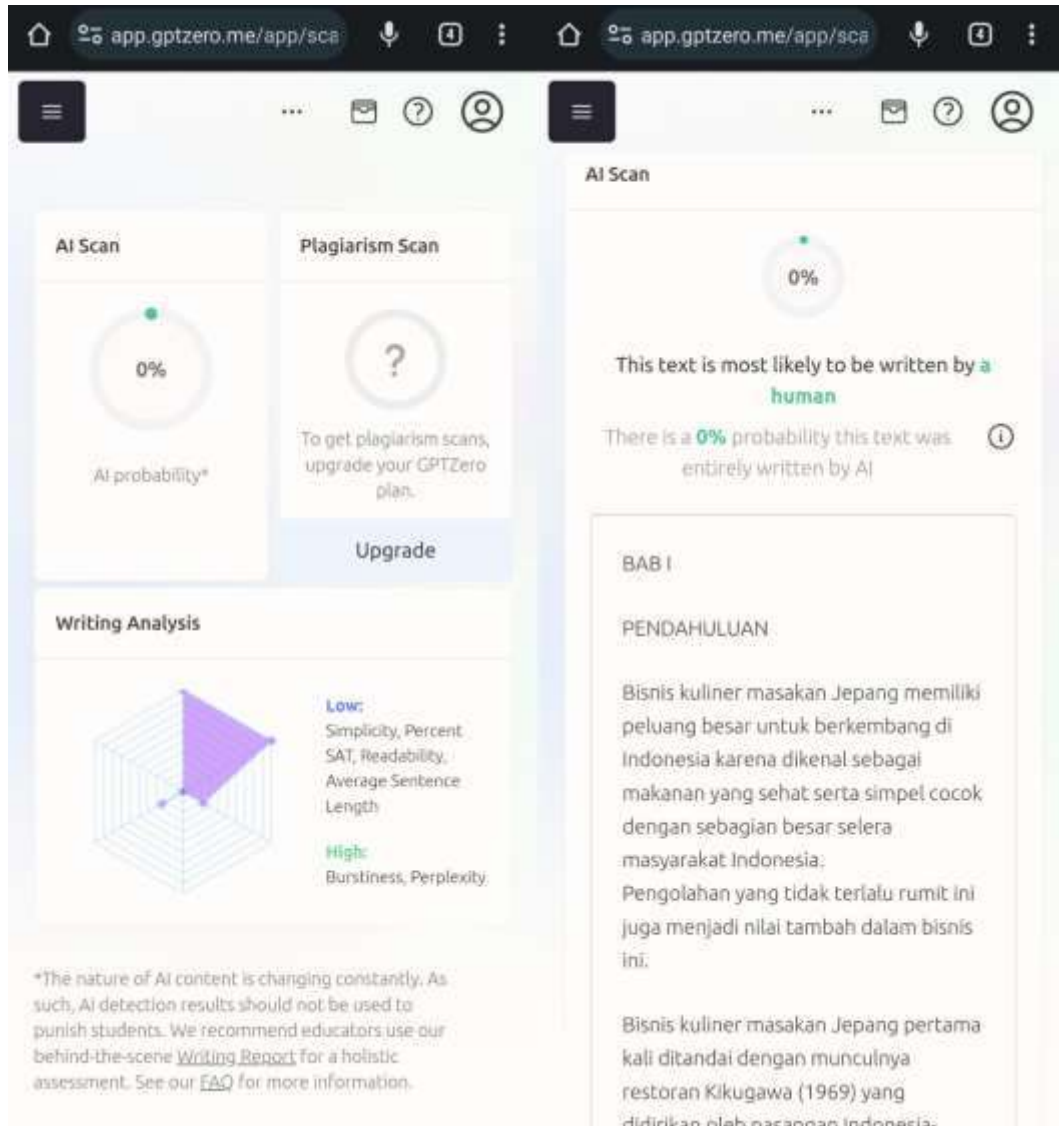
CIKARANG

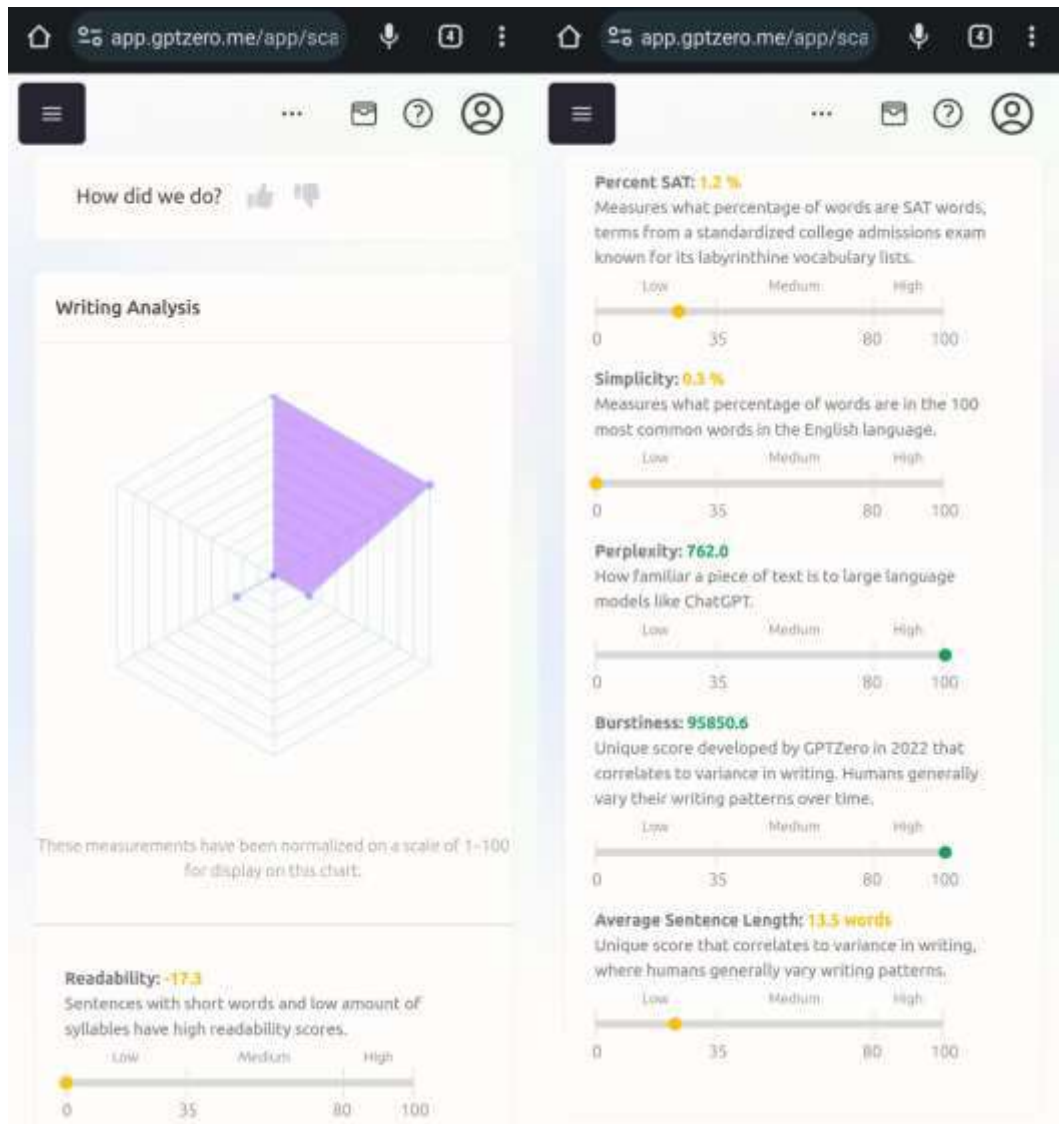
SEPTEMBER 2023

LAPORAN HASIL PENGECEKAN TURNITIN

ORIGINALITY REPORT			
13%	13%	9%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	storage.googleapis.com Internet Source	7%	
2	blog.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%	
3	Submitted to UPN Veteran Jakarta Student Paper	1%	
4	Gede Rendi Krisnaputra, Firman Sinaga, Ni Luh Supartini. "Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Penjualan Wine di Hatten Wine Pada Era New Normal", Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis, 2023 Publication	<1%	
5	akurat.co Internet Source	<1%	
6	id.123dok.com Internet Source	<1%	
7	databoks.katadata.co.id Internet Source	<1%	
8	e-journal.potensi-utama.ac.id Internet Source	<1%	
9	andiniaprila.wordpress.com Internet Source	<1%	
10	lif.co.id Internet Source	<1%	
11	www.scribd.com Internet Source	<1%	
12	lifestyle.bisnis.com Internet Source	<1%	
13	peluangusahasampingan99.blogspot.com Internet Source	<1%	
14	porosinformatif.com Internet Source	<1%	
15	remarketing.co.id Internet Source	<1%	
16	Asminar Asminar, Ayu Aida Vera, Asnawati Is. "STRATEGI PENGEMBANGAN KERIPIK JAMUR TIRAM PUTIH DI KECAMATAN RIMBO BUJANG KABUPATEN TEBO (Studi Kasus Home Industry Fiisa Group).", JAS (Jurnal Agri Sains), 2020 Publication	<1%	
17	batikindonesia.com Internet Source	<1%	
18	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1%	
19	docobook.com Internet Source	<1%	
20	m.utusan.com.my Internet Source	<1%	
21	mutaligat.blogspot.my Internet Source	<1%	
22	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1%	
23	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1%	
24	www.memecomic.id Internet Source	<1%	
25	www.mikanovelia.com Internet Source	<1%	
26	repository.uir.ac.id Internet Source	<1%	
27	datamudisini.blogspot.com Internet Source	<1%	
28	ejournal.upnjatim.ac.id Internet Source	<1%	
29	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%	
Exclude quotes On			
Exclude bibliography On			
		Exclude matches	Off

LAPORAN HASIL PENGECEKAN GPTZERO





ABSTRAK

Pemasaran digital telah menjadi inti dari strategi bisnis modern di era digital ini. Dalam konteks industri catering, penggunaan teknik pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan penjualan. Tugas akhir ini membahas strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh Kanegura Shokudo, sebuah usaha catering khusus masakan Jepang.

Tugas akhir ini mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh Kanegura Shokudo dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Melalui analisis TOWS Matrix, dan tinjauan literatur, penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran khususnya digital yang efektif dapat membantu bisnis catering ini untuk mencapai kesuksesan.

Pengoptimalan penggunaan media sosial dan pemasaran berbasis konten merupakan kunci sukses dalam membangun kepekaan terhadap merek Kanegura Shokudo.

Diharapkan Tugas akhir ini juga dapat berguna bagi pelaku industri catering, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh bisnis catering dalam menghadapi pasar yang semakin terdigitalisasi.

Kata kunci:

Pemasaran digital, Industri catering, Catering masakan Jepang, Optimalisasi penggunaan media sosial, Pemasaran berbasis konten.

DAFTAR ISI

LEMBAR REKOMENDASI PEMBIMBING	I
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI	II
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	III
SERAH TERIMA PUBLIKASI	IV
PERSETUJUAN PEMBIMBING UNTUK PUBLIKASI	V
LAPORAN HASIL PENGECEKAN TURNITIN	VI
LAPORAN HASIL PENGECEKAN GPTZERO.....	VII
ABSTRAK	IX
LEMBAR KEKAYAAN HAK INTELEKTUAL	X
KATA PENGANTAR.....	XII
DAFTAR ISI.....	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
DAFTAR TABEL	XVII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.1. Sejarah Perusahaan.....	2
1.1.2. Lingkup Bisnis	3
1.2. Kasus Bisnis	3
BAB II	5
EKSPLORASI MASALAH BISNIS	5
2.1. Kerangka Konseptual.....	5
2.1.1. Merek	6
2.1.2. Strategi Pemasaran	6
2.1.3. Kualitas produk	7
2.2. Analisa Solusi Bisnis.....	7
2.2.1. Deskripsi Model Bisnis	7
2.2.2. Internal – Marketing Mix 7P Analysis	10

2.2.3	Eksternal – Five Porter’s Analysis	15
2.3.	Akar Masalah (Ringkasan Analisa Situasi Bisnis)	18
2.3.1.	Strength	18
2.3.2.	Weakness.....	18
2.3.3.	Opportunity	18
2.3.4.	Threats.....	19
BAB III.....	20	
SOLUSI BISNIS.....	20	
3.1.	Strategi Bisnis	20
3.2.	Analisa Faktor Internal dan Eksternal	20
3.3	Strategi Bisnis Merek	25
3.3.1	Menjaga Nilai Produk.....	25
3.3.2	Pemasaran Menggunakan Media Sosial.....	25
3.3.3	Menjaga Relasi yang Baik dengan Konsumen.....	26
3.4	TOWS Matrix	27
3.4.1	Strategi S-O.....	28
3.4.2	Strategi S-T	29
3.4.3	Strategi W-O	29
3.4.4.	Strategi W-T.....	30
3.5	Grand Strategy Matrix	31
BAB IV	33	
KESIMPULAN DAN PERENCANAAN IMPLEMENTASI	33	
4.1.	Kesimpulan	33
4.2.	Rencana Penerapan.....	34
DAFTAR PUSTAKA.....	i	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Kanegura Shokudo.....	3
Gambar 2 Kerangka Konseptual	5
Gambar 3 Business Model Canvas	7
Gambar 4 Contoh sajian Kanegura Shokudo	11
Gambar 5 Contoh kemasan premium.....	11
Gambar 6 Daftar menu.....	12
Gambar 7 Scheduled autopost Instagram.....	13
Gambar 8 Proses Bisnis Kanegura Shokudo.....	14
Gambar 9 Katering kantor.....	15
Gambar 10 Ulasan pelanggan	15
Gambar 11 Kartu member Kanegura Shokudo	27
Gambar 12 TOWS Matrix.....	28
Gambar 13 Kuadran Grand Matrix Strategy	31
Gambar 14 Grand Strategy Matrix.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 IFAS.....	22
Tabel 3. 2 EFAS.....	24
Tabel 4. 1 Target Penjualan Periode 2023-2024.....	34
Tabel 4. 2 Jadwal Pemasaran Kanegura Shokudo	34
Tabel 4. 3 Anggaran Pemasaran.....	35