

ABSTRAK

Saat ini, perkembangan bisnis di Indonesia sedang mengalami peningkatan yang begitu pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya perkembangan bisnis kecil yang sudah besar dari pelaku bisnis *online* maupun *offline*. Kehadiran pelaku bisnis di era dewasa ini, mendorong terciptanya persaingan yang semakin meningkat. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis perlu menentukan pemasaran produk dan jasa secara efektif dan efisien, guna mencapai tujuan bisnisnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) Pada Serantau *Coffee x Space*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Strategi Pemasaran dengan Menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) pada Serantau *Coffee x Space* dan mengetahui apa saja kendala yang dialami selama menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, melakukan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, verifikasi data. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah Triangulasi dan member check. Subjek dari penelitian kualitatif instrument utamanya adalah peneliti. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah Serantau *Coffee x Space*.

Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi pemasaran dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) berjalan secara optimal dalam menarik konsumen dan meningkatkan omset penjualan. (2) Kelebihan dari strategi pemasaran dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) adalah sifat visual dari *business model canvas* ini membuat mudah digunakan, memiliki *visual* yang *simple* dan menarik, *flexible*, *collaborative* dan lebih terfokus, jelas dan terarah dengan baik, memberikan kemudahan terkait gambaran singkat model bisnis dan dapat meningkatkan strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan sesuai dengan target. (3) Kekurangan dari strategi pemasaran dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) adalah tidak semua jenis bisnis cocok terutama untuk bisnis yang lebih kompleks, lebih unik dan juga inovatif, memerlukan *effort* untuk pembuatannya hal ini mungkin kurang cocok untuk bisnis yang terburu-buru atau memiliki anggaran yang terbatas.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Business Model Canvas*

ABSTRACT

Currently, business development in Indonesia is experiencing a rapid increase, this can be seen from the rampant development of small businesses that are already large, from online and offline businesses. The presence of business people in today's era, encourages the creation of increasing competition. Therefore, every business person needs to determine the effective and efficient marketing of products and services, in order to achieve their business goals. This research was conducted to find out the "Marketing Strategy Using the Business Model Canvas (BMC) on Serantau Coffee x Space". The purpose of this study was to determine the marketing strategy using the Business Model Canvas (BMC) at Serantau Coffee x Space and to find out what obstacles were experienced while using the Business Model Canvas (BMC).

This study uses a qualitative method with the type of case study research, carrying out data collection techniques by observation, interviews and documentation. The data analysis technique used is data reduction, data presentation, data verification. The data validity technique used is triangulation and member check. The main subject of the qualitative research instrument is the researcher. While the object of this research is Serantau Coffee x Space.

The results of this study are (1) The marketing strategy using the Business Model Canvas (BMC) runs optimally in attracting consumers and increasing sales turnover. (2) The advantage of the marketing strategy using the Business Model Canvas (BMC) is that the visual nature of the business model canvas makes it easy to use, has simple and attractive visuals, is flexible, collaborative and more focused, clear and well-directed, provides convenience related a brief description of the business model and can improve marketing strategies to increase revenue according to the target. (3) The drawback of the marketing strategy using the Business Model Canvas (BMC) is that not all types of business are suitable, especially for businesses that are more complex, more unique and also innovative, requiring effort to make, this may not be suitable for businesses that are in a hurry or have a limited budget..

Keywords: Marketing Strategy, Business Model Canvas