

SKRIPSI

**PENINGKATAN KEGIATAN PEMASARAN WARUNG MAKAN
20'NOURMA MELALUI BISNIS ONLINE**

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binsis
Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun Oleh:

Auliya Lathifa

19.D1.0206

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

ABSTRAK

Warung Makan 20'Nourma merupakan sebuah warung makan yang berdiri sejak tahun 2010 yang menjual aneka makanan dan minuman dengan menu *bestseller* kepala manyung, gulai sapi, opor ayam, mangut. Lokasinya terletak di Jalan Siliwangi, Wonosari, Kec Ngaliyan Semarang.

Seiring berjalannya waktu, pemasaran melalui media *online* semakin meningkat, sehingga Warung Makan 20'Nourma mulai memasarkan produknya secara *online* melalui *instagram* dan didukung aplikasi *whatsapp* dan *gojek*. Namun, pemanfaatan platform media online kurang maksimal sehingga menghambat perkembangan usaha agar dapat bertahan di era digitalisasi dan bersaing dengan pelaku usaha serupa.

Maka, untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dengan (1)konsisten dalam memposting melalui *instagram* (2)membangun interaksi dengan konsumen (3)mengikuti trend dengan menyajikan konten yang menarik dan informatif (4)melengkapi profil bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Action Research* dengan indikator *social media marketing* sebagai acuannya.

Kata kunci : *Action Research*, *Social Media Marketing*, media online, digitalisasi.