

ABSTRAK

JLParts merupakan salah satu bisnis otomotif yang menjualkan *sparepart* mobil sekaligus layanan pemasangan *sparepart* yang didirikan sejak tahun 2022. Usaha ini dilatarbelakangi oleh kesulitan pemilik mencari *sparepart* modifikasi untuk kendaraan di daerah Tembalang dan sekitarnya. Melihat peluang ini, JLParts didirikan dan dijalankan lewat penjualan daring (lewat Facebook dan Instagram). Di sisi lain, hingga Juni 2024, hasil penjualan bisnis ini masih belum sesuai target. Mengingat Facebook dan Instagram merupakan saluran pemasaran dan penjualan JLParts, maka penting bagi JLParts untuk mengembangkan strategi pemasaran media sosial.

Untuk bisa mengetahui inovasi strategi pemasaran, maka analisis lingkungan, kelayakan bisnis, dan *business plan* JLParts perlu dilakukan. Dari analisis tersebut, dapat dikembangkan strategi pemasaran media sosial di Facebook dan Instagram. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, penulisan ini dilakukan.

Hasil penulisan ini menunjukkan banyak peluang yang diberikan oleh lingkungan sekitar JLParts bagi kelancaran bisnis ini, operasionalisasi proyek JLParts sudah berjalan dengan baik, perlu adanya pegawai pemasaran, bisnis ini telah menghasilkan keuntungan, perlu adanya inovasi pemasaran, bisnis ini sudah layak untuk dijalankan, serta inovasi pemasaran media sosial yang dapat dilakukan adalah konten dengan visual yang menarik, konten edukatif, hashtag yang relevan, kerja sama dengan influencer, konten interaktif, cerita konsumen, demo produk, penawaran khusus, konten detail produk, testimoni, call to action, dan menghubungkan konten dengan platform belanja atau social commerce Facebook dan Instagram

Kata kunci : Analisis Lingkungan, Business Plan, Kelayakan Bisnis, Inovasi Strategi Pemasaran Media Sosial

FEB UNDIP