

ABSTRAK

Wisebowl.id merupakan sebuah bisnis *fast food* yang berdiri sejak tahun 2023. Bisnis ini sejak berdiri hingga saat ini mengalami penjualan yang fluktuatif dan bahkan mengalami defisit di beberapa periodenya. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya ketidakpastian operasional dari Wisebowl.id pada awal berjalannya serta minimnya jumlah menu yang dapat ditawarkan oleh mereka sehingga penjualan tidak dapat maksimal. Penelitian ini berisikan cara yang tepat sesuai dengan analisis bisnis untuk mengantisipasi dua hal yang membuat Wisebowl.id mengalami defisit di beberapa periodenya. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh penambahan menu baru terhadap penjualan serta pengaruh promosi pemasaran digital melalui Instagram terhadap penjualan dan kinerja keuangan pada Wisebowl.id

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, yang memiliki arti bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif atau penjelasan dari sebuah masalah berdasarkan sebuah data yang sesuai dengan kenyataannya. Data yang tercantum pada penelitian ini merupakan data yang didapatkan dari Laporan Keuangan Wisebowl.id.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penambahan menu dan promosi pemasaran digital melalui Instagram dapat menambahkan jumlah penjualan serta memperbaiki kinerja keuangan pada Wisebowl.id. Hal tersebut dapat terlihat dari Laporan Keuangan Wisebowl.id dalam periode Bulan Agustus hingga Oktober 2024 yang mengalami kenaikan cukup signifikan dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya. Selain itu, kenaikan ini juga didasari dengan analisis bisnis menggunakan Matriks SPACE yang menjadikan kedua hal tersebut dapat menjadi lebih baik dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Kata Kunci: *Ricebowl, Penjualan, Digital Marketing, Matriks SPACE*