

ABSTRAK

Saat ini, industri toko hewan peliharaan di Indonesia mungkin sedang mengalami pertumbuhan yang signifikan. Menurut Asosiasi Makanan Hewan Peliharaan Indonesia (AMHKI), industri makanan hewan peliharaan Indonesia akan tumbuh 20 persen setiap tahun, dengan 60 persen pasar berada di pulau Jawa, Jakarta dan kota-kota besar lainnya. Data smart scrapers menunjukkan bahwa terdapat 296 petshop di Jakarta. Oleh karena itu, banyak bisnis petshop baru harus dapat bersaing dan menarik pelanggan dengan strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran melalui sosial media saat ini sangat penting karena semua orang menggunakannya. Toko Queen Petshop adalah UMK yang bergerak di industri PetShop di Jakarta Pusat. Queen Petshop menggunakan sosial media untuk menarik pelanggan untuk membeli produk mereka. Instagram adalah platform media sosial yang mereka gunakan.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan data pada Instagram untuk menarik minat beli konsumen di Queen Petshop. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini yaitu keberhasilan pemanfaatan data dari konten yang sudah ada pada instagram untuk menarik minat beli konsumen. Peneliti memperbaharui konten yang sudah ada dengan cara menyesuaikan template kombinasi warna dan menggunakan desain yang menarik.

Diharapkan pihak Queen Petshop dapat menggunakan template kombinasi warna yang baru dan konten yang peneliti buat sebagai acuan untuk pembuatan konten selanjutnya.

Kata Kunci: Minat beli, Big Data, Media Sosial