

DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penulisan	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Batasan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Strategic Market Plan	13
2.2 Current Situation Analysis	14
2.2.1 Current Performance	14
2.2.2 Market Demand.....	14
2.2.2.1 Market Potential	15
2.2.2.2 Market Growth	15
2.2.3 Industry Analysis.....	16
2.2.4 Competitor Analysis.....	17
2.2.5 Market Share	18
2.2.6 Customer Needs	18
2.2.7 SWOT Analysis.....	20
2.3 Strategic Market Planning	20
2.4 Segmenting, Targeting, and Positioning	22
2.4.1 Segmenting	22
2.4.2 Targeting	23
2.4.3 Positioning.....	23
2.5 Marketing Mix.....	23

2.5.1	Product.....	23
2.5.2	Price.....	24
2.5.3	Place	24
2.5.4	Promotion	25
2.6	Strategi Terpilih.....	25
2.7	Performance Plan	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		29
3.1	Desain Penelitian.....	29
3.2	Populasi dan Sampel	29
3.3	Sumber Data.....	31
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5	Metode Analisa Data.....	34
3.6	Kerangka Analisis	37
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		38
4.1	Sejarah Perusahaan.....	38
4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	38
4.2.1	Visi Perusahaan	39
4.2.2	Misi Perusahaan	39
4.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	39
4.4	Lini Produk Perusahaan.....	40
BAB V CURRENT SITUATION.....		41
5.1	Analisis Eksternal.....	41
5.1.1	Analisis Pesaing (Competitor Analysis).....	41
5.1.2	Analisis Industri (Industry Analysis)	46
5.1.2.1	Ancaman Pendetang Baru (Threat of New Entrants).....	46

5.1.2.2	Kekuatan Tawar-menawar Pemasok (Bargaining Power of Suppliers)	46
5.1.2.3	Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (Bargaining Power of Buyers)	47
5.1.2.4	Ancaman Produk Pengganti (Threats of Substitutes Product)	48
5.1.2.5	Intensitas Persaingan di antara Pesaing (Intensity of Competition among Competitors).....	48
5.1.2.6	Kesimpulan Analisis Industri	48
5.1.3	Market Demand.....	49
5.1.3.1	Market Size Analysis.....	49
5.1.3.2	Growth Rate Analysis	50
5.1.3.3	Market Potential Analysis	51
5.1.4	Kebutuhan Pelanggan (Customers Needs).....	53
5.1.4.1	Profil Responden	56
5.1.4.2	Preferensi Responden Terhadap Yoghurt.....	56
5.1.4.3	Tahapan Pengambilan Keputusan	58
5.1.5	Rangkuman Kebutuhan Pelanggan.....	68
5.1.6	Analisa Data	70
5.1.6.1	Uji Reliabilitas.....	70
5.1.6.2	Analisa Deskriptif.....	71
5.2	Analisis Internal	81
5.2.1	Current Performance	81
5.2.1.1	Pendapatan Penjualan PT.YFU Tahun 2014-2016.....	81
5.2.1.2	Pendapatan Penjualan Produk Yoghurt Tahun 2014-2016	82
5.2.1.3	Volume Penjualan e yoghurt per Month 2014-2016.....	82
5.2.1.4	Pendapatan Penjualan Yoghurt per Month 2014-2016	83
5.2.1.5	Jumlah Penjualan Yoghurt per Month 2014-2016	83
5.2.1.6	Presentasi Volume Penjualan Yoghurt per Variant Rasa 2016.....	84
5.2.1.7	Presentasi Pendapatan Penjualan Yoghurt per Variant Rasa 2016	85

5.2.1.8	Presentasi Jumlah Penjualan Yoghurt per Variant Rasa 2016	86
5.2.1.9	Presentasi Pendapatan Penjualan pada B2B dan B2C.....	87
5.2.1.10	Pendapatan Penjualan Yoghurt B2C Tahun 2014-2016.....	88
5.2.1.11	Volume Penjualan Yoghurt B2C Tahun 2014-2016	89
5.2.1.12	Kuantitas Penjualan Yoghurt B2C Tahun 2014-2016.....	89
5.2.2	Market Share and Share Potential Index	90
5.3	Analisis SWOT	90
BAB VI MARKETING STRATEGY PLAN.....		94
6.1	Market Attractiveness	94
6.2	Competitive Position	101
6.3	Portofolio Strategies and Strategic Market Plan	108
6.4	Marketing Objective Strategy	109
6.5	Strategi Offensive Terpilih.....	114
BAB VII MARKETING STRA.....		121
7.1	Segmenting, Targeting dan Positioning Stirred/Set Yoghurt.....	121
7.2.1	Segmentation.....	121
7.2.2	Targeting	122
7.2.3	Positioning.....	123
7.2	Strategi Bauran Pemasaran Stirred/Set Yoghurt YFU	124
7.2.1	Product	124
7.2.2	Price.....	127
7.2.3	Promotion.....	128
7.2.4	Place	132
7.3	Timeline Kegiatan Pemasaran.....	135

BAB VIII PERFORMANCE PLAN.....	136
8.1. Revenue Plan.....	134
8.2. Marketing Budget.....	135
8.3. Marketing Profit Plan.....	136
8.4. Performance Review	137
BAB IX KESIMPULAN DAN SARAN.....	141
9.1. Kesimpulan.....	141
9.2. Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN.....	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan Pengolahan Perbahan Baku Dasar Susu Di DKI Jakarta.....	2
Tabel 1.2 Kandungan Gizi Susu dan Yoghurt per 100 gram.....	3
Tabel 1.3 Persentase Pengeluaran Bahan Pangan Menurut Jenis Tahun 2011 dan 2015.....	3
Tabel 1.4 Rata-rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan di Daerah Perkotaan 2015.....	4
Tabel 1.5 Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta 2010, 2014, dan 2015.....	4
Tabel 1.6 Rata-rata Pengeluaran Per Kapita DKI Jakarta (Rp).....	5
Tabel 1.7 Rata-rata Konsumsi Kalori dan Protein Menurut Kelompok Makanan 2011-2015.....	7
Tabel 1.8 Rata rata Asupan Lemak, Karbohidra dan Protein Di DKI Jakarta.....	7
Tabel 3.1 Sumber Data.....	28
Tabel 3.2 Sensus Penduduk Tahun 2010-2015.....	29
Tabel 3.3 Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....	30
Tabel 3.4 Pedoman Wawancara.....	31
Tabel 3.5 Metode Pengumpulan Data Primer.....	33
Tabel 3.6 Pedoman Analisis Data Sekunder.....	34
Tabel 5.1 Daftar Nama Kompetitor Perusahaan	42
Tabel 5.2 Daya Tawar/ Ancaman dalam Industri.....	49
Tabel 5.3 Impor Subsektor Industri Makanan Tahun 2012-2016 (Dalam ribuan US\$).....	50
Tabel 5.4 Estimasi Market Potensial Yoghurt di Kawasan DKI Jakarta.....	51
Tabel 5.5 Pertimbangan Pada Saat Membeli Produk Yoghurt.....	64
Tabel 5.6 Rangkuman Customer Needs Pada Kuesioner.....	70
Tabel 5.7 Uji Reliabilitas Tentang Preferensi Terhadap Variant Rasa Buah	

Pada Yoghurt Yang Disukai.....	71
Tabel 5.8 Uji Reliabilitas Tentang Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan Responden ketika Membeli Buah.....	71
Tabel 5.9 Usia Responden Dengan Lokasi Pembelian Yoghurt	72
Tabel 5.10 Keterkaitan Usia Responden Dengan Lokasi Pembelian Yoghurt.....	73
Tabel 5.11 Usia Dengan Siapa Yang Mempengaruhi Anda Dalam Membeli Yoghurt.....	73
Tabel 5.12 Keterkaitan Umur Dengan Siapa Yang Mempengaruhi Anda Dalam Membeli Yoghurt.....	74
Tabel 5.13 Usia Dengan Alasan Mengonsumsi Stirred/Set Yoghurt.....	75
Tabel 5.14 Keterkaitan Usia Dengan Alasan Mengonsumsi Stirred/Set Yoghurt.....	75
Tabel 5.15 Usia Dengan Melalui Sarana Apa Biasanya Konsumen Mengetahui Tentang Manfaat Yoghurt.....	75
Tabel 5.16 Keterkaitan Usia Dengan Melalui Sarana Apa Biasanya Konsumen Mengetahui Tentang Manfaat Yoghurt.....	76
Tabel 5.17 Pengeluaran Dengan Berapa Kali Konsumen Mengonsumsi Yoghurt Dalam 1 Bulan.....	77
Tabel 5.18 Keterkaitan Pengeluaran Dengan Berapa Kali Konsumen Mengonsumsi Yoghurt Dalam 1 Bulan.....	77
Tabel 5.19 Pengeluaran Dengan Jumlah Cup Yang Biasa Konsumen Beli Setiap 1 (satu) Pembelian.....	78
Tabel 5.20 Keterkaitan Pengeluaran Dengan Jumlah Cup Yang Biasa Konsumen Beli Setiap 1 (satu) Pembelian.....	79
Tabel 5.21 Domisili Responden Dengan Pengeluaran Harian.....	79
Tabel 5.22 Rasa Buah Yang Paling Favorite.....	80

Tabel 5.23 Market Share and Share Potential Index.....	90
Tabel 6.1 Market Attractiveness Index Stirred/Set Yoghurt.....	95
Tabel 6.2 Market Attractiveness Index Greek Yoghurt.....	98
Tabel 6.3 Competitive Position Index Stirred/Set Yoghurt.....	102
Tabel 6.4 Competitive Position Index Greek Yoghurt.....	105
Tabel 6.5 Harga Yang Ditawarkan Untuk Jenis Greek Yoghurt.....	110
Tabel 6.6 Faktor Yang Dapat Meningkatkan Loyalitas Konsumen YFU.....	112
Tabel 6.7 Faktor Produk Greek untuk Enter New Market.....	117
Tabel 7.1 Segmenting Konsumen YFU.....	119
Tabel 7.2 Targeting Konsumen YFU.....	120
Tabel 7.3 Product Stired/set yoghurt Differentiation.....	122
Tabel 7.4 Market Based Pricing Yoghurt Lokal.....	125
Tabel 7.5 Promotion Strategy.....	126
Tabel 7.6 Distribusi Produk Yoghurt Kawasan DKI Jakarta Tahun 2016.....	130
Tabel 7.7 Penjualan Yoghurt YFU Pada Ritel Dalam Kilogram.....	131
Tabel 7.8 Kegiatan Implementasi.....	131
Tabel 8.1 Revenue Plan (2015-2020).....	134
Tabel 8.2 Marketing Budget YFU (2014-2020).....	135
Tabel 8.3 Marketing Profit Plan YFU (2015-2019).....	136
Tabel 9.1 Spesifikasi Produk Stirred/Set Greek Yoghurt YFU Terhadap 4P.....	138
Tabel 9.2 Spesifikasi Produk Stirred/Set Yoghurt YFU Terhadap 4P.....	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Membangun Sebuah Rencana Pemasaran.....	13
Gambar 2.2 Components of Current Situation	14
Gambar 2.3 Market Potential dan Current Market Demand	15
Gambar 2.4 Proses keputusan pembelian.....	18
Gambar 2.5 Portfolio Analysis dan Strategic Market Planning.....	21
Gambar 2.6 Portfolio Strategies and Strategic Market Plans.....	21
Gambar 2.7 Product Positioning Strategies.....	24
Gambar 2.8 Cost Based Pricing	25
Gambar 2.9 Basic Marketing Channels.....	25
Gambar 2.10 Push-Pull Communications and Customer Repsonse	26
Gambar 3.1 Kerangka Analisis.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi YFU.....	39
Gambar 4.2 Produk PT. YFU yang Diproduksi.....	40
Gambar 5.1 Proporsi Jenis Kelamin Responden.....	53
Gambar 5.2 Proporsi Usia Responden.....	54
Gambar 5.3 Proporsi Domisili Responden.....	54
Gambar 5.4 Proporsi Profesi Responden Saat Ini.....	55
Gambar 5.5 Proporsi Pengeluaran per Bulan Untuk Konsumsi Responden.....	56
Gambar 5.6 Respoden yang Iya/Tidak Mengkonsumsi Yoghurt Merek Yummy.....	56
Gambar 5.7 Alternatif Produk Yang Pilih Responden yang Tidak Pernah Yoghurt Merek ‘Yummy’.....	57

Gambar 5.8 Preferensi Responden Terhadap Rasa Buah yang Sangat Disukai-Sangat Tidak Disukai.....	58
Gambar 5.9 Modern Trade yang Dipilih Responden Membeli Yoghurt Yummy.....	59
Gambar 5.10 Alasan Mengonsumsi Yoghurt.....	60
Gambar 5.11 Manfaat Yoghurt Yang Responden Ketahui.....	60
Gambar 5.12 Proposisi Perbedaan Stirred/Set Yoghurt Yummy Fruit dengan Stirred/Set Yoghurt Lainnya.....	61
Gambar 5.13 Proposisi Media Informasi yang Digunakan Untuk Mengakses Mengenai Manfaat Produk Yoghurt.....	62
Gambar 5.14 Faktor-faktor yang Mempengaruhi untuk Membeli Yoghurt.....	63
Gambar 5.15 Faktor-faktor yang Mempengaruhi untuk Membeli Yoghurt.....	65
Gambar 5.16 Frekuensi Dalam Mengonsumsi Yoghurt Dalam Satu Bulan Terakhir.....	65
Gambar 5.17 Berat Ideal Dalam Pembelian Satu Produk Yoghurt Untuk Konsumsi.....	66
Gambar 5.18 Harga Ideal Dalam Pembelian Satu Produk Yoghurt 125gram.....	67
Gambar 5.19 Jumlah Cup Yoghurt Yang Biasa Responden Beli Dalam Satu Waktu Pembelian.....	67
Gambar 5.20 Jumlah Cup Yang Biasa Responden Konsumsi Dalam Satu Waktu Mengonsumsi.....	68
Gambar 5.21 Faktor Pada Produk Yummy Yoghurt Yang Paling Membedakan Dengan yang Lainnya.....	69
Gambar 5.22 Sales Revenue PT. Yummy Food Utama Tahun 2014-2016.....	81
Gambar 5.23 Sales Revenue Produk Yoghurt PT. Yummy Food Utama Tahun 2014-2016.....	82
Gambar 5.24 Sales Volume (Kg) Yoghurt per Month 2014-2016.....	83
Gambar 5.25 Sales Revenue Yoghurt per Month 2014-2016.....	83

Gambar 5.26 Sales Quantity Yoghurt per Month 2014-2016.....	84
Gambar 5.27 Persentase Sales Volume Yoghurt per Variant Rasa 2016.....	85
Gambar 5.28 Persentase Sales Revenue Yoghurt per Variant Rasa 2016.....	86
Gambar 5.29 Persentase Sales Quantity Yoghurt per Variant Rasa 2016.....	87
Gambar 5.30 Perbandingan Penjualan B2B dan Retail.....	88
Gambar 5.31 Perbandingan Sales Revenue Yoghurt B2B dan Retail.....	88
Gambar 5.32 Perbandingan Sales Volume Yoghurt B2B dan Retail.....	89
Gambar 5.33 Perbandingan Sales Quantity Yoghurt B2B dan Retail.....	89
Gambar 6.1 Factors Market Attractiveness.....	94
Gambar 6.2 Factors Competitive Position.....	101
Gambar 6.3 Portfolio Strategies and Strategic Market Plans.....	108
Gambar 6.4 Produk Strried/Set Greek Yoghurt.....	109
Gambar 6.5 New Packaging Produk Strried/Set Greek Yoghurt, 2017.....	110
Gambar 6.6 New Packaging Produk Strried/Set oghurt, 2017.....	110
Gambar 6.7 Data Penjualan YFU di <i>Speciality Market</i> , 2017.....	112
Gambar 6.8 Data Penjualan per <i>Quantity</i> YFU, 2016.....	112
Gambar 6.9 Strategi Offensive Terpilih.....	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Stirred/Set Yoghurt).....	147
Lampiran 2. Wawancara dengan pihak internal YFU.....	151
Lampiran 3. Wawancara dengan pihak internal YFU	152
Lampiran 4. Wawancara dengan pihak internal YFU	153