

ABSTRACT DAN ABSTRAK

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY FOR ALOE VERA DRINK OF PT. NIRAMAS UTAMA (2018-2020)

Aloe vera is a plant which have a long history with Indonesian where its usage is known as a treatment for hair and skin. This long history created a stigma in Indonesian family where aloe vera usage as a beverage product is not favoured. PT. Niramas Utama as a national scale producer of aloe vera drinks required to have a marketing strategy which utilize upcoming opportunities and threats alongside its' strength and weakness. This research was built using adaptation of analytical framework by Roger Best in his book *Market-Based Management*, where this framework started by situational analysis. Situational analysis will provide market attractiveness and competitive position which then will be used in portfolio analysis. Portfolio analysis will provide marketing strategy. Marketing strategy along with SWOT analysis will provide a foundation for marketing mix implementation and performance plan.

Keywords: Marketing strategy, aloe vera, Fast Moving Consumer Goods (FMCG) product

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN MINUMAN ALOE VERA PT. NIRAMAS UTAMA (2018-2020)

Aloe vera merupakan tanaman yang sudah dikenal lama oleh masyarakat Indonesia dan seringkali digunakan sebagai produk perawatan rambut dan kulit. Namun, penggunaan *aloe vera* sebagai produk perawatan kecantikan ini menghambat pertumbuhan produk ini pada segmen minuman. PT. Niramas Utama sebagai produsen minuman aloe vera dengan skala nasional perlu mengembangkan strategi pemasaran yang mampu memanfaatkan peluang dan ancaman industri dalam waktu 3 tahun mendatang serta kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Penelitian ini dirancang menggunakan dasar kerangka analisis oleh Roger Best dalam bukunya *Market-Based Management*, dimana analisis yang dilakukan adalah dengan melakukan *situational analysis* yang kemudian menghasilkan *market attractiveness* dan *competitive position*. Kemudian dari *market attractiveness* dan *competitive position* dilakukan *portfolio analysis* yang akan menghasilkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran bersama dengan analisis SWOT menjadi dasar dalam penyusunan implementasi *marketing mix* dan rencana kinerja.

Kata kunci: Strategi pemasaran, aloe vera, produk *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG)