

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN DEWAN PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERNYATAAN PERUSAHAAN/ORGANISASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT DAN ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian	6
Bab II KAJIAN TEORI	7
2.1 Strategic Market Planning.....	7
2.1.1 Analisis Situasi	8
2.1.2 Analisis Eksternal	11
2.1.3 Analisis Internal.....	11
2.1.4 Analisis <i>SWOT</i>	11
2.1.5 Analisis Portfolio	12
2.1.6 Rencana Kinerja	14
2.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.2.1 Segmentasi, Penargetan, dan Penentuan Posisi	14
2.2.2 Bauran Pemasaran	15
2.3 Kerangka Analisis	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19

3.1 Tipe Penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.3 Pengambilan Data	21
3.3.1 Metode Pengambilan Data.....	21
3.3.2 Instrumen Pengambilan Data.....	21
3.3.3 Tabel Kebutuhan Data.....	23
BAB IV PROFIL PERUSAHAAN & PRODUK.....	24
4.1 Latar Belakang Perusahaan	24
4.2 Aloe vera	26
4.2.1 Definisi	26
4.2.2 Manfaat.....	27
4.2.3 Penggunaan Komersial.....	27
4.3 Profil Produk.....	28
4.3.1 Detail Teknis Produk.....	29
4.3.2 <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Awal Produk	30
BAB V ANALISIS	32
5.1 Analisis Situasi.....	32
5.1.1 Permintaan Pasar	32
5.1.2 Peforma Saat Ini	32
5.1.3 Pangsa pasar	33
5.1.4 Keadaan Industri & Persaingan	35
5.1.5 Posisi Kompetitif & Nilai	36
5.1.6 Kebutuhan Pelanggan.....	42
5.2 Peluang dan Ancaman.....	47
5.2.1 Analisis Eksternal.....	47
5.3 Kekuatan dan Kelemahan.....	50
5.3.1 Analisis Internal.....	50
5.4 Matriks SWOT	51
BAB VI Formulasi Strategi	53
6.1 <i>Market Attractiveness</i>	53
6.2 <i>Competitive Position</i>	55

6.3 Analisis Portfolio.....	58
BAB VII Strategi Implementasi dan Rencana Kinerja	61
7.1 Strategi Implementasi.....	61
7.2 Segmentasi, Penargetan, dan Penentuan Posisi.....	61
7.3 Tujuan Pangsa Pasar.....	62
7.4 Analisis SWOT	63
7.5 Implementasi Bauran Pemasaran	64
7.5.1 Produk.....	64
7.5.2 Harga	66
7.5.3 Lokasi	67
7.5.4 Promosi.....	67
7.6 Rencana Kinerja	70
7.6.1 Rencana Pendapatan	70
7.6.2 Anggaran Pemasaran dan Penjualan.....	71
7.6.3 Rencana Keuntungan Pemasaran.....	71
7.6.4 Analisis Titik Impas.....	72
7.6.5 Proyeksi Laba Rugi	72
BAB VIII KESIMPULAN DAN SARAN	75
8.1 Kesimpulan.....	75
8.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Kebutuhan Data	23
Tabel 5.1 Peforma Produk Aloe Vera INACO	32
Tabel 5.2 Metriks Pangsa Pasar Aloe Vera INACO.....	34
Tabel 5.3 Kompetisi Industri Manufaktur Aloe Vera di Indonesia (2017).....	34
Tabel 5.4 Analisis Industri	35
Tabel 5.5 Keuntungan Produk Minuman Aloe Vera INACO.....	37
Tabel 5.6 Kualitas Jasa Minuman Aloe Vera INACO.....	39
Tabel 5.7 Keuntungan Merek Minuman Aloe Vera INACO.....	40
Tabel 5.8 Keuntungan Pelanggan Minuman Aloe Vera INACO	40
Tabel 5.9 Biaya Pembelian Minuman Aloe Vera INACO	41
Tabel 5.10 Analisis Eksternal	48
Tabel 5.11 Analisis Internal.....	50
Tabel 6.1 <i>Market Attractiveness</i> Minuman Aloe Vera INACO	54
Tabel 6.2 <i>Competitive Position</i> Aloe Vera INACO.....	56
Tabel 7.1 Perencanaan Tujuan Pangsa Pasar	62
Tabel 7.2 Rencana Pendapatan Aloe Vera INACO 2018-2020.....	70
Tabel 7.3 Anggaran Pemasaran dan Penjualan Aloe Vera INACO 2018-2020	71
Tabel 7.4 Rencana Keuntungan Aloe Vera INACO 2018-2020.....	71
Tabel 7.5 Analisis Titik Impas Aloe Vera INACO 2018-2020	72
Tabel 7.6 Proyeksi Laba Rugi Aloe Vera INACO 2018-2020	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keadaan Pasar Aloe Vera Secara Global	1
Gambar 1.2 Penjualan Aloe Vera INACO	2
Gambar 1.3 Grafik Pertumbuhan Penjualan Aloe Vera INACO	3
Gambar 1.4 Kontribusi Penjualan Nasional INACO	4
Gambar 2.1 Proses pembentukan marketing plan.....	7
Gambar 2.2 Analisis Portfolio	13
Gambar 2.3 McCarthy's Marketing Mix	15
Gambar 2.4 Kerangka Analisis Penelitian	17
Gambar 3.1 Struktur Socio-Economy Class Indonesia 2017.....	20
Gambar 4.1 Kandungan Aloe Vera.....	27
Gambar 4.2 Aloe Vera INACO Rasa Persik Kemasan Cup dan Standing Pouch.....	29
Gambar 4.3 Aloe Vera INACO Rasa Pisang Kemasan Cup dan Standing Pouch	29
Gambar 5.1 Pohon Pangsa Pasar Aloe Vera INACO	33
Gambar 5.2 Competitive Position Aloe Vera INACO & Wong Coco	38
Gambar 5.3 Customer Value Analysis.....	42
Gambar 5.4Perbandingan pertumbuhan industri <i>leisure</i> dan <i>non-leisure</i>	45
Gambar 5.5 Pertumbuhan Industri FMCG di Indonesia.....	46
Gambar 5.6 Matriks SWOT	51
Gambar 6.1 Analisis Portfolio Aloe Vera INACO	58
Gambar 7.1 Contoh Produk <i>Aloe</i> Minuman Aloe Vera.....	65
Gambar 7.2 Analisis Price Sensitivity Metre.....	66
Gambar 7.3 Strategi Promosi Aloe vera INACO.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 – Analisis SWOT	80
----------------------------------	----