

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>MARKETING PLAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PRODUK GENERATOR AIR GARAM .....</b>	<b>i</b>
<b>PT HAFI ENERGI INDONESIA.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Lingkup Penelitian .....	7
1.7 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 <i>Marketing Plan</i> .....	9
2.2 Analisis Situasi .....	11
2.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal.....	12
2.2.2 Analisis Lingkungan Internal.....	22
2.3 <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i> .....	24
2.3.1 <i>Segmenting</i> .....	24
2.3.2 <i>Targeting</i> .....	26
2.3.3 <i>Positioning</i> .....	27
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu .....	35
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.3 Instrumen Penelitian.....	40
3.4 Metode Analisis Data .....	41
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
3.6 Batasan Penelitian.....	43
3.7 Profil Kasus .....	43
3.7.1 Profil Perusahaan.....	43
3.7.2 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan.....	44
3.7.3 Produk Layanan.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Analisis Makroekonomi ( <i>Politic, Economic, Sociocultural, Technological, Environmental, dan Legal</i> (PESTEL Analysis). .....	47
4.1.1 Faktor Politik dan Hukum .....	47
4.1.2 Faktor Ekonomi .....	53
4.1.3 Faktor Sosial Budaya.....	55
4.1.4 Faktor Lingkungan Alam.....	56
4.1.5 Faktor Teknologi.....	57

<b>4.2</b>	<b>Analisis konsumen .....</b>	<b>58</b>
<b>4.3</b>	<b>Analisis persaingan industri (<i>Porter's Fives Forces Analysis</i>) .....</b>	<b>65</b>
4.3.2	<i>Rivalry within the industry</i> .....	67
4.3.3	<i>Bargaining Power of buyers</i> .....	68
4.3.4	<i>Bargaining power of supplier</i> .....	68
4.3.5	<i>Product Substitution</i> .....	69
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan Keseluruhan Faktor Lingkungan , Analisis Konsumen , Persaingan.....</b>	<b>70</b>
<b>4.5</b>	<b>Analisis SWOT.....</b>	<b>73</b>
4.5.2	Kelemahan ( <i>Weakness</i> ).....	76
4.5.3	Peluang ( <i>Opportunity</i> ) .....	77
4.5.4	Ancaman ( <i>Threats</i> ).....	78
<b>4.6</b>	<b><i>Segmentation, Targeting and positioning</i> (STP).....</b>	<b>79</b>
4.6.1	<i>Segmentation</i> .....	79
4.6.2	<i>Targeting</i> .....	82
<b>4.7</b>	<b>Bauran Pemasaran atau <i>Marketing Mix</i> .....</b>	<b>88</b>
4.7.1	Produk .....	89
4.7.2	Harga .....	93
4.7.4	Promosi .....	96
<b>BAB V</b>	<b>RENCANA AKSI.....</b>	<b>98</b>
<b>5.1</b>	<b>Rencana Aksi Jangka Pendek .....</b>	<b>98</b>
<b>5.2</b>	<b>Rencana Aksi Jangka Panjang .....</b>	<b>104</b>
<b>5.3</b>	<b>Rencana Keungan.....</b>	<b>105</b>
<b>5.4</b>	<b>Evaluasi Kontrol.....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>104</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b>	Model Analisis Lingkungan Makro.....	12
<b>Gambar 2.2</b>	Model <i>Porter's Five Forces Analysis</i> .....	17
<b>Gambar 2.3</b>	Kerangka Penelitian.....	35
<b>Gambar 3.1</b>	Generator dan Lampu Air Garam HEI.....	46
<b>Gambar 4.1</b>	Profil Responden Survey.....	58
<b>Gambar 4.2</b>	Presentasi Responden Melihat EBT.....	59
<b>Gambar 4.3</b>	Sumber Informasi EBT.....	59
<b>Gambar 4.4</b>	Sumber EBT Menurut Responden.....	60
<b>Gambar 4.5</b>	Kondisi Perkembangan EBT.....	61
<b>Gambar 4.6</b>	Keinginan Menggunakan EBT.....	61
<b>Gambar 4.7</b>	Kesediaan Responden Membayar Hunian Ramah Lingkungan berdasarkan Usia.....	63
<b>Gambar 4.8</b>	Kesediaan Responden Membayar Hunian Ramah Lingkungan berdasarkan Pendapatan.....	63
<b>Gambar 4.9</b>	Rangkuman Analisa SWOT.....	74
<b>Gambar 4.10</b>	Kelas Sosial Indonesia.....	80
<b>Gambar 4.11</b>	Logo Perusahaan.....	83
<b>Gambar 4.12</b>	Harga Generator Surya.....	87
<b>Gambar 5.1</b>	<i>Benchmark Design Website</i> .....	94
<b>Gambar 5.2</b>	<i>Benchmark Company Profile</i> .....	97
<b>Gambar 5.3</b>	<i>Customer Journey Analysis</i> .....	108

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b> Daftar Pertanyaan Wawancara.....	39
<b>Tabel 4.1</b> Produk substitus generator air garam.....	68
<b>Tabel 4.2</b> Harga Generator Air Garam.....	87
<b>Tabel 5.1</b> Rencana Keuangan.....	99

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN 1.</b>	Transkrip Wanacara.....	104
--------------------	-------------------------	-----