

## INTISARI

### PERUMUSAN RENCANA PEMASARAN PRODUK IKAN SALMON 'SALMON BY MUCI'

Saat ini gaya hidup sehat mulai banyak diikuti oleh sebagian besar masyarakat. Ikan salmon merupakan salah satu makanan yang memiliki kandungan gizi yang baik untuk tubuh. Salmon by Muci merupakan salah satu UMKM yang menjual ikan salmon baik dalam bentuk *fresh* maupun *frozen*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang strategi pemasaran dan mengidentifikasi faktor lingkungan eksternal dan internal serta karakteristik pasar dan persaingan dari Salmon by Muci di Surabaya. Metoda penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Penyusunan rencana pemasaran pada lingkungan eksternal menggunakan analisa PESTEL, dan pada lingkungan internal menggunakan *Value Chain Analysis*. Kemudian peneliti melakukan analisa konsumen dan pesaing menggunakan *Five Forces Analysis*. Selanjutnya strategi pemasaran yang digunakan adalah *segmenting, targeting, positioning* dan bauran pemasaran (4P). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Salmon by Muci cukup bersaing dengan kompetitornya di Surabaya, namun sangat minim terhadap aktivitas pemasarannya. Penulis menyarankan UMKM ini butuh strategi baru dalam pemasaran seperti melakukan *endorsement* dengan *selebgram* lokal serta peluncuran produk baru dan titik pengiriman baru. Hal ini dapat membantu Salmon by Muci di Surabaya untuk meningkatkan *awareness* dan preferensi konsumen

**Kata kunci :** Salmon by Muci, Rencana pemasaran, PESTEL, *Value Chain Analysis*, *Five Forces Analysis*, Bauran pemasaran, *Segmenting, Targeting, Positioning*.

## ABSTRACT

### MARKETING PLAN FORMULATION OF SALMON PRODUCT 'SALMON BY MUCI'

Currently, a healthy lifestyle is starting to be followed by most people. Salmon is one of the healthy foods that contain nutrients that are good for the body. Salmon by Muci is one of the small businesses that sells salmon both fresh and frozen. This research was conducted with the aim of designing a marketing strategy and identifying both external and internal environmental factors as well as market and competitive characteristics of Salmon by Muci in Surabaya. This research method is a case study with a qualitative descriptive approach.

The making of marketing plans for the external environment using PESTEL analysis, and for the internal environment using Value Chain Analysis. Then the researchers conducted an analysis of consumers and also competitors using Five Forces Analysis. Furthermore, the marketing strategies used are segmenting, targeting, positioning and marketing mix (4P). The results show that Salmon by Muci is quite competitive with its competitors in Surabaya, but is very minimal in its marketing activities. The author suggests that Salmon by Muci need new strategies in marketing such as doing endorsements with local celebrities as well as launching new products and new delivery points. These strategies can help Salmon by Muci in Surabaya to increase consumer awareness and preferences.

**Keywords :** Salmon by Muci, Marketing plan, PESTEL, Value Chain Analysis, Five Forces Analysis, Marketing mix, Segmenting, Targeting, Positioning.