

ABSTRAK

Gaya hidup sehat menjadi semakin populer pada saat ini yang ditandai dengan perubahan pola konsumsi ke arah makanan sehat pada konsumen Indonesia. Kesadaran konsumen terhadap kesehatan menciptakan peluang bagi bisnis makanan dan minuman sehat. Aloha Salad Bar merupakan UMKM yang menawarkan makanan sehat seperti sajian salad segar sebagai produk inti. Permasalahan yang dihadapi oleh Aloha Salad Bar adalah pendapatan penjualan yang belum optimal meskipun telah memanfaatkan beberapa macam saluran pemasaran. Keterbatasan sumber daya manusia dalam memahami dan menyusun rencana pemasaran merupakan kendala yang menyebabkan adanya masalah tersebut. Rencana pemasaran berguna dalam menganalisis pengaruh lingkungan, konsumen, persaingan, dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun rencana pemasaran yang dapat digunakan sebagai pedoman bagi pihak Aloha Salad Bar dalam menyusun strategi pemasaran dan pelaksanaannya.

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan metode kualitatif yang dilakukan di Aloha Salad Bar. Pengambilan data primer dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam kepada pemilik UMKM, karyawan, dan pelanggan, melakukan survei menggunakan instrumen kuesioner yang ditujukan kepada konsumen potensial, dan observasi. Penyusunan rencana pemasaran meliputi analisis PESTEL, analisis *five forces*, analisis konsumen, dan analisis SWOT. Tahap selanjutnya adalah merumuskan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. Target konsumen yang dituju merupakan pria dan wanita dengan usia 23 hingga 48 tahun yang menjalankan gaya hidup sehat. Aloha Salad Bar menempatkan posisi merek di dalam pasar sebagai bisnis salad bar yang memberikan penawaran harga terjangkau dengan variasi produk cukup beragam.

Berdasarkan hasil penelitian maka strategi pemasaran yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran diantaranya adalah melakukan penjualan secara personal, memberikan sampel produk, pemasaran secara digital melalui iklan di media sosial Instagram, melakukan *endorsement* dengan memanfaatkan *Key Opinion Leader* (KOL), mendistribusikan konten pemasaran, mengembangkan program waralaba, dan mencari investor untuk kebutuhan pendanaan.

Kata kunci: gaya hidup sehat, rencana pemasaran, analisis PESTEL, analisis *five forces*, analisis SWOT

ABSTRACT

Healthy lifestyle is becoming more popular nowadays which is marked by changes in consumption patterns towards healthy food among Indonesian consumers. Consumer awareness of health creates opportunities for healthy food and beverage businesses. Aloha Salad Bar is an MSME that offers healthy foods such as fresh salads as the core product. The problem faced by Aloha Salad Bar is sales revenue generated from product sold is not optimal even though it has utilized several kinds of marketing channels. Lack of human resource capabilities in understanding and preparing marketing plan are the cause of those problems. The marketing plan is useful for analyzing the influence of the environment, consumers, competition, and formulating the appropriate marketing strategy. Therefore, the purpose of this study is to develop a marketing plan that can be used as a guide for Aloha Salad Bar in developing marketing strategies and the implementation.

This research is using qualitative case study research methods that was conducted at Aloha Salad Bar. Primary data collection was carried out by conducting in-depth interviews with owner, employees, and customer, survey using questionnaires aimed at potential consumers, and observation. The forming of the marketing plan includes PEST analysis, five forces analysis, consumer analysis, and SWOT analysis. The next step is formulating the segmenting, targeting, and positioning of the brand. The intended target consumers are men and women aged 23 to 48 years who live a healthy lifestyle. The positioning of Aloha Salad Bar is a brand with an affordable product prices with quite wide variety of products.

Based on the results of this research, the marketing strategies designed to achieve marketing goals are personal selling, Instagram advertising, providing product samples, Key Opinion Leaders (KOL) endorsements, creating content marketing, developing a proper franchise program, and seeking investors for funding needs.

Keywords: *healthy lifestyle, marketing plan, PEST analysis, five forces analysis, SWOT analysis*