

DAFTAR ISI

<i>RENCANA PEMASARAN HAPPY LEMON</i>	<i>i</i>
<i>HALAMAN PERNYATAAN</i>	<i>ii</i>
<i>HALAMAN PENGESAHAN</i>	<i>iii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iv</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>vi</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>x</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>xii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>xiii</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Lingkup Penelitian	12
<i>BAB II LANDASAN TEORI</i>	<i>13</i>
2.1 Ringkasan Eksekutif	13
2.2 Analisis PESTEL	13
2.3 Analisis Situasi	14
2.3.1 Ringkasan Pasar	15
2.3.1.1 Segmentasi Pasar	15
2.3.1.2 Kebutuhan Pasar	17
2.3.1.3 Tren Pasar	17
2.3.1.4 Pertumbuhan Pasar	17
2.3.2 Analisis SWOT	18
2.3.3 Persaingan	24
2.3.4 Penawaran Produk	25
2.3.5 Kunci Sukses	25
2.3.6 Masalah Kritis	25
2.4 Strategi Pemasaran	26
2.3.1 Misi	26

2.3.2	Tujuan Pemasaran.....	28
2.3.3	Tujuan Keuangan.....	28
2.3.4	Pasar Sasaran.....	28
2.3.5	Pemosisian	34
2.5	Taktik Pemasaran.....	35
2.4.1	Produk.....	36
2.4.2	Harga.....	37
2.4.3	Distribusi.....	38
2.4.4	Komunikasi	38
2.4.5	Riset Pemasaran	41
2.6	Proyeksi Keuangan.....	43
2.5.1	Analisis Titik Impas.....	43
2.5.2	Prakiraan Penjualan	43
2.5.3	Prakiraan Pengeluaran	44
2.7	Pengendalian.....	44
2.6.1	Impelementasi	45
2.6.2	Organisasi Pemasaran	45
2.6.3	Perencanaan Kontinjensi.....	46
BAB III METODE PENELITIAN		47
3.1	Desain Penelitian	47
3.2	Sumber Data	48
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	49
3.4	Pedoman Wawancara	51
3.5	Metode Analisis Data.....	51
BAB IV RENCANA PEMASARAN.....		53
4.1	Ringkasan Eksekutif.....	53
4.2	Analisis PESTEL	54
4.3	Analisis Situasi.....	63
4.3.1	Ringkasan Pasar	64
4.3.1.1	Segmentasi Pasar	65
4.3.1.2	Kebutuhan Pasar	76
4.3.1.3	Tren Pasar.....	77
4.3.1.4	Pertumbuhan Pasar.....	78
4.3.2	Analisis SWOT.....	80
4.3.3	Persaingan	89
4.3.4	Penawaran Produk	93
4.3.5	Kunci Sukses.....	95



4.3.6	Masalah Kritis	96
4.4	Strategi Pemasaran	97
4.4.1	Misi	98
4.3.2	Tujuan Pemasaran.....	99
4.3.3	Tujuan Keuangan.....	100
4.3.4	Pasar Sasaran.....	101
4.3.5	Pemosisian	105
4.4	Taktik Pemasaran.....	106
4.4.1	Produk.....	106
4.4.2	Harga.....	108
4.4.3	Distribusi.....	109
4.4.4	Komunikasi	110
4.4.5	Riset Pemasaran	117
4.5	Proyeksi Keuangan.....	118
4.5.1	Analisis Titik Impas.....	119
4.5.2	Prakiraan Penjualan	120
4.5.3	Prakiraan Biaya	121
4.6	Pengendalian.....	133
4.6.1	Impelementasi	134
4.6.2	Organisasi Pemasaran	136
4.6.3	Perencanaan Kontinjensi.....	137
<i>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</i>		<i>139</i>
5.1	Simpulan	139
5.2	Implikasi	140
<i>Daftar Pustaka.....</i>		<i>141</i>

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 – DAFTAR MEREK MINUMAN KEKINIAN DI INDONESIA.....	5
TABEL 1.2 – MINUMAN KEKINIAN MEREK INTERNASIONAL	7
TABEL 1.3 – PERTANYAAN TERKAIT MEREK HAPPY LEMON	8
TABEL 1.4 – HASIL WAWANCARA.....	9
TABEL 2.1 – MATRIKS SWOT	20
TABEL 2.2 – IFE MATRIKS KEKUATAN.....	21
TABEL 2.3 – EFE MATRIKS	22
TABEL 3.1 – PERTANYAAN WAWANCARA HAPPY LEMON.....	51
TABEL 4.1 – STATUS EKONOMI SOSIAL BERDASARKAN JUMLAH PENGELUARAN BIAYA HIDUP DI INDONESIA	72
TABEL 4.2 – KEBUTUHAN PASAR	76
TABEL 4.3 – MATRIKS IFE HAPPY LEMON	84
TABEL 4.4 – MATRIKS EFE HAPPY LEMON	85
TABEL 4.5 – DAFTAR PESAING HAPPY LEMON	90
TABEL 4.6 – PERHITUNGAN TITIK IMPAS.....	119
TABEL 4.7 – RATA-RATA PENJUALAN DALAM 1 BULAN	120
TABEL 4.8 – ESTIMASASI ANGGARAN PEMASARAN DALAM 1 BULAN DAN 1 TAHUN	121
TABEL 4.9 – DAFTAR HARGA PEMASANGAN IKLAN DI BALIHO.....	122
TABEL 4.10 – PRAKIRAAN BIAYA IKLAN LED DISPLAY	123
TABEL 4.11 - PRAKIRAAN BIAYA IKLAN GO SCREEN	125
TABEL 4.12 – DAFTAR PRAKIRAAN BIAYA PROMOSI.....	126
TABEL 4.13 – HARGA SPONSOR ACARA DI UNIVERSITAS	126
TABEL 4.14 – DAFTAR HARGA JASA PEMBUATAN SITUS WEB.....	128
TABEL 4.15 – HARGA JASA PEMASARAN DIGITAL	129
TABEL 4.16 – ANGGARAN IKLAN DI YOUTUBE.....	130
TABEL 4.17 – RINCIAN PRAKIRAAN ANGGARAN PEMASARAN <i>ONLINE</i> DAN MEDIA SOSIAL	131
TABEL 4.18 – MODAL SAMPEL MINUMAN.....	131
TABEL 4.19 – MODAL SAMPEL MINUMAN.....	132
TABEL 4.20 - TOTAL PRAKIRAAN ANGGARAN UNTUK KOMUNIKASI BAURAN PEMASARAN HAPPY LEMON DALAM 1 TAHUN	133
TABEL 4.21 - JADWAL PELAKSANAAN RENCANA PROMOSI DALAM 1 TAHUN	134

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 - TAKSIRAN PENDAPATAN SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN (US\$ MILIAR)	1
GAMBAR 1.2 – INDONESIA PASAR MINUMAN BOBA TERBESAR DI ASIA TENGGARA (SEMESTER I/2021)	3
GAMBAR 2.1 - MATRIKS STRATEGI BESAR	23
GAMBAR 2.2 – JANGKAUAN TINGKATAN SEGMENTASI	32
GAMBAR 2.3 – 5 TINGKATAN PRODUK	36
GAMBAR 2.4 - PROSES RISET PEMASARAN.....	42
GAMBAR 3.1 - TEKNIK VALIDASI DATA PENELITIAN KUALITATIF.....	52
GAMBAR 4.1 FREKUENSI PENGGUNAAN DOMPET ELEKTRONIK	58
GAMBAR 4.2 – TRANSAKSI QRIS DI INDONESIA (JANUARI 2020 – AGUSTUS 2022)	59
GAMBAR 4.3 – JUMLAH KEJADIAN BENCANA ALAM DI INDONESIA (1 JANUARI-2 NOVEMBER 2022)	61
GAMBAR 4.4 - 10 PROVINSI PENDUDUK TERBANYAK DI INDONESIA (JUN 2022)	65
GAMBAR 4.5 – WILAYAH TERPADAT DI IBU KOTA (JUNI 2022).....	67
GAMBAR 4.6 – JUMLAH MALL DI DKI JAKARTA (2022).....	68
GAMBAR 4.7 – 10 DAFTAR MALL DENGAN PENGUNJUNG TERBANYAK (PEDULILINDUNGI).....	69
GAMBAR 4.8 - KONSUMEN MINUMAN KEKINIAN BERDASARKAN KELOMPOK USIA (OKTOBER 2022).....	71
GAMBAR 4.9 – JUMLAH PENDUDUK PROVINSI DKI JAKARTA	72
GAMBAR 4.10 – MASYARAKAT INDONESIA MENURUT KELOMPOK PENGELUARAN	73
GAMBAR 4.11 – NILAI DAN PERTUMBUHAN PDB INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN (2010-2021)	79
GAMBAR 4.12 – KONSUMSI KOPI DOMESTIK DI INDONESIA PERIODE 2014-2019 (ICO)	80
GAMBAR 4.13 – MATRIKS STRATEGI BESAR HAPPY LEMON	86
GAMBAR 4.14 – VARIAN MENU MINUMAN HAPPY LEMON.....	93
GAMBAR 4.15 – MENU MAKANAN KECIL DAN <i>TOPPING</i> HAPPY LEMON	94
GAMBAR 4.16 – CONTOH PEMASANGAN BALIHO DI JASA TRANSPORTASI	111
GAMBAR 4.17 – 10 NEGARA PENGGUNA YOUTUBE TERBESAR (HINGGA JANUARI 2022)	115
GAMBAR 4.18 – STRUKTUR ORGANISASI TIM PEMASARAN HAPPY LEMON.....	137



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Hasil Wawancara.....	149
Lampiran B. Kuesioner Penelitian SWOT.....	172
Lampiran C. Sponsorship.....	178