

ABSTRAK

Perkembangan sektor makanan di Indonesia perlahan semakin meningkat. Bisnis katering merupakan salah satu sektor usaha kuliner yang berperan penting dalam menjaga stabilitas perekonomian. Patria Catering adalah salah satu industri katering rumahan, namun selama tahun 2020 penjualan Patria Catering menurun drastis karena adanya penyebaran kasus Covid-19.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyusun rencana pemasaran yang dapat digunakan sebagai pedoman bagi Patria Catering dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Rencana pemasaran bertujuan untuk melakukan pemosisian ulang agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang menggunakan pengumpulan data seperti wawancara dan observasi.

Proses penelitian yang dilakukan penulis menggunakan beberapa analisis seperti Analisis SWOT, Analisis Evaluasi Faktor Eksternal dan Internal (EFE & IFE), Matriks Strategi Besar untuk merumuskan alternatif strategi yang tepat untuk diimplementasikan oleh Patria Catering. Hasil analisis menunjukkan Patria Catering berada pada posisi industri dengan pertumbuhan pasar yang cepat. Strategi yang dapat diimplementasikan oleh Patria Catering dengan melakukan penetrasi pasar dengan cara melakukan promosi secara gencar dan agresif untuk memperkenalkan keunggulan dari Patria Catering.

Berdasarkan dari hasil penelitian penulis menyusun rekomendasi strategi serta taktik pemasaran berdasarkan pada teori segmentasi, target, pemosisian dan komunikasi bauran pemasaran melalui mode periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, pemasaran daring dan media sosial, penjualan pribadi secara langsung. Semua merupakan bagian dari rencana pemasaran Patria Catering untuk membantu meningkatkan jumlah pelanggan dan jumlah penjualan.

Kata Kunci: Rencana pemasaran, industri katering, Analisis SWOT

ABSTRACT

The development of the food sector in Indonesia is slowly increasing. The catering business is one of the culinary business sectors that plays an important role in maintaining economic stability. Patria Catering is one of the home catering industries, but during 2020 Patria Catering's sales have dropped dramatically due to the spread of the Covid-19 case.

The purpose of this research is to develop a marketing plan that can be used as a guide for Patria Catering in developing an effective marketing strategy. The marketing plan aims to repositioning in order to increase the number of customers and sales. This research uses a descriptive method with a qualitative approach. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Primary data collection was obtained from interviews and observations, for secondary data obtained through literature studies such as marketing books, business strategies, research methods, websites and articles whose accuracy can be accounted for.

The research process carried out by the author uses several analyzes such as SWOT Analysis, External and Internal Factor Evaluation Analysis (EFE & IFE), Grand Strategy Matrix to formulate appropriate alternative strategies to be implemented by Patria Catering. The results of the analysis show that Patria Catering is in an industry position with fast market growth. The strategy that can be implemented by Patria Catering is by penetrating the market by carrying out intensive and aggressive promotions to introduce the advantages of Patria Catering.

Based on the results of the research, the authors compiled recommendations for marketing strategies and tactics based on the theory of segmentation, targeting, positioning and marketing mix communication through advertising, sales promotion, events and experiences, online marketing and social media, direct personal selling. All are part of Patria Catering's marketing plan to help increase the number of customers and sales amount.

Keywords: *Marketing plan, catering industry, SWOT Analysis*