

ABSTRACT

This thesis explores strategic marketing approaches to elevate brand awareness and market penetration for Kutus Kutus, an Indonesian herbal oil, in the Netherlands. Recognizing the growing demand for natural wellness products in Europe, this research delves into the market dynamics, competitive landscape, and consumer behavior specific to the Dutch market. The goal is to craft marketing strategies that emphasize authenticity, holistic wellness, and credibility, achieved through customer testimonials and endorsements. By conducting a thorough market analysis, the study identifies key opportunities and challenges, leading to the development of a strategic marketing plan tailored to Kutus Kutus. The outcome of this research is a practical and actionable marketing booklet, serving as a strategic guide for the company. Key performance indicators, such as website traffic, social media engagement, and conversion rates, will be utilized to assess the effectiveness of the strategies. Implementing these strategies is anticipated to significantly boost Kutus Kutus's market presence and support sustainable growth in the Netherlands.

Keywords: Brand Awareness, Kutus Kutus, Market Penetration, Natural Wellness Products, Strategic Marketing

ABSTRAK

Tesis ini mengkaji pendekatan pemasaran strategis untuk meningkatkan kesadaran merek dan penetrasi pasar bagi Kutus Kutus, minyak herbal Indonesia, di Belanda. Dengan menyadari permintaan yang semakin meningkat akan produk kesehatan alami di Eropa, penelitian ini meneliti dinamika pasar, lanskap persaingan, dan perilaku konsumen yang spesifik di pasar Belanda. Tujuannya adalah merancang strategi pemasaran yang menekankan keaslian, kesehatan holistik, dan kredibilitas, yang dicapai melalui testimoni dan dukungan pelanggan. Melalui analisis pasar yang menyeluruh, studi ini mengidentifikasi peluang dan tantangan utama, yang kemudian mengarah pada pengembangan rencana pemasaran strategis yang disesuaikan untuk Kutus Kutus. Hasil penelitian ini adalah sebuah buklet pemasaran yang praktis dan dapat diimplementasikan, berfungsi sebagai panduan strategis bagi perusahaan. Indikator kinerja utama, seperti lalu lintas situs web, keterlibatan media sosial, dan tingkat konversi, akan digunakan untuk menilai efektivitas strategi tersebut. Penerapan strategi-strategi ini diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan kehadiran pasar Kutus Kutus dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan di Belanda.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Kutus Kutus, Pemasaran Strategis, Penetrasi Pasar, Produk Kesehatan Alami