



## INTISARI

Adanya perubahan dan perkembangan lingkungan dalam dunia bisnis saat ini, membuat sebuah perencanaan pemasaran menjadi suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan yang ingin sukses menjalankan usahanya. Perencanaan pemasaran penting untuk disusun karena akan menjadi pedoman bagi perusahaan agar senantiasa berada pada jalur yang sudah disusun dan diprediksikan.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan produk makanan kesehatan Myheartbeat, yang membahas dan mengevaluasi kondisi perusahaan serta meumuskan perencanaan pemasaran perusahaan. Penyusunan perencanaan pemasaran ini bertujuan untuk meneruskan pertumbuhan produk yang sudah ada, dan mengembangkan area pemasaran produk makanan kesehatan tersebut, sampai kepada target kedepan yang jelas. Dimulai dari analisis lingkungan eksternal dan internal, kemudian menganalisis kondisi pasar terutama dengan adanya tren gaya hidup sehat di Indonesia dan melakukan analisis konsumen untuk mendapatkan gambaran kebutuhan masyarakat terhadap produk kesehatan organik. Selanjutnya menganalisis pesaing Myheartbeat yang dipaparkan melalui Five Forces Model dan kemudian dirangkai dengan analisis SWOT.

Langkah penting yang harus dipedomani adalah tahap *segmenting*, *targeting* dan *positioning* Myheartbeat. Setelah melakukan pengelompokan melalui tahapan *segmenting*, kemudian dipilih target yang menjadi fokus pemasaran produk, target Myheartbeat adalah wanita pekerja yang tinggal di perkotaan dan memiliki *lifestyle* gaya hidup sehat di kesehariannya. *Positioning* dilakukan berdasarkan P-O-P dan P-O-D, Myheartbeat memposisikan diri sebagai *leader* penyedia produk makanan kesehatan organik di DIY dan memiliki *customization menu* sebagai ciri khas pembeda dari pesaingnya. Proses bauran pemasaran disesuaikan dengan tahapan sebelumnya agar pemilihan media pemasaran tepat sasaran. Media pemasaran Myheartbeat dilakukan secara *offline* melalui event dan *online* melalui *social media*. Langkah terakhir dalam *marketing plan* ini adalah *action plan* untuk jangka pendek dan jangka panjang.

**Kata Kunci :** Perencanaan Pemasaran, *Five Forces Model*, SWOT, *Segmenting Targeting Positioning*, *Marketing Plan*, Bauran Pemasaran



## **ABSTRACT**

The existence of changes and the development of the environment in the business world today, making a marketing plan becomes a very important thing for companies who want to successfully run their business. Marketing planning is important to set up as it will be a guideline for the company to always be on the path that has been prepared and predicted.

The research was conducted at the Myheartbeat health food product company, which discusses and evaluates the company's conditions and meets the company's marketing plan. Preparation of this marketing plan aims to continue the growth of existing products, and develop the marketing area of healthy food products, to the fore target is clear. Starting from the analysis of the external and internal environment, then analyzing market conditions especially with the existence of healthy lifestyle trends in Indonesia and conducting consumer analysis to get an overview of community needs on organic health products. Further analyzing Myheartbeat's competitors presented through Five Forces Model and then coupled with SWOT analysis.

Important steps to be followed are segmenting, targeting and positioning Myheartbeat. After grouping through the segmenting stage, then selected target that became the focus of product marketing, Myheartbeat target is working women who live in urban areas and have a lifestyle healthy lifestyle in everyday life. Positioning is based on P-O-P and P-O-D, Myheartbeat positioned itself as a leader provider of organic health food products in DIY and has a customization menu as a distinguishing feature of its competitors. The marketing mix process is tailored to the previous stages in order to select the marketing media on target. Myheartbeat marketing medium is done offline through events and online through social media. The final step in this marketing plan is action plan for short and long term.

**Keyword:** Marketing Plan, Five Forces Model, Action Plan, SWOT, Segmenting Targeting Positioning