

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia yang dilimpahkan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Penulisan tugas akhir rencana bisnis yang berjudul “Rencana Pemasaran Bisnis My Bakeology” ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik dan acuan strategi bisnis kedepannya.

Berkat semangat dan dukungan yang diterima dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penulisan rencana bisnis ini dengan tepat waktu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA, Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Pelita Harapan, Lippo Karawaci, Tangerang
2. Ibu Isana S.C Meranga, S.P., M.M., Kepala Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Harapan, Lippo Karawaci, Tangerang
3. Bapak Radityo Fajar Arianto, S.E., M.B.A., Dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada penulis
4. Seluruh dosen Universitas Pelita Harapan, Lippo Karawaci, Tangerang yang telah mengajar penulis selama perkuliahan
5. Keluarga penulis yang selalu memberi dukungan dan doa selama penulisan
6. Teman-teman penulis yang saling memberi dukungan untuk menyelesaikan penulisan ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan dan ketidaksempurnaan di dalam tulisan ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dapat membantu penulis untuk menghasilkan karya tulis yang lebih baik untuk kedepannya. Semoga tulisan ini kemudian dapat menjadi manfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, 23 November 2020



Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI..... vii

DAFTAR GAMBAR.....x

DAFTAR TABEL xii

BAB I. RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Pendahuluan 1

1.2. Analisis Pasar 3

1.3. Analisis Kompetitor 3

1.4. Analisis Penjualan 4

1.5. Analisis SWOT 4

1.6. Rencana Strategis Pemasaran 4

1.7. Tim dan Budget Pemasaran 5

1.8. Lever Pemasaran Digital dan Tradisional untuk Mencapai Tujuan Strategis 6

1.9. Produk, Harga, dan Saluran Distribusi 6

BAB II. ANALISIS PASAR

2.1. Deskripsi Perusahaan 8

2.1.1. Profil Perusahaan 8

2.1.2. Visi dan Misi Perusahaan 9

2.1.3. Logo dan Tagline Perusahaan 9

2.1.4. Status Masa Kini 10

2.2. Segmentasi Pasar 11

2.2.1. Segmentasi Geografis 12

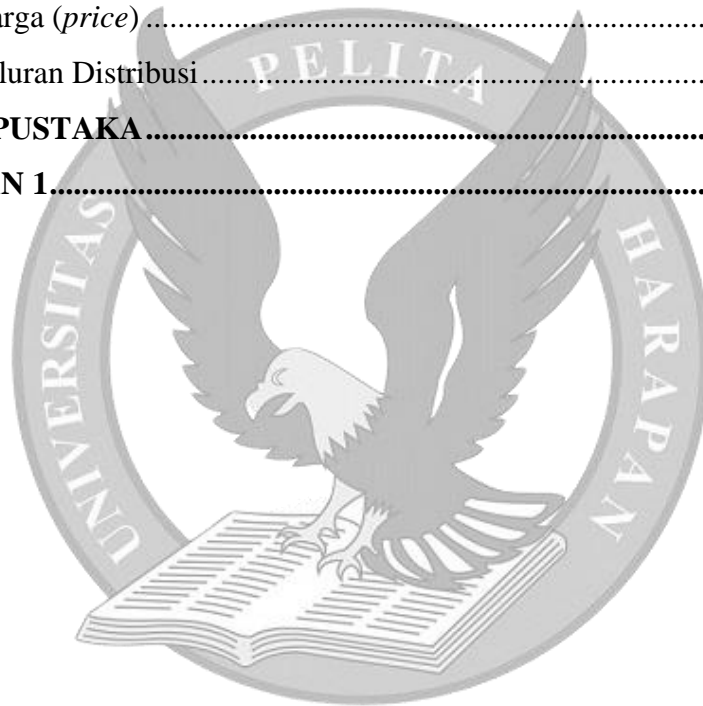
2.2.2. Segmentasi Demografis 12

2.2.3. Segmentasi Psikografis 14

2.3. Perilaku Konsumen 14

	2.4. Target Pasar	15
2.5. Perilaku Konsumen		17
BAB III. ANALISIS KOMPETITOR		
3.1 Analisis Pesaing		19
3.1.1. Pesaing Langsung		19
3.1.2. Pesaing Tidak Langsung		22
3.1.3. Pesaing Masa Depan		22
	3.2. Positioning	23
3.3. Competitive Positioning		24
3.4. Faktor Kesuksesan		25
BAB IV. ANALISA PENJUALAN		
4.1. Performa Penjualan		28
4.2. Tren Penjualan		28
4.3. Proyeksi Penjualan		31
BAB V. ANALISIS SWOT		
5.1. Analisis SWOT		32
5.2. External Factor Evaluation dan Internal Factor Evaluation		33
BAB VI. RENCANA STRATEGIS PEMASARAN		
6.1. Proses Strategi Marketing Secara Umum		36
6.2. Pembuatan Strategi		37
6.2.1. <i>Direct Marketing My Bakeology</i>		37
6.2.2. <i>Personal Selling My Bakeology</i>		39
6.2.3. <i>Sales Promotion My Bakeology</i>		40
6.2.4. <i>Public Relation My Bakeology</i>		42
6.2.5. <i>Advertising My Bakeology</i>		43
	6.3. Control	44
	6.4. Evaluasi	45
BAB VII. TIM DAN BUDGET PEMASARAN		
7.1. Struktur Perusahaan		47
7.2. Sumber Dana		47
7.3. Tim Manajemen Pemasaran		48
7.4. Budget Pemasaran		49
7.5. Analisa Penganggaran Modal (<i>Capital Budgeting</i>)		50

7.5.1.	Internal Rate of Return (IRR)	50
7.5.2.	<i>Payback Period</i> dan <i>Break Even Point</i>	51
7.5.3.	<i>Net Present Value</i> (NPV)	52
BAB VIII. LEVER PEMASARAN DIGITAL DAN TRADISIONAL UNTUK MENCAPAI TUJUAN STRATEGIS		
8.1.	Tujuan Strategis Pemasaran	54
8.2.	Pemasaran Digital.....	54
8.3.	Pemasaran Tradisional	55
8.4.	Integrasi Pemasaran Digital dan Tradisional My Bakeology	56
BAB IX. PRODUK, HARGA, DAN SALURAN DISTRIBUSI		
	9.1. Produk	57
9.2.	Harga (<i>price</i>)	59
9.3.	Saluran Distribusi	61
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN 1.....		65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo My Bakeology.....	10
Gambar 2.2 Hasil Survei Pengeluaran Per Bulan Konsumen... ..	13
Gambar 2.3 Hasil Survei Segmentasi Usia Konsumen	15
Gambar 2.4 Hasil Survei Segmentasi Profesi Konsumen	16
Gambar 2.5 Hasil Survei Alasan Pembelian Kue Oleh Konsumen	17
Gambar 2.6 Hasil Survei Frekuensi Pembelian Produk My Bakeology	18
Gambar 3.1 Pesaing Langsung <i>Online</i> My Bakeology	20
Gambar 3.2 Hasil Survei Faktor Yang Paling Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 3.3 Grafik Positioning My Bakeology dan Kompetitor.....	24
Gambar 3.4. Hasil Survei Keunggulan Dari My Bakeology.....	25
Gambar 4.1. Performa Penjualan Q1-Q3 2020	28
Gambar 4.2. Diagram Penjualan Produk.....	30
Gambar 4.3. Menu Terbaru My Bakeology.....	30
Gambar 4.4 Diagram Proyeksi Penjualan My Bakeology Tahun 2021	31
Gambar 5.1 Posisi Hasil IFAS EFAS My Bakeology.....	35
Gambar 6.1 Akses Link (linktr.ee/my_bakeology) Di Profile Instagram My Bakeology	38
Gambar 6.2 Hasil Survei Pengaruh Desain Profil Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
Gambar 6.3 Hasil Survei Media Exposure My Bakeology	39
Gambar 6.4 Hasil Survei Strategi Pembukaan Toko Offline	40

Gambar 6.5 <i>Giveaway</i> My Bakeology	41
Gambar 6.6 Hasil Survei Minat Terhadap Menu <i>Bundle</i>	41
Gambar 6.7 Flyer Kolaborasi dengan Go Elderly.....	42
Gambar 6.8 Hasil Kuesioner Pengaruh <i>Review Influencer</i>	43
Gambar 6.9 Progres Renovasi Studio <i>Offline</i> My Bakeology	45
Gambar 6.10 Poster Informasi Penyelesaian Donasi	45
Gambar 6.11 <i>Insights</i> Akun Instagram My Bakeology (25-30 Oktober 2020)	46
Gambar 6.12 <i>Insights</i> Demografis Instagram My Bakeology	46
Gambar 7.1 Alokasi <i>Budget</i> Pemasaran Masa Depan.....	50
Gambar 8.1 Hasil Survei <i>Channel</i> Pembelian selama Pandemi	56
Gambar 8.2 Siklus Omnichannel My Bakeology	56
Gambar 9.1 Gambaran Produk My Bakeology.....	58
Gambar 9.2 <i>Pricelist</i> My Bakeology	60
Gambar 9.3 Saluran Distribusi My Bakeology.....	61
Gambar 9.4 Hasil Survei Minat <i>Purchase</i> di Toko Offline	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Segmentasi My Bakeology	11
Tabel 3.1 Pesaing Langsung My Bakeology.....	19
Tabel 3.2 Hasil Survei Penilaian Positioning.....	23
Tabel 4.1 Data Penjualan Bulan Januari - September 2020.....	29
Tabel 4.2 Proyeksi Penjualan Tahun 2021	31
Tabel 4.3 Proyeksi Laba Rugi Tahun 2021.....	31
Tabel 5.1 Analisis SWOT	32
Tabel 5.2 Analisis EFAS IFAS	33
Tabel 6.1 Controlling Strategi.....	44
Tabel 7.1 Rincian Budget Pemasaran Masa Depan	49
Tabel 7.2 Perhitungan IRR My Bakeology.....	50
Tabel 7.3 Perhitungan Payback Period My Bakeology... ..	51
Tabel 7.4 Perhitungan Break Even Point My Bakeology	52
Tabel 7.5 Perhitungan NPV My Bakeology	53