

Riset pemasaran dalam perencanaan strategi pemasaran produk baru : studi kasus produk teh dalam kemasan merek X = Marketing research in build the marketing strategy plan for new product : case study ready consumption tea product with brand X

Yoan Ferino, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20247871&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri teh dalam kemasan telah berkembang menjadi salah satu industri dengan pertumbuhan yang tinggi. Awal mula industri ini ditandai dengan berdirinya PT Sinar Sosro pada tahun 1974, hingga saat ini dominasi Sosro dalam pasar produk teh dalam kemasan masih belum tergoyahkan. Total perusahaan yang bergerak di industri ini adalah sejumlah 74 buah, dengan 33 perusahaan kecil dan sisanya perusahaan sedang dan besar. Perkembangan industri teh dalam kemasan ini tentu tidak bisa dilepaskan dari tingginya permintaan konsumen terhadap ini. Konsumsi minuman teh dalam kemasan mencapai 30% dari total konsumsi industri minuman di Indonesia.

Meskipun pasar teh dalam kemasan sangat ketat, tetapi pasar konsumen masih terbuka lebar untuk dijajagi, khususnya untuk produk dengan Varian dan kemasan yang berbeda. PT X sebagai produsen minuman teh dalam kemasan mencoba memasarkan teh hijau yang dikemas dalam kemasan PET, dengan volume neto 350 ml. Sebagai produk baru, produk teh dalam kemasan merek X perlu diarahkan pada perencanaan optimal strategi pemasaran.

Penelitian pada skripsi ini menyoal untuk menerapkan riset pemasaran dalam perencanaan strategi pemasaran produk X. Riset pemasaran yang dilakukan tergolong pada pengujian dan riset konsumen. Pengujian produk yang dilakukan bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai penerimaan konsumen terhadap produk, yang dilihat dari segi reaksi psikologi konsumen tentang atribut produk, yang meliputi core, tangible dan augmented product. Sedangkan riset konsumen bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai keterlibatan dan keterkaitan antara konsumen, produk dan pesaing. Selanjutnya berdasarkan riset pemasaran yang telah dilakukan, penulis memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk X. Sebagai pendukung dalam pembuatan strategi maka terlebih dahulu dilakukan analisis terhadap lingkungan dan juga SWOT analisis dari produk X.

The industry of ready consumption tea in Indonesia has developed and grows high. PT Sinar Sosro pioneered it in 1974, and Sosro has continued its domination until now. Totally there are 74 companies in Indonesia produce ready consumption tea, with 33 companies are small companies and the rest of it is medium to large company.

The development of ready consumption tea can't be separate from the high demand from consumer for this product. Consumption of ready consumption tea is about 30% of total consumption of ready consumption drink in Indonesia.

Although Competition in the market of tea drink products is very tight, there is still a chance to enter this market. Especially, for tea drink product with new variant and packaging. PT X as the producer of tea drink product tries to enter the market with tea drink that made hom green tea. This product use PET as packaging with nets volume is 350 ml. As the new product, product X needs a direction for planning marketing strategy optimally.

This research tries to apply marketing research in build marketing strategy plan for product X. Marketing research that tries to applied are categorised as product testing and consumer research. The goal of product testing is to give the inside of consumer acceptance nom the perspective of their psychological reaction for this product attribute which seen Hom product core, product tangible and product augmented. While the goal of consumer research is to describe the involvement and interrelation of product, consumer and competitors. Next, based on the findings of marketing research, writer will try to give the recommendation of the marketing strategy for product X. And as the support for strategy recommendations building writer will make the environment and SWOT analysis.</i>