

**MARKETING PLAN  
RICA ROA MINYAK KELAPA “ROKLA”**

**TUGAS AKHIR**

**Oleh**

**Tri Utami Suharto**

**NIM : 21 052 047**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
2024**

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN TUGAS AKHIR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penulisan .....	7
1.5 Manfaat Ekonomi .....	7
1.6 Logo dan Makna Logo .....	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2 Rencana Pemasaran .....	10
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	11
2.1.4 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	11
2.1.5 Segmentasi, Targeting dan Positioning .....	14
2.1.6 Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran .....	16

2.1.7 Anggaran Pemasaran .....	23
2.1.8 Action Plan .....	24
<b>BAB III PRODUKSI .....</b>	<b>25</b>
3.1 Produk dan Proses Produksi .....	25
3.1.1 Produk.....	25
3.1.2 Proses Produksi.....	26
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	28
4.1.1 Visi, Misi, dan Tujuan dari Bisnis Rica Rokla .....	28
4.1.2 Aspek Organisasi dan Manajemen .....	29
4.2 Analisis SWOT.....	31
4.2.1 Matriks IFAS .....	32
4.2.2 Matriks EFAS .....	33
4.2.3 Matriks SWOT .....	34
4.3 Strategi Pemasaran .....	36
4.3.1 Segmenting .....	36
4.3.2 Targeting .....	36
4.3.3 Positioning .....	37
4.4 Analisa <i>Marketing Mix</i> 4P .....	37
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>46</b>
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>53</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis saat ini berkembang pesat, dan ada banyak hal yang dapat membantu pemilik bisnis yang kreatif mengambil peluang. Di era globalisasi yang semakin berkembang begitu banyak barang mahal. Semua ini disebabkan oleh selera manusia yang semakin meningkat dan berubah-ubah (Subur, 2024). Salah satu bisnis dengan persaingan yang sangat tinggi adalah bisnis kuliner, yang menjadikan bisnis ini menjadi tren tersendiri di masyarakat dan menghasilkan pertumbuhan pendapatan yang signifikan setiap bulan (Harahap, Muthe, & Lubis, 2022).

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak suku dan budaya yang berbeda-beda, termasuk makanan lokal. Makanan atau minuman yang umum dikonsumsi di wilayah tertentu disebut makanan khas daerah. Makanan lokal biasanya menunjukkan cara masyarakatnya mengelola hasil sumber daya alam yang ada. Makanan khas daerah pada awalnya hanya dapat ditemukan di tempat asalnya saja. Namun, seiring berjalannya waktu sekarang semua orang dapat membeli makanan ini di berbagai pusat oleh-oleh makanan khas. (Hasana & Triwidayato, 2020)

Salah satu kota di Indonesia yaitu Kota Manado berada di lokasi yang strategis dengan banyak sumber daya alam yang potensial, yang membuatnya menarik untuk dipelajari dan dieksplorasi. Dalam hal makanan, Kota Manado

memiliki banyak makanan khas yang unik seperti bubur manado atau sering disebut dengan tinutuan, mi cakalang, cakalang fufu, pampis, ayam/ikan woku belanga, sup/es brenebon, klappertaart, halua kenari, gohu, dan rica roa. Saat ini, ada banyak pilihan sambal dengan banyak rasa baru yang muncul. Namun harga mahal selalu dikaitkan dengan sambal yang lezat, tetapi ada juga sambal yang enak yang dapat dibuat sendiri dan dijual dengan harga terjangkau.

Di Kota Manado, ada peluang besar untuk bisnis rica roa karena mayoritas penduduknya menyukai makanan seperti sambal yang pedas. Selain itu, karena bahan bakunya yang sederhana dan metode pengolahannya yang mudah membuat rica roa disukai oleh banyak kalangan. Ikan roa/galafea/julung-julung adalah bahan utama yang digunakan dalam pembuatan rica roa ini merupakan salah satu ikan paling berpotensi di sektor utara dan dapat diubah menjadi produk inovatif seperti sambal instan siap saji yang dapat disesuaikan dengan selera setiap orang. (Usman, Halid, & Bempah, 2021). Namun diperlukan sebuah rencana pemasaran yang telah tersusun dengan baik agar produk ini bisa sampai kepada customer sesuai target sasaran yang telah ditentukan.

Rencana Pemasaran atau *marketing plan* merupakan elemen penting dalam perencanaan bisnis bagi semua usaha. Marketing atau pemasaran berfungsi sebagai penghubung antara pembuat dan konsumen produk atau jasa dengan perusahaan. Selain itu, perencanaan adalah proses penting yang digunakan untuk memilih tujuan dan menentukan cakupan pencapaiannya. Pemasaran atau juga dikenal sebagai marketing adalah suatu proses kegiatan yang kompleks dan terencana yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan untuk memenuhi

kebutuhan pasar dengan membuat produk, menetapkan harga, mengkomunikasikan, dan mendistribusikan melalui proses pertukaran untuk memuaskan konsumen dan perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:29), pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan (Ismail, 2021). Dalam ilmu sosial, pemasaran juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana setiap individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran bebas barang dan jasa dengan orang lain.

Beberapa hal yang terkait dengan pemasaran yang penulis dapatkan dengan menggunakan hasil survey awal pada bisnis Rica Rokla yaitu masih kurangnya kegiatan promosi dalam memasarkan produk ini. Keberadaan produk dari rica rokla ini sendiri baru diketahui oleh konsumen baru yaitu melalui pemasaran dari mulut ke mulut. Hasil survey juga ditemukan bahwa kegiatan pemasaran pada bisnis Rokla yang dimana kegiatan pemasarannya belum dilaksanakan secara maksimal misalnya hanya dilakukan ketika event atau produksi dilaksanakan, atau berupa kegiatan pemasaran dalam usaha Rica Rokla ini juga dalam kegiatan promosi belum terstruktur dengan baik seperti konten yang nantinya akan dibuat belum terencana, dan jadwal pemasarannya yang dilakukan secara online maupun offline serta kegiatan event yang nantinya akan di ikuti belum tersusun dengan baik. Hasil-hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran sangat penting untuk dilakukan terutama untuk usaha atau bisnis yang masih baru

atau bisnis yang sedang berkembang untuk semua produk baik barang maupun jasa (Mandey dkk, 2020: Mandey dkk, 2023). Paendong dkk, 2023) menyatakan bahwa semua produk harus dapat dijangkau dengan pemasaran digital. Oleh karena itu, peran pelaku termasuk UMKM dalam ekosistem pemasaran digital masih perlu terus dilakukan dengan berbagai upaya pemberdayaan. Pemasaran dalam hal ini kegiatan promosi perlu terus dibenahi mengikuti trend dari sisi teknologi digital dan tidak kalah pentingnya adalah pengetahuan produsen tentang preferensi dari konsumen itu sendiri (Mandey dkk, 2024).

Kebanyakan rica roa yang diproduksi hanya memiliki varian original yang di inovasikan berupa tingkat kepedasan yang berbeda. Rica roa yang diproduksi oleh Rica Roa Rokla menciptakan varian rasa yang baru yaitu menggunakan minyak kelapa murni atau biasa disebut minyak kampung, dimana rasa ini belum banyak bahkan jarang di peroleh di setiap toko oleh-oleh yang ada. Sambal yang menggunakan jenis minyak kelapa ini memiliki cita rasa yang lebih berbeda dari biasanya. Penggunaan minyak kelapa murni ini biasanya hanya dikonsumsi oleh kalangan orang yang tinggal di pedesaan. Pembuatan minyak kelapa murni ini dikenal lebih ekonomis karena bahan bakunya yang mudah didapat dengan harga murah serta pengolahannya yang sederhana. Memiliki bau yang khas, warna yang bening dan daya simpan yang lama menjadi pembeda dengan minyak kelapa kopra yang dalam proses pengolahannya melalui pemanasan sehingga menghasilkan warna kuning kecoklatan, berbau tidak harum dan mudah tengik serta daya tahan simpan yang tidak lama.

Minyak kelapa murni lebih menguntungkan untuk dikembangkan karena harga jualnya lebih tinggi daripada minyak kelapa kopra (Susanti, 2023). Minyak kelapa murni atau VCO (Virgin Coconut Oil) memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh yang berupa sifat antibakteri, antivirus, antijamur, dan antiprotozoal alami yang membantu meredakan gejala diabetes dan mengurangi risiko penyakit yang terkait, melindungi diri terhadap serangan osteoporosis, membantu mencegah tekanan darah tinggi, membantu mencegah penyakit liver, menjaga kesehatan jantung dan pembuluh darah, serta mencegah penyakit kardiovaskular. Dengan begitu banyak manfaat penggunaan minyak kelapa murni (Situmorang, 2023), penulis ingin menciptakan produk yang aman dikonsumsi bagi banyak orang.

Strategi pemasaran yang seringkali disebut bauran pemasaran (*Marketing mix*). Strategi pemasaran juga sangat penting untuk memasarkan produk atau jasa; ini membantu dalam mengidentifikasi dan memahami konsumen potensial dari segi nilai, masalah, dan kebutuhan mereka. Dengan menerapkan rencana dan strategi pemasaran secara konsisten, strategi ini dapat berfungsi sebagai jembatan antara produk dan kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:92), "*Marketing mix is good marketing tool is a set of products, pricing, promotion, distribution, combined to produce the desired response of the target market*". Di dalam *marketing mix*, ada empat komponen yang saling berhubungan dan berdampak satu sama lain. Rica Roa Rokla menggunakan marketing mix 4P untuk mempertahankan bisnis dan meningkatkan penjualan dengan memenuhi

permintaan atau kebutuhan pelanggan untuk kepuasan pembeli. Elemen-elemen di dalam bauran pemasaran 4P terdiri dari : *Product, Price, Place, dan Promotion*.

Menurut Muhammad, perlu diketahui tujuan yang dimaksudkan agar pemasar dapat menentukan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk berhasil mencapai tujuannya. Ini berarti mengetahui kekuatan dan kelemahan *roa rokla*, menangkap peluang dan meminimalkan ancaman. Analisis SWOT (Andi Publisher, 2010). Secara singkat, analisis SWOT dapat digunakan dengan menganalisis dan memilah faktor-faktor yang memengaruhi keempat komponen tersebut. Dengan demikian, hasil dari analisis dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor strategis perusahaan (Fatimah, 2016).

Dengan mempertimbangkan hal-hal di atas, penulis ingin mengangkat judul tugas akhir dengan judul : **“Marketing Plan Rica Roa Minyak Kelapa ‘ROKLA’”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan penulis dalam latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Kegiatan pemasaran belum dilaksanakan secara maksimal.
2. Kegiatan promosi belum terstruktur dengan baik seperti konten yang nantinya akan dibuat belum terencana.
3. Jadwal pemasarannya baik dilakukan secara online maupun offline serta kegiatan event yang nantinya akan diikuti belum tersusun dengan baik.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ditemukan adalah :  
Bagaimana bisnis Rica Roa Kelapa melakukan *marketing plan* untuk meningkatkan penjualan.

### 1.4 Tujuan Penulisan

Menyusun marketing plan dalam usaha Rica Roa Minyak Kelapa “ROKLA”.

### 1.5 Manfaat Ekonomi

Dengan adanya usaha ini maka manfaat di bidang ekonomi atau dampak yang terjadi dari segi ekonomi yaitu dapat memberi kesempatan membuka usaha maupun keuntungan bagi para UMKM, membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, serta meningkatkan pendapatan masyarakat.

### 1.6 Logo dan Makna Logo



Gambar 1. Logo Rica Rokla

Sumber : Penulis (2024)

Brand atau Logo bagaikan sebuah bendera, tanda tangan, dan sebuah lambing yang secara langsung tidak menjual tetapi memberi sebuah persuasi, identitas, informasi yang akhirnya digunakan sebagai alat pemasaran (Safanayong 2006).

Rica Roa Rokla memiliki Logo yang menjadi *icon* dan di dalamnya mempunyai makna/arti filosofi. Adapun Makna Logo Rica Roa Kelapa (ROKLA) sebagai berikut :

1. Warna Merah, mencerminkan warna dari bahan dasar dari cabai pada umumnya.
2. Lingkaran, menggambarkan sifat ROKLA yang terbuka menyeluruh, tidak bersekat-sekat.
3. ROKLA, merupakan singkatan dari Rica Roa Kelapa.
4. Ikan Roa/Garfish/Julung-julung, yang menjadi bahan utama selain cabai.
5. Minyak Dalam Botol dan Buah Kelapa beserta Daunnya, mengartikan minyak yang digunakan merupakan minyak kelapa murni.

