

## **Analisis pada rencana pemasaran Campina es krim = Marketing plan analysis on Campina es krim**

Ardita Febrini Asweva, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20369036&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Dalam melakukan penelitian, Campina akan dipergunakan sebagai subjek penelitian. Hal ini karena Campina sebagai salah satu perusahaan es krim terkemuka di Indonesia, membutuhkan analisis yang kompleks dalam mengembangkan perencanaan pemasarannya. Selain itu, hal lain yang menarik dari Campina adalah luasnya target pemasaran bagi Campina, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji lingkungan eksternal dan internal Campina saat ini dengan menggunakan analisis "SWOT" dan "PESTLE". Selain itu, rencana pemasaran akan dikembangkan berdasarkan temuan ini, dengan menggunakan teori "Marketing Mix". Pada bagian pertama, penjelasan mengenai latar belakang penelitian akan dijabarkan untuk memberikan gambaran kepada pembaca mengenai penelitian ini. Bagian ini akan dibagi menjadi dua, yaitu latar belakang mengenai perencanaan marketing (definisi) dan latar belakang perusahaan. Selanjutnya, teori akan dipaparkan pada bagian selanjutnya. Penelitian ini akan menggunakan tiga teori: analisis "SWOT", analisis "PESTLE" dan "Marketing Mix". Peneliti akan menjelaskan hasil pada bagian berikut berikutnya dan menutup penelitian ini dengan kesimpulan. Kelemahan dan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut juga akan diuraikan pada bagian terakhir.

.....

In examining the research, Campina will be taken into account as the research subject. It is because Campina, as one of the leading ice cream company, potentially require complex analysis in developing the marketing planning. Moreover, it is an interesting point for researcher to examine the variant market that it's targeting. The purpose of this study is to examine Campina's current external and internal environment by using SWOT and PESTLE theory. Furthermore, a market plan will be developed based on the findings of assessing the external and internal conditions, using the Marketing Mix theory. On the first part, an overview towards the research background will be elaborated to illustrate the reader about this research. The introduction will be divided into two parts, which are an overview about marketing planning itself and the company's background. Move to the next part, theories will be described. This research will use three theories: SWOT analysis, PESTLE analysis and Marketing Mix. The researcher will explain the result and discussion in the next following parts and finished with conclusion. Weaknesses and recommendations for further research will also be elaborated in this particular section.