

## Abstrak

Pertumbuhan Pasar coklat di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya, ini dikarenakan tingkat konsumsi coklat yang meningkat terhadap produk – produk coklat baik lokal maupun import. Dengan tingginya Pertumbuhan pasar produk coklat, semakin banyak produsen makanan di pasar coklat, persainganpun semakin ketat diantara perusahaan coklat untuk memenangkan hati konsumen. Dalam memenangkan persaingan pasar, perusahaan harus tahu posisi produk mereka untuk menentukan Strategy Marketing yang sesuai.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisa brand posisi produk coklat jenis batang dan mengetahui strategy marketing yang tepat sesuai posisi produk tersebut. Metodologi yang dilakukan untuk menganalisa brand posisi produk coklat jenis batang ini adalah menggunakan analisa BCG Matriks dengan menggabungkan dua data utama dalam analisisnya yaitu data market growth dan data market share yang diambil.

Dari Lima brand besar produk coklat jenis batang yang dianalisa terdapat tiga produk dengan posisi dalam kuadran stars, dimana ketiga produk tersebut yaitu beng – beng, top, rockers. Ketiga produk yang ada didalam kuadran stars perlu dilakukan analisa investasi yang menyeluruh, dimana perusahaan disarankan menambahkan jumlah investasinya. Sementara dua produk lainnya masuk ke dalam posisi kuadran dog, dimana kedua produk tersebut yaitu snickers dan chokoku. Produk didalam kuadran DOG, disarankan untuk melihat analisa profit untuk melihat perlu tidaknya menambah jumlah investasi pada produk tersebut.

Kata kunci :

BRAND POSITIONING, BCG MATRIKS, KUADRAN STARS, KUADRAN DOG

## Abstract

Indonesia has a very growing market for chocolate , this is mainly caused by the increasing number consumption of chocolate both local and import product. This situation makes a lot of produsen manufacture a chocolate product, and this is a very competitive situation for chocolate market. To win the competition in the chocolate market, a company should know the position of their product to create an integrated marketing strategic.

The objective of this researc is to analyze brand positioning chocolate enrobed product in indonesia , so can make a better strategic for marketing. The methode is using analyze metriks tools of BCG Matriks combining two data market growth and market share .

The result from this researc is, there is three enrobed chocolate product that fill a star quadran in BCG Matriks from five brand that we analyze, that is Beng – beng, Delfi Top, and Rockers. Product in stars quadran need to be more investment. And for two product which fill DOG quadran, the company should do some profit analyze to decide whether investment is needed or not.

Key Words : BRAND POSITIONING, BCG MATRIKS, STARS QUADRAN, DOG QUADRAN

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A