

SMOKYBOWL
PENERAPAN TEORI *MARKETING* KOTLER DAN AAKER
DALAM PENINGKATAN *BRAND* SEBAGAI *CHIEF*
***MARKETING OFFICER* SMOKYBOWL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Fabio

0000066425

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

SMOKYBOWL
PENERAPAN TEORI *MARKETING* KOTLER DAN AAKER
DALAM PENINGKATAN *BRAND* SEBAGAI *CHIEF*
***MARKETING OFFICER* SMOKYBOWL**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Fabio

0000066425

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fabio

Nomor Induk Mahasiswa : 00000066425

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

SMOKYBOWL

**“PENERAPAN TEORI *MARKETING* KOTLER DAN AAKER DALAM
PENINGKATAN *BRAND* SEBAGAI *CHIEF MARKETING OFFICER*
SMOKYBOWL ”**

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Desember 2025



10000
METRAI
TEMPEL
83ANX116503161
Fabio

SMOKYBOWL
PENERAPAN TEORI *MARKETING* KOTLER DAN AAKER
DALAM PENINGKATAN *BRAND* SEBAGAI *CHIEF MARKETING*
***OFFICER* SMOKYBOWL**

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN
ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap

: Fabio

NIM

: 00000066425

Program Studi

: Manajemen

Judul Laporan

: Penerapan Teori *Marketing* Kotler dan Aaker Dalam Peningkatan *Brand* Sebagai *Chief Marketing Officer* SmokyBowl

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja

Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja

Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas

Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

(1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI) (2)

Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi

(3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 10 Desember 2025



Fabio

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

SMOKYBOWL

**“PENERAPAN TEORI *MARKETING* KOTLER DAN AAKER DALAM
PENINGKATAN *BRAND* SEBAGAI *CHIEF MARKETING OFFICER*
SMOKYBOWL”**

Oleh

Nama : Fabio

NIM : 00000066425

Program Studi : Manajemen

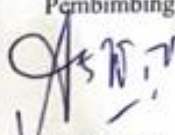
Fakultas : Bisnis

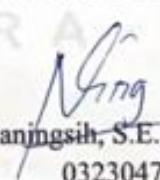
Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Skripsi Program Studi Manajemen
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Desember 2025

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing


Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CIQaR
0305027607


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

SMOKYBOWL
“PENERAPAN TEORI *MARKETING* KOTLER DAN AAKER DALAM
PENINGKATAN *BRAND* SEBAGAI *CHIEF MARKETING OFFICER*
SMOKYBOWL”

Oleh
Nama : Fabio
NIM : 00000066425
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diuji pada hari Kamis 18 Desember 2025,
Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



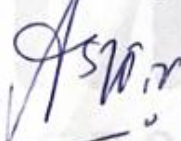
Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.
0301056103

Penguji



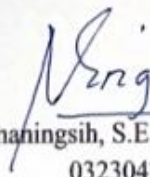
Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
0320089001

Pembimbing



Dr. Amanda Setiawati, S.Psi., M.M., CIQaR
0305027607

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fabio
NIM : 00000066425
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :

SMOKYBOWL

“PENERAPAN TEORI *MARKETING* KOTLER DAN AAKER DALAM PENINGKATAN *BRAND* SEBAGAI *CHIEF MARKETING OFFICER* SMOKYBOWL “

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 10 Desember 2025



* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul “Penerapan Teori *Marketing* Kotler dan Aaker Dalam Peningkatan *Brand* Sebagai *Chief Marketing Officer SmokyBowl*” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.D selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M. ,C.B.O. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CIQaR, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Desyana yang selalu memberikan dukungan, menemani dan mendengarkan keluh kesah penulis sehingga penulis dapat mengerjakan tugas akhir ini dengan penuh semangat
7. Stephen, Vincent, Nelson, Jonathan, Kevin, Mario yang selalu memberikan dukungan serta dorongan kepada penulis

8. Vito dan Decmarco selaku Tim SmokyBowl yang menjadi kerabat dan rekan bisnis sehingga beban dan segala jenis rintangan dalam SmokyBowl dilalui bersama sama
9. Penulis yang sudah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan Skripsi tepat waktu dan sebaik mungkin

Dengan penuh kerendahan hati sebagai penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki. Sehingga segala jenis bentuk kritik, saran ataupun masukan yang bersifat membangun akan diterima dengan senang hati oleh penulis semoga skripsi ini dapat dijadikan pembelajaran dan sumber informasi yang baik dan menginspirasi bagi para pembaca

Tangerang, 10 Desember 2025



Fabio

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SMOKYBOWL
PENERAPAN TEORI *MARKETING* KOTLER DAN AAKER DALAM
PENINGKATAN *BRAND* SEBAGAI *CHIEF MARKETING OFFICER*
SMOKYBOWL

Fabio

ABSTRAK

Perubahan gaya hidup masyarakat modern, khususnya Gen Z dan pekerja muda, mendorong meningkatnya kebutuhan akan makanan praktis yang cepat disajikan, lezat, terjangkau, dan tetap memiliki porsi yang seimbang. Namun, sebagian besar makanan praktis di pasaran hanya berfokus pada efisiensi waktu tanpa memperhatikan keseimbangan nutrisi, sementara alternatif makanan sehat cenderung memiliki harga tinggi. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, dikembangkanlah SmokyBowl sebagai bisnis kuliner yang menawarkan *rice bowl* berbahan dasar daging asap dengan komposisi karbohidrat, protein, dan serat dalam satu porsi yang praktis dan terjangkau.

Dalam proses pengelolaan usaha, pembagian peran disusun untuk memastikan kelancaran operasional, termasuk produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Penulis berperan sebagai Chief Marketing Officer (CMO) yang bertanggung jawab dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran berdasarkan teori pemasaran modern yang dikemukakan oleh Kotler dan Aaker. Penerapan teori tersebut diwujudkan melalui penguatan branding, pengelolaan identitas merek, serta pengembangan strategi komunikasi pemasaran yang relevan dengan karakteristik target pasar. Kegiatan pemasaran dilakukan melalui platform digital seperti Instagram dan TikTok, yang menjadi media utama dalam membangun brand awareness dan menarik minat konsumen muda.

Ke depan, SmokyBowl memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran, mengembangkan variasi menu, serta meningkatkan profesionalisasi operasional melalui penguatan identitas merek dan optimalisasi strategi digital marketing. Upaya ini diharapkan dapat mendorong SmokyBowl berkembang sebagai bisnis kuliner modern yang berkelanjutan.

Kata kunci: makanan praktis, *rice bowl*, daging asap, pemasaran digital, branding

SMOKYBOWL
“APPLICATION OF KOTLER’S AND AAKER’S MARKETING THEORIES
IN STRENGTHENING THE BRAND AS THE CHIEF MARKETING
OFFICER OF SMOKYBOWL”

Fabio

ABSTRACT (English)

The modern lifestyle of young consumers, particularly Generation Z and young professionals, has increased the demand for practical, quick-to-serve meals that remain flavorful, affordable, and nutritionally balanced. However, many practical food products on the market focus primarily on convenience while neglecting portion balance, whereas healthier alternatives are often priced higher. To address this gap, SmokyBowl was developed as a culinary business offering smoked meat-based rice bowls that combine carbohydrates, protein, and fiber in a single practical and affordable serving.

Within the business structure, roles are divided to support operational efficiency, including production, marketing, and financial management. The writer serves as the Chief Marketing Officer (CMO), responsible for designing and implementing marketing strategies based on modern marketing theories by Kotler and Aaker. These theories are applied through brand-building efforts, the development of a consistent brand identity, and the execution of communication strategies aligned with the characteristics and preferences of the target market. Digital platforms such as Instagram and TikTok are utilized as the primary channels for strengthening brand awareness and engaging young consumers.

Going forward, SmokyBowl aims to expand its market reach, diversify its menu offerings, and enhance operational professionalism through stronger brand identity and optimized digital marketing strategies. These efforts are expected to support the sustainable growth of SmokyBowl as a modern culinary business.

Keywords: *practical food, rice bowl, smoked meat, digital marketing, branding*

DAFTAR ISI

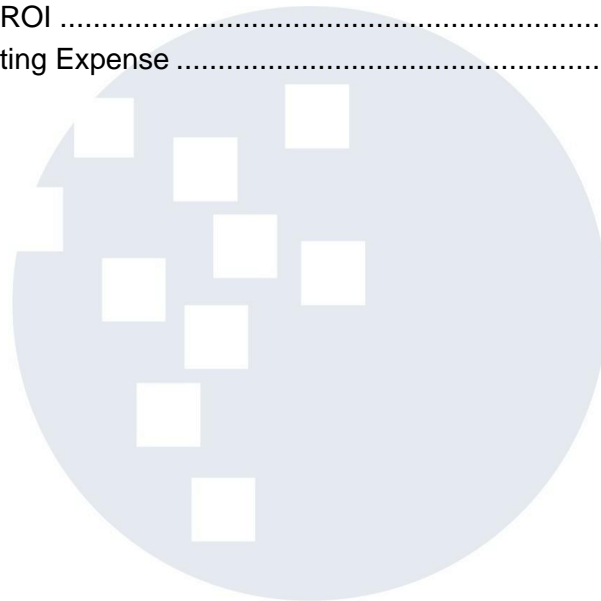
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	3
HALAMAN PERSETUJUAN	5
HALAMAN PENGESAHAN	6
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	7
KATA PENGANTAR.....	8
ABSTRAK	10
ABSTRACT (English)	11
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR TABEL	15
DAFTAR GAMBAR.....	15
DAFTAR LAMPIRAN.....	17
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Manfaat Penulisan	2
1.4 Sistematika Penulisan	3
BAB II	
BADAN USAHA	4
2.1 Bentuk Badan Usaha	4
2.2 Struktur Organisasi	4
2.3 Dokumen Legal.....	6
BAB III	
LANDASAN TEORI.....	9
3.1 Teori Umum.....	9
3.1.1 Teori Kewirausahaan (Entrepreneurship Theory).....	9
3.1.2 Teori Manajemen Bisnis	9
3.1.3 Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory)	10
3.2 Teori Khusus	11
3.2.1 Chief Marketing Officer (CMO) Menurut ahli	11
3.2.2 Teori Pemasaran (Marketing Theory).....	11
3.2.3 Digital Marketing Menurut Ahli	12
BAB IV	
GAMBARAN BISNIS.....	13

4.1 Deskripsi Bisnis	13
4.1.1 TAM, SAM, SOM	13
4.1.2 Target Market dan Buyer Persona.....	14
4.1.3 Analisis Kompetitor dan Perceptual Mapping	15
4.1.4 Customer Journey SmokyBowl.....	17
4.1.5 Pricing Strategy SmokyBowl.....	18
4.1.6 Brand Architecture SmokyBowl	19
4.1.7 Key Message Utama dalam Komunikasi Brand SmokyBowl.....	21
4.1.8 Business Model Canvas	23
4.1.9 Analisis usaha Pada SmokyBowl	24
4.1.10 Unique Selling Propositions SmokyBowl	26
4.1.11 Fungsi-Fungsi Bisnis SmokyBowl.....	27
4.2 Deskripsi Fungsi Bisnis	28
BAB V	
PENGEMBANGAN BISNIS.....	53
5.1 Pengembangan Usaha	53
5.1.1 Alokasi Budget Marketing.....	56
5.1.2 KPI Pemasaran	57
5.1.3 Funnel marketing.....	58
5.1.4 Customer Acquisition Cost (CAC)	59
5.1.5 Customer Lifetime Value (CLV)	61
5.1.6 ROI Target	65
5.1.7 Marketing Expense.....	67
5.1.8 Go To Market Plan (Awal 2026)	68
5.1.9 Marketing Risk	69
5.2 Pengembangan Chief Marketing Officer	71
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	78

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel CMO Tools & Content Plan	48
Tabel 5.1 Strategi Pengembangan Usaha	54
Tabel 5.2 Tabel CAC	60
Tabel 5.3 Perhitungan CLV.....	62
Tabel 5.4 Proyeksi Cash Flow (Tahun ke 2)	64
Tabel 5.5 Tabel ROI	65
Tabel 5.6 Marketing Expense	67



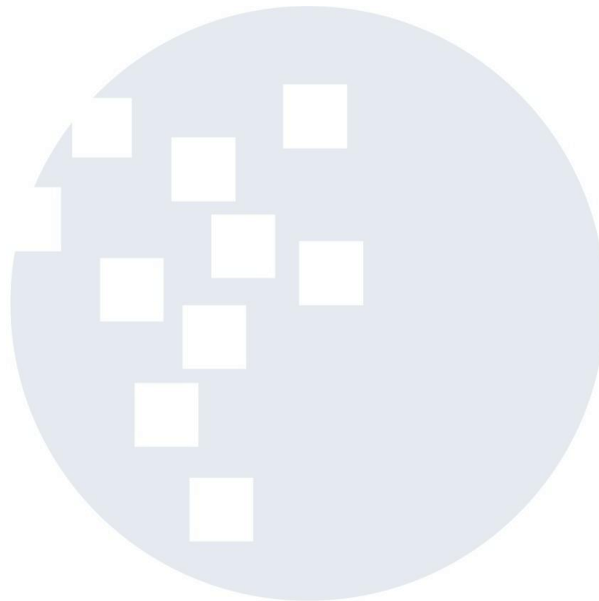
UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi.....	4
Gambar 2.2 NIB SmokyBowl.....	6
Gambar 2.3 KBLI SmokyBowl	7
Gambar 2.4 HKI SmokyBowl.....	8
Gambar 4.1 Perceptual Mapping SmokyBowl.....	16
Gambar 4.2 Chicken SmokyBowl	29
Gambar 4.3 Beef SmokyBowl	29
Gambar 4.4 Chicken Noodles SmokyBowl	30
Gambar 4.5 Chicken Butter Rice SmokyBowl	30
Gambar 4.6 SmokyBites	31
Gambar 4.7 SmokyBowl Menu.....	32
Gambar 4.8 Instagram Feeds SmokyBowl	33
Gambar 4.9 Tiktok Feeds SmokyBowl.....	34
Gambar 4.10 PO 5 Poster SmokyBowl.....	34
Gambar 4.11 PO 3 Poster SmokyBowl.....	35
Gambar 4.12 PO 4 Poster SmokyBowl.....	35
Gambar 4.13 Proses Memasak.....	36
Gambar 4.14 Logo SmokyBowl	37
Gambar 4.15 Aneka Menu SmokyBowl	38
Gambar 4.16 Feeds Instagram SmokyBowl.....	39
Gambar 4.17 Reels Instagram SmokyBowl.....	40
Gambar 4.18 Feeds Tiktok SmokyBowl.....	40
Gambar 4.19 Survey Kepuasan Pelanggan	41
Gambar 4.20 Pertanyaan 1 Survey Kepuasan Pelanggan	42
Gambar 4.21 Pertanyaan 2 Survey Kepuasan Pelanggan	42
Gambar 4.22 Pertanyaan 3 Survey Kepuasan Pelanggan	43
Gambar 4.23 Pertanyaan 4 Survey Kepuasan Pelanggan	44
Gambar 4.24 Pertanyaan 5 Survey Kepuasan Pelanggan	44
Gambar 4.25 Pertanyaan 6 Survey Kepuasan Pelanggan	45
Gambar 4.26 Survey Pasar	46
Gambar 4.27 Pertanyaan Survey Pasar	46
Gambar 4.28 Profile Instagram Smoky Bowl.....	49
Gambar 4.29 Reels Instagram SmokyBowl.....	50
Gambar 4.30 Feeds Instagram Smoky Bowl	50
Gambar 4.31 Feeds TikTok SmokyBowl.....	51
Gambar 5.1 Fitur Instagram	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	78
Lampiran B Formulir Bimbingan	79
Lampiran C Dokumen Legalitas	81
Lampiran D Bukti Kegiatan	83



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA