

## RINGKASAN

**Proses *Layout Planogram* Produk Susu UHT PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk**, Achmad Yusril Alvinas, Nim D41160731, Tahun 2020, 56 hlm., Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Dewi Kurniawati, S.Sos., M.Si. (Pembimbing).

PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. merupakan perusahaan yang bergerak di sektor *Consumer Goods Industry*. Perusahaan ini telah berdiri sejak tanggal 2 November 1971 dan 3 tahun kemudian mulai beroperasi secara komersial di awal tahun 1974. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Ultrajaya bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman, dan bidang perdagangan. Di bagian minuman, Perusahaan memproduksi berbagai minuman seperti susu, jus buah, teh, minuman tradisional dan minuman kesehatan, yang diproduksi dengan teknologi UHT (*Ultra High Temperature*), dan dikemas dalam bahan kemasan aseptik. Di bagian makanan, Perusahaan memproduksi susu kental manis, susu bubuk, dan konsentrat jus buah tropis. Perusahaan memasarkan semua produknya dengan penjualan langsung, penjualan tidak langsung, dan perdagangan modern.

Terdapat beberapa tahapan dalam melakukan perencanaan *planogram*. Tahapan pertama adalah membedakan antara produk *fast moving* dan *slow moving*, tahapan kedua adalah melakukan kegiatan pengkategorisasian barang sesuai dengan kategorinya, tahapan ketiga yaitu membuat layout di dalam swalayan / toko, dan tahapan terakhir adalah membuat *layout mapping planogram*. *Planogram* untuk produk Ultrajaya khususnya merk “Ultra Milk” di tata berdasarkan *eye level* dari setiap segmentasi usia, dan di kategorikan berdasarkan tiga kategori size yaitu *regular size*, *children size*, dan *family size*.

Permasalahan yang terjadi berkaitan tentang *planogram* yaitu adalah penataan produk pada *display* produk susu UHT Ultrajaya kurang baik. Beberapa akar dari permasalahan tersebut adalah tidak tersedianya tinggi *shelf* sesuai dengan ukuran tinggi produk, tidak semua supermarket menggunakan *planogram* PT Ultrajaya, produk tercampur dengan merk pesaing, tidak konsistennya penataan

*facing display* produk, kurangnya jumlah *sales promotion girl / Boy* (SPG/SPB), produk cacat masih terdisplay dalam gondola, dan kurangnya inspeksi dari *Spaceman*. Solusi dari permasalahan yang terjadi pada faktor lingkungan adalah dengan pengaturan jarak *shelf* kepada Manajer Kategori dari supermarket terkait, dan mengajukan adopsi desain *layout planogram by size* dari PT Ultrajaya. Solusi permasalahan pada faktor metode adalah penataan *layout planogram* berdasarkan merk, membuat prosedur penataan barang serta pelatihan kepada SPG/SPB, dan menambah jumlah SPG/SPB, melakukan sistem *shift*. Solusi permasalahan pada faktor material adalah meningkatkan intensitas cek *display*. Solusi permasalahan pada faktor manusia adalah dilakukannya inspeksi oleh *Spaceman*.