

RINGKASAN

Implementasi Strategi Pemasaran Produk Nestle pada *Modern Trade Channel* di UD. Andatu Mulia (Distributor Resmi PT. Nestle Indonesia Jember Area), Amalia Infadzah Azhari, NIM D41170659, Tahun 2021, 111 Halaman., Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dewi Kurniawati, S.Sos, M.Si (Pembimbing).

Praktik Kerja Lapang merupakan salah satu kegiatan utama dalam melaksanakan pendidikan dan merupakan persyaratan yang ditempuh untuk menyelesaikan pendidikan D-IV Manajemen Agroindustri di Politeknik Negeri Jember. Hal ini dikarenakan mahasiswa tidak hanya dibekali ilmu secara teoritis saja, melainkan dengan tambahan praktik juga. Bahkan perbandingan skala praktik : teori adalah 60% : 40 %, artinya kemampuan mahasiswa secara nyata menjadi bidikan utama Politeknik Negeri Jember. Melalui Praktik Kerja Lapang mahasiswa memiliki pengalaman serta gambaran mengenai dunia kerja.

Distribusi merupakan penyaluran hasil produksi dari produsen ke konsumen. Distributor merupakan perantara yang menyalurkan produk dari pabrik (*manufacturer*) ke pengecer (*retailer*) atau konsumen secara langsung. UD. Andatu Mulia adalah pihak distributor produk PT. Nestle Indonesia. Jangkauan penyaluran produk dari Andatu Mulia adalah regional Jember, dengan kata lain seluruh kebutuhan produk Nestle se-Jember di *support* oleh UD. Andatu Mulia. Penjualan yang dilakukan oleh UD. Andatu Mulia antara lain dilakukan pada channel *General Trade*, *Modern Trade*, dan *Specialty Trade*. Modern Trade merupakan bagian dari UD Andatu Mulia yang bertujuan untuk melayani dan mensupply produk nestle pada area Lokal Supermarket, Lokal Minimarket, dan *Convinience Store*.

Sesuai dengan visi PT. Nestle Indonesia yaitu meraih kepercayaan konsumen, dan menjadi perusahaan makanan dan nutrisi yang terkemuka serta dipandang di Indonesia. UD. Andatu Mulia turut mewujudkan visi tersebut melalui penjualan dan persebaran penjualan produk pada Jember Area, sehingga produk Nestle mampu untuk di jagkau oleh seluruh masyarakat Jember. Informasi

produk Nestle sangat diperlukan pula oleh konsumen untuk memberikan pengetahuan dan wawasan produk.

Strategi pemasaran dilakukan oleh modern trade channel untuk meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran yang dilakukan adalah melalui analisis potensi marker, riset pasar, market bisnis plan, dan bauran pemasaran.

Analisis potensi market digunakan untuk mengetahui kemampuan *fast moving* dan *slow moving* dari suatu produk yang di distribusikan. riset pasar, digunakan untuk menganalisis situasi pemasaran yang dilakukan oleh suatu produk melalui analisis kompetitor pada masing-masing produk. Market bisnis plan, bertujuan untuk memberikan peningkatan kemampuan pada market pareto, dan target yang diberikan kepada market dengan benefit yang diberikan oleh distributor yaitu *product visibility*, *sales reward*, dan dukungan promosi. Sedangkan bauran pemasaran, salah satu strategi yang baik untuk dilakukan terhadap berkembangnya strategi penjualan pada *Modern Trade UD*. Andatu Mulia dengan menggunakan empat variabel yaitu produk (*product*), struktur harga (*price*), kegiatan promosi (*promotion*) dan sistem distribusi (*place*)

Masalah yang terjadi pada pengimplementasian strategi pemasaran adalah pengecekan barang kurang teliti hal ini dapat diatasi dengan melakukan pemeriksaan pada produk secara rutin baik dari *expired date*, kondisi barang yang masuk, fisik dari produk. Kemudian juga terdapat standarisasi dari produk sehingga produk dapat dikatakan layak jual atau tidak. Masalah lainnya yaitu harga yang ditetapkan masing-masing market berbeda, solusi yang diberikan adalah dengan melakukan komunikasi yang baik antar toko, distributor harus mampu menginformasikan kepada pihak toko mengenai cara toko memutuskan harga jual pada produk. Hal ini maka toko penjualan pada setiap toko akan stabil dan memiliki kemampuan bersaing secara sehat. Manajemen waktu pengiriman yang kurang baik menjadi masalah pada *modern trade channel*, solusi yang dapat diberikan adalah dengan melakukan penjadwalan dan alur rute yang jelas yang dilakukan oleh pihak pengiriman agar mempermudah armada dalam melakukan pengiriman. Selain akan mempermudah dari pengirim akan memperingankan distributor terkait biaya bahan bakar karena rute dan waktu yang digunakan pun

menjadi efektif dan efisien. Kemudian permasalahan yang terjadi adalah terdapat beberapa toko yang memiliki aturan yang cukup ketat terhadap penginformasian promosi dan media media promosi yang dilakukan di toko solusi yang diberikan adalah dengan mengoptimalkan *Brand presenter* pada toko untuk melakukan penginformasian adanya promosi yang sedang berjalan. Hal ini dapat tetap menjalankan program promosi yang diberikan.