

RINGKASAN

Manajemen Pemasaran Selai Wor's 69 Belgian Original dengan Penerapan *Segmentasi, Taergetting, Positioning* (STP) dan Bauran Pemasaran (4P) di PT. Kampung Coklat Blitar, Fitriani Soimatul Nurohmah D31200542, Tahun 2023, 63 halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Luluk Cahyo Wiyono, S.Sos., M.Sc (Dosen Pembimbing Utama).

PT. Kampung Coklat Blitar merupakan perusahaan bergerak didalam bidang industri pangan yang selalu berinovasi dalam mengembangkan ruang lingkup usahanya sebagai objek wisata edukatif dengan menyediakan pelayanan dan fasilitas yang menarik bagi para wisatawan lokal maupun internasional pada PT. Kampung Coklat Blitar memproduksi berbagai olahan coklat yang dipasarkan digaleri coklat yang terletak dikawasan kampung coklat. Kakao menjadi salah satu bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan coklat.

Selai merupakan produk olahan kakao yang banyak dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga dewasa, kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas semua mengkonsumsi coklat dengan jenis yang berbeda-beda sesuai dengan usia dan kalangan itu sendiri. Selai coklat belgian merupakan selai dibuat dari bahan baku kakao yang dicampur dengan bahan pangan lain dengan komposisi tertentu kemudian dihaluskan dan dilelehkan mempunyai citarasa kakao yang khas dan rendah kalori berbentuk selai leleh yang dapat dikonsumsi secara langsung maupun dijadikan tambahan dalam makanan.

Selai Coklat Belgian Original dikenal oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga dewasa, kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas semua mengkonsumsi coklat dengan jenis yang berbeda-beda sesuai dengan usia dan kalangan itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut maka sumber daya harus dipenuhi diterapkan dengan baik dan dapat berjalan lancar dengan menerapkan manajemen 6M(tenaga kerja yang digunakan, biaya yang dibutuhkan, bahan yang digunakan, alat yang digunakan, metode yang digunakan dan proses pemasaran yang digunakan), pemasaran yang digunakan dengan penerapan *segmentation, targetting, positioning* (STP) dan bauran pemasaran (4P) bertujuan untuk

mengembangkan perusahaan atau produk untuk dikenal dan dipercaya oleh calon konsumen, serta dapat mengelompokkan pasar dan mampu membantu kebutuhan konsumen, penerapan saluran distribusi pada PT Kampung Coklat secara langsung kepada konsumen dan tidak langsung melalui reseller.