

RINGKASAN

Implementasi Bauran Pemasaran Produk Susu Bear Brand di CV. Aneka Karya Unggul (Distributor Resmi PT. Nestle Indonesia Probolinggo Area), Bonny Rose Amarawati, NIM D41191142, Tahun 2023, 73 Halaman, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dr. Ir. Ridwan Iskandar, MT (Pembimbing).

Magang merupakan salah satu kegiatan yang penting dan wajib dilakukan oleh seluruh mahasiswa Politeknik Negeri Jember, termasuk di Program Studi D4 Manajemen Agroindustri. Kegiatan Magang dilaksanakan selama 900 jam untuk mahasiswa Program D-IV, kegiatan ini merupakan prasyarat mutlak kelulusan yang diikuti oleh mahasiswa Politeknik Negeri Jember yang dipersiapkan untuk mendapatkan pengalaman dan keterampilan khusus di dunia industri sesuai bidang keahliannya. Salah satu tempat Magang mahasiswa adalah CV. Aneka Karya Unggul sebagai distributor Resmi PT. Nestle Indonesia yang berada di Kecamatan Kedopok, Kota Probolinggo.

Implementasi adalah adanya suatu kegiatan, tindakan, aksi atau mekanisme sistem yang mengarah pada adanya bukan hanya suatu kegiatan, tetapi suatu kegiatan yang direncanakan dan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan.

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan dalam suatu perusahaan. Rangkaian *Marketing Mix* meliputi produk, harga, promosi dan tempat mempunyai pengaruh besar terhadap tindakan konsumen. Keempat unsur yang terdapat dalam *Marketing Mix* tersebut saling berhubungan dan masing-masing elemen didalamnya saling mempengaruhi.

Susu Bear Brand adalah produk PT. Nestle Indonesia yang sudah lama didistribusikan oleh CV. Aneka Karya Unggul. Dalam penjualannya, Susu Bear Brand mengalami naik turun penjualan. Diantara produk kompetitor seperti Susu Steril Indomilk, Susu Bear Brand menempati urutan margin terbesar kedua setelah Susu Steril Indomilk. Besarnya margin yang berasal dari harga beli dan harga jual

suatu produk dapat menjadi salah satu alat untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memenangkan persaingan. Harga merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi volume penjualan suatu produk di perusahaan. Namun masih ada faktor lain dari bauran pemasaran yaitu faktor produk, tempat dan promosi.

Dengan diluncurkannya produk kompetitor, hasil penjualan Susu Bear Brand masih cukup lemah dan tidak mencapai target. Identifikasi masalah menggunakan diagram ishikawa menggunakan pendekatan 6M (*Man, Material, Method, Market, Money, dan Machine*). Pada faktor *man* yang menjadi permasalahan yaitu karyawan kurang teliti saat penginputan orderan dan salesman kurang maksimal dalam promosi. Pada faktor *methods* permasalahan yang terjadi adalah kurang adanya promo produk dan metode promosi terbatas. Pada faktor *market* permasalahan yang terjadi yaitu harga produk pesaing lebih rendah. Pada faktor *material* tidak ada masalah yang terjadi. Pada faktor *money* tidak ada masalah yang terjadi. Pada faktor *machine* tidak ada permasalahan yang terjadi.

(Jurusan Manajemen Agribisnis, program studi D-IV Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember)