

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Politeknik merupakan perguruan tinggi yang menerapkan sistem pendidikan vokasi. Sistem pendidikan vokasi ialah pendidikan yang berfokus pada pengembangan keterampilan teknis dan pengetahuan spesifik. Pendidikan vokasi bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan kerja yang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terapan serta sesuai dengan perkembangan dunia kerja. Politeknik menjadi salah satu tempat menempa ilmu dan pengalaman yang memadai untuk membentuk kemampuan profesional di bidang keahlian tertentu misalnya dengan kegiatan magang.

Magang adalah kegiatan penting dan wajib bagi semua mahasiswa yang tercantum dalam kurikulum Politeknik Negeri Jember, termasuk Program Studi D4 Manajemen Agroindustri. PKL dilaksanakan selama 900 jam untuk mahasiswa Program D-IV dan merupakan syarat mutlak kelulusan. Kegiatan ini bertujuan memberikan pengalaman dan keterampilan khusus di dunia industri sesuai bidang keahlian mahasiswa. PKL dilakukan di berbagai tempat sesuai kelompok yang telah ditentukan, dan mahasiswa wajib hadir setiap hari serta mematuhi peraturan yang berlaku. Selama PKL, mahasiswa diharapkan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan untuk menyelesaikan tugas di lokasi PKL. Kegiatan ini diharapkan memberikan pengalaman dan keterampilan yang berguna di lingkungan masyarakat dan dunia kerja, sehingga mahasiswa siap terjun langsung ke dunia kerja yang sesungguhnya.

Era globalisasi dan liberalisasi sangat penting bagi daya saing perusahaan karena memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan dan pertumbuhan. Perusahaan menetapkan strategi terbaik mereka untuk menarik minat konsumen dan memperoleh keuntungan yang maksimal agar tetap kompetitif di pasar yang dinamis. Salah satu strategi pemasaran yang dapat diterapkan ialah dengan kegiatan promosi. Promosi adalah

kegiatan yang melibatkan penyampaian informasi, membujuk, dan mempengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan produk atau jasa oleh konsumen. Tujuan utama dari promosi adalah untuk meningkatkan volume penjualan suatu produk atau jasa. Dalam konteks pemasaran, promosi bertujuan untuk mengomunikasikan produk atau jasa kepada konsumen, sehingga menciptakan permintaan yang berkelanjutan dan menjadikan konsumen sebagai pelanggan setia.

PT Nestle Indonesia merupakan anak perusahaan Nestle S.A., perusahaan makanan dan minuman terbesar di dunia. Slogan Nestle ialah “*Good Food, Good Life*” yang artinya mereka berkomitmen untuk keberlanjutan dan meningkatkan kualitas hidup melalui produknya. PT Nestle Indonesia didirikan pada tahun 1971 dan berkantor pusat di Jakarta. Nestle Indonesia berfokus pada produksi berbagai macam produk, termasuk kembang gula, cokelat, kopi, minuman, nutrisi bayi, nutrisi keluarga, dan produk kuliner. Salah satu produk yang diproduksi oleh PT Nestle Indonesia ialah Dancow *Growing Up Milk* (GUM).

Dancow *Growing Up Milk* (GUM) merupakan produk yang sudah lama dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Produk ini dirancang khusus untuk pertumbuhan dan perkembangan anak. Dancow *Growing Up Milk* (GUM) didistribusikan oleh UD Andatu Mulia melalui beberapa saluran distribusi yang dimiliki seperti disalurkan ke *Local Supermarket* (LSM) dan *Local Minimarket* (LMM) yang ada di Kabupaten Jember. Penjualan Dancow *Growing Up Milk* (GUM) fluktuatif tergantung pada keadaan pasar dan perilaku konsumen. Penjualan Dancow *Growing Up Milk* (GUM) selama bulan September hingga November naik turun dan kurang optimal dengan penjualan tertinggi di bulan September, namun di bulan Oktober penjualannya mengalami penurunan. Pada bulan November penjualan Dancow mengalami kenaikan.

Dancow *Growing Up Milk* (GUM) ialah salah satu produk yang memiliki target penjualan yang tinggi diantara produk-produk Nestle lainnya. Penjualan Dancow *Growing Up Milk* (GUM) yang mengalami kenaikan dan penurunan ini disebabkan karena aktivitas promosi yang dilakukan kurang maksimal. Perusahaan menerapkan aktivitas promosi produk Dancow *Growing Up Milk* (GUM) yang umum dilakukan oleh pesaing, seperti melakukan diskon harga, membuat *display*

produk secara khusus, dan mengadakan perlombaan anak-anak. UD Andatu Mulia perlu melakukan analisis terhadap promosi khususnya di *Local Supermarket* (LSM) untuk pemasaran produk Dancow *Growing Up Milk* (GUM) guna mengatasi tantangan yang dihadapinya, sehingga penjualan dapat meningkat dan mampu bersaing dengan baik di pasar. Sebagai bagian dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berlangsung selama lima bulan di UD Andatu Mulia, yang merupakan distributor resmi PT Nestlé Indonesia di Jember, fokus pembahasan akan diarahkan pada penerapan promosi produk Dancow *Growing Up Milk* (GUM) khususnya di *Local Supermarket* (LSM).

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

### 1.2.1 Tujuan Umum Magang

Adapun tujuan umum kegiatan magang di UD Andatu Mulia ialah sebagai berikut :

1. Memberikan pengetahuan dan pengalaman praktis bagi mahasiswa terkait aktivitas di perusahaan.
2. Membiasakan mahasiswa untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara profesional dalam lingkungan kerja.
3. Mengasah kemampuan mahasiswa dalam berpikir kritis terhadap fenomena yang ditemui di tempat kerja.
4. Melatih mahasiswa untuk beradaptasi dengan lingkungan perusahaan dan meningkatkan pemahaman mereka dalam menjalankan tugas yang diberikan.

### 1.2.2 Tujuan Khusus Magang

Adapun tujuan khusus kegiatan magang di UD Andatu Mulia ialah sebagai berikut :

1. Mampu menjelaskan dan melakukan promosi produk Dancow *Growing Up Milk* (GUM) di UD Andatu Mulia Distributor Resmi PT Nestle Indonesia.
2. Mampu mengidentifikasi permasalahan promosi produk Dancow *Growing Up Milk* (GUM) di UD Andatu Mulia Distributor Resmi PT Nestle Indonesia.
3. Mampu memberikan solusi permasalahan promosi produk Dancow *Growing Up Milk* (GUM) di UD Andatu Mulia Distributor Resmi PT Nestle Indonesia.

### 1.2.3 Manfaat Magang

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan magang di UD Andatu Mulia ialah sebagai berikut :

1. Mahasiswa mendapatkan pengalaman praktik yang relevan dengan bidang studi.
2. Mahasiswa memperoleh pengetahuan mengenai strategi promosi pemasaran produk di UD Andatu Mulia.
3. Mahasiswa mampu mengembangkan kemampuan berpikir kritis dalam mengatasi permasalahan perusahaan, khususnya di bidang penjualan, serta menawarkan solusi yang tepat.

### 1.3 Lokasi dan Jadwal Kerja

Kegiatan magang ini berlokasi di UD Andatu Mulia yang beralamat di Jl. MH. Thamrin No. 98, Limbung Sari, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Waktu pelaksanaan magang ini dilaksanakan selama 5 bulan pada tanggal 10 Juli 2024 sampai dengan 6 Desember 2024. Jadwal magang disesuaikan dengan jam kerja perusahaan yaitu Senin-Sabtu pukul 07.30 WIB – 16.30 WIB.

### 1.4 Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan magang di UD Andatu Mulia ialah sebagai berikut :

#### 1. Praktik Magang Langsung

Mahasiswa melaksanakan kegiatan magang secara langsung yang didampingi oleh pembimbing, termasuk bekerja dengan salesman, kasir, pengawas, admin, dan kepala gudang.

#### 2. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan dengan pembimbing lapang dan seluruh elemen sumber daya manusia di UD Andatu Mulia meliputi *salesman*, karyawan administrasi, kasir, *controller*, dan MTM untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan pemasaran di UD Andatu Mulia.

3. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan secara langsung di UD Andatu Mulia dan ketika mengunjungi toko untuk mendapatkan informasi langsung di lapangan.

4. Studi Literatur

Mahasiswa mengumpulkan data dari berbagai sumber dan literatur dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan yang mencakup teori-teori yang mendukung penulisan laporan magang.

5. Dokumentasi

Mahasiswa mengumpulkan informasi melalui pengambilan gambar, data berupa tulisan atau angka, dan proses pengumpulan informasi tentang lokasi, struktur organisasi, ketenagakerjaan, *layout* lingkungan kerja, promosi pemasaran produk terkait.