

RINGKASAN

Peningkatan Produktivitas Kinerja Sales Pada UD Andatu Mulia Distributor Resmi PT. Nestlé Indonesia Kabupaten Jember, Duwi Robi Hosnaini, NIM D41211370, Tahun 2025, 46 Halaman. Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Ibu Naning Retnowati, S.TP, MP.

UD Andatu Mulia sebagai distributor resmi memiliki peran utama yaitu mendistribusikan barang dagangan kepada outlet-outlet dan konsumen. Hal ini tidak terlepas dengan peran sumberdaya manusia yang ada di perusahaan tersebut. Penerapan teknologi seperti aplikasi manajemen rute dan sistem CRM (*Customer Relationship Management*) menjadi penting dalam mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan serta merencanakan strategi penjualan yang lebih efektif. Pengembangan kompetensi sales melalui pelatihan dan pengembangan berkelanjutan juga menjadi fokus utama untuk meningkatkan pengetahuan produk dan keterampilan komunikasi mereka. Melihat peran sales yang sangat penting dalam perusahaan yang menjual suatu produk, maka peningkatan produktivitas sales menjadi hal yang diperlukan suatu perusahaan. Melalui produktivitas peningkatan sales ini, dapat melihat dari hal-hal yang perlu dilakukan ataupun dipertahankan didalam sistem perusahaan.

Tujuan khusus dari pelaksanaan kegiatan Magang di UD Andatu Mulia yaitu mampu menjelaskan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas kinerja salesman pada UD Andatu Mulia distributor resmi PT. Nestle Indonesia Kabupaten Jember serta mampu mengidentifikasi permasalahan dan memberikan alternative solusi produktivitas kinerja sales pada UD Andatu Mulia distributor resmi PT. Nestle Indonesia Kabupaten Jember.

Road to market adalah aktivitas yang dilakukan bersama sales general trade untuk mengunjungi pasar. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memahami kondisi lapangan yang sebenarnya. *Road to Market* adalah serangkaian langkah strategis yang diambil oleh perusahaan untuk mempersiapkan dan meluncurkan produk atau layanan

baru ke pasar. Proses ini mencakup berbagai kegiatan mulai dari riset pasar, pengembangan produk, dan perencanaan strategi pemasaran hingga distribusi dan peluncuran produk. Tujuannya adalah memastikan produk atau layanan yang diluncurkan dapat diterima dengan baik oleh pasar dan mencapai kesuksesan yang diinginkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas kinerja sales antara lain keterampilan berkomunikasi, pemahaman tentang kondisi pasar, dan pengelolaan stres. Salesman dikatakan produktif dan mencapai produktivitas yang diharapkan oleh perusahaan jika terdapat peningkatan dalam kunjungan dan penjualan setiap harinya. Dan untuk permasalahan sales dapat disebabkan oleh lima faktor utama: kurangnya pelatihan (*Man*), kurangnya teknologi manajemen rute dan sistem CRM (*Machine*), kualitas data pelanggan yang buruk (*Material*), tidak adanya segmentasi pasar yang efektif (*Method*), dan kondisi pasar yang berubah-ubah serta persaingan yang ketat (*Environment*). Solusinya melibatkan peningkatan pelatihan, investasi teknologi, peningkatan kualitas data, segmentasi pasar, dan adaptasi strategi penjualan.

(Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember)