

RINGKASAN

“Manajemen Pemasaran Teh Celup Rolas Asli 50 gram Pada PT Rolas Nusantara Mandiri - Rollaas *Mart* Wonosari Malang”, Utami Rahayu, NIM D41220836, Tahun 2025, 59 Halaman, Manajemen Agribisnis, Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Paramita Andini, S.ST., M.ST (Dosen Pembimbing Magang).

PT Rolas Nusantara Mandiri didirikan pada tahun 2012 sebagai anak Perusahaan dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PTPN XII. Perusahaan ini bergerak di bidang agroindustri dengan fokus mengembangkan dan menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi dari hasil perkebunan, yang kemudian dikemas dengan kemasan yang lebih baik dan memiliki daya jual tinggi untuk dipasarkan kepada masyarakat. PT Rolas Nusantara Mandiri merupakan salah satu Perusahaan yang dijadikan sebagai lokasi pelaksanaan kegiatan magang. Kegiatan Magang adalah kegiatan pendidikan, pelatihan dan pembelajaran yang dilaksanakan di dunia industri dalam upaya pendekatan ataupun meningkatkan kualitas dari mahasiswa dengan kompetensi mahasiswa sesuai dengan bidangnya. Kegiatan magang juga dapat menambah bekal untuk masa mendatang guna memasuki dunia kerja. Kegiatan Magang di PT Rolas Nusantara Mandiri dilakukan dengan tujuan khusus yaitu mampu menjelaskan tentang manajemen pemasaran, mampu mengidentifikasi masalah, dan memberikan solusi penyelesaian dalam penerapan manajemen pemasaran PT Rolas Nusantara Mandiri – Rollaas *Mart*.

Perusahaan ini mengolah produk dari perkebunan PTPN I Regional 5, khususnya komoditas teh yang diproduksi dan dikemas untuk memenuhi kebutuhan pasar. Selama pelaksanaan magang, mahasiswa terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas operasional Perusahaan, mulai dari pengenalan jenis produk, pengamatan serta keterlibatan dalam proses produksi dan pengemasan teh celup, hingga kegiatan pengecekan dan pengendalian stok produk di gudang. Selain itu, mahasiswa juga berpartisipasi dalam kegiatan distribusi produk ke berbagai saluran pemasaran serta mendukung aktivitas pemasaran yang dilakukan secara *offline* melalui Rollaas *Mart*, maupun secara *online* melalui media sosial.

Pada PT Rolas Nusantara Mandiri – Rollaas *Mart*, manajemen pemasaran produk tersebut telah diterapkan secara sistematis melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Perencanaan pemasaran dilakukan dengan menetapkan target pasar, strategi penjualan, serta penentuan saluran distribusi yang sesuai. Pengorganisasian diwujudkan melalui pembagian tugas dan tanggung jawab antarbagian yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Pelaksanaan pemasaran dilakukan melalui berbagai saluran, baik secara langsung di toko Rollaas *Mart* dan depo, maupun secara digital melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace seperti *Instagram*, *Shopee*, dan *TikTok Shop*. Selanjutnya, fungsi pengendalian dilakukan dengan memantau penjualan dan ketersediaan produk guna memastikan kegiatan pemasaran berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Hal ini didukung oleh bauran pemasaran dalam aspek produk, harga, tempat, dan promosi. Produknya berkualitas, harganya kompetitif, dan didukung oleh distribusi yang memadai.

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti kurangnya tenaga SDM penjualan, tidak ada mesin kasir sehingga masih pencatatan manual, tidak ada pengukuran kepuasan konsumen secara rutin dan volume penjualan dipengaruhi oleh musim kunjungan wisata. Solusi dari permasalahan yang terjadi dalam kegiatan pemasaran adalah menambah tenaga kerja, mengimplementasikan sistem kasir digital, melakukan pengukuran kepuasan konsumen secara rutin dan terstruktur, misalnya melalui kuesioner singkat, survei *online*, atau kotak saran dan mengembangkan sistem reseller dengan merekrut mitra penjualan dari luar area wisata.

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