

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek Kerja Lapang (PKL) merupakan kegiatan yang wajib dilakukan oleh mahasiswa Politeknik Negeri Jember ketika menempuh semester VIII. Mata Praktek Kerja Lapang (PKL) ini memiliki bobot sebanyak delapan (8) SKS dan merupakan persyaratan yang ditempuh untuk menyelesaikan pendidikan D-IV Manajemen Agroindustri di Politeknik Negeri Jember. Kegiatan ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa guna menerapkan ilmu yang telah diterima di bangku kuliah, dan juga dengan adanya kegiatan ini diharapkan mahasiswa mendapatkan pengalaman dan juga gambaran mengenai dunia kerja.

PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk merupakan salah satu perusahaan besar yang memproduksi produk minuman. Adapun produk yang diproduksi oleh PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk adalah susu, teh, *health drink*, dan *Sweetened Condensed Milk* (SCM). PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk merupakan produsen terbesar untuk produk susu cair, dan menjadi perusahaan terbesar keempat di bidang produk teh siap minum (*ready to drink*).

Keadaan persaingan pasar yang semakin ketat dan kompetitif pada usaha minuman, dengan banyaknya pendatang baru pada usaha minuman, ditengah permintaan konsumen yang semakin beraneka ragam dan semakin selektif, menuntut PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk untuk dapat menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan, agar dapat mempertahankan bahkan memperluas pasar. Untuk mempertahankan dan memperluas pasar perlu dilakukan pengelolaan terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan, sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai meskipun perusahaan merupakan perusahaan yang dikategorikan sebagai perusahaan besar. Dalam hal penjualan produk, perusahaan membagi *business channel*nya menjadi tiga, yaitu; *general trade*, *special channel*, dan *modern trade*. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat lebih memfokuskan pelayanan penjualan untuk masing-masing *business channel*.

Special channel merupakan divisi yang menangani *customer* berupa institusi (institusi milik Negara dan industri), HORECA (hotel, restoran, café), kantin sekolah, *leisure park*, dan koperasi. Divisi *special channel* memiliki tiga tugas utama yaitu *develop* (mengembangkan pasar produk ultrajaya pada *special channel* yang menjadi fokus kegiatan), *relationship* (membangun dan membina hubungan dengan instansi atau lembaga yang menjadi *customer*). Dan juga *maintenance* (menjaga hubungan baik dengan *customer*).

Berdasarkan kegiatan Praktek Kerja Lapang yang dilakukan, maka pembahasan dalam laporan Praktek Kerja Lapang ini lebih difokuskan pada kegiatan pemasaran produk Ultrajaya, dan objek pembahasan dalam laporan Praktek Kerja Lapang ini adalah “Manajemen Pemasaran PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk pada Saluran Pemasaran Khusus (*Special Channel*)”.

1.2 Tujuan

1.2.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari pelaksanaan Praktek Kerja Lapang (PKL) di PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. adalah sebagai berikut:

- a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai dunia kerja, terutama pada proses pemasaran produk.
- b. Dapat mengembangkan keterampilan yang belum didapatkan pada saat perkuliahan.
- c. Dapat membedakan teori yang didapatkan diperkuliahan dan pelaksanaan di dunia kerja, serta menjadikan mahasiswa berpikir lebih kritis terhadap permasalahan yang dihadapi.

1.2.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari pelaksanaan Praktek Kerja Lapang (PKL) di PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. adalah dapat menjelaskan manajemen pemasaran produk PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk, pada *special channel*.

1.3 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Praktek Kerja Lapang (PKL) ini, dilaksanakan di kantor pemasaran Jakarta PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk yang berlokasi di Jl. Rawa Terate I. No 5, Kawasan Industri Pulogadung, Jakarta Timur. Waktu pelaksanaannya yaitu selama 3 bulan (512 jam), yaitu pada tanggal 8 Maret 2016 - 27 Mei 2016.