

RINGKASAN

“STRATEGI PEMASARAN TEH SEDUH ROLAS PREMIUM DI UNIT TEH CELUP PT. ROLAS NUSANTARA MANDIRI WONOSARI-MALANG ” Mohammad Farhan Wardito, NIM D31181479, Tahun 2021, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Oktanita Jaya A, SE, MP. (Dosen Pembimbing).

Praktek Kerja Lapangan adalah salah satu bentuk emplementasi secara sistematis dan sinkron antara program pendidikan di perkuliahan dengan program penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan kerja secara langsung didunia kerja untuk mencapai tingkat keahlian tertentu. Kegiatan Praktek Kerja Lapang ini dilaksanakan di PT. Rolas Nusantara Mandiri Unit Teh Celup di Malang.

PT Rolas Nusantara Mandiri Unit Teh Celup yaitu anak perusahaan dari PTPN XII yang merupakan Badan Usaha Milik Negara yang memproduksi teh hitam. PT Rolas Nusantara Mandiri terdapat berbagai unit usaha diantaranya unit teh celup, agrowisata, kuliner. Penghasilan dari PT Rolas Nusantara Unit Teh Celup terdapat pada produksi teh yang dikemas secara mandiri dan dipasarkan di beberapa depo rolas seperti di depo surabaya, malang, banyuwangi dan jember. Teh yang dikemas di Unit Teh Celup yaitu teh celup dan teh seduh. Teh yang diproduksi oleh PT Rolas Nusantara Mandiri Unit Teh Celup dikemas dengan menggunakan kardus yang dikerjakan manual oleh karyawan. Pengemasan dilakukan untuk menjaga kualitas teh agar tidak terkontaminasi oleh lingkungan sekitar.

Pada laporan praktek kerja lapang ini, berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis ingin memfokuskan pada kegiatan pemasaran yaitu pada produk teh seduh premium. Dari yang telah diamati perusahaan ini kurang memiliki manajemen pemasaran yang baik, hal ini bisa dilihat dari jumlah penjualan dan peminatnya. PT Rolas Nusantara Mandiri Unit Teh Celup menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) untuk memasarkan produk-produknya dan perusahaan ini tidak mengutamakan kegiatan promosi akan tetapi

lebih fokus pada pelayanan konsumen karena kegiatan promosi membutuhkan biaya yang besar, bahkan UTC PT Rolas tidak menggunakan promosi berbayar. Strategi yang diterapkan oleh UTC yaitu, *sales promotion*, dan *personal selling*.