

**LAPORAN KUNJUNGAN KERJA LAPANGAN**  
**YAKULT LADYS DALAM PEMASARAN SUSU**  
**KESEHATAN PT. YAKULT INDONESIA PERSADA**  
**MOJOKERTO – JAWA TIMUR**

**Disusun Oleh:**  
**APRINALDI**  
**18191003P**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS BINADARMA**  
**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

**JUDUL** : **Yakult Ladys Dalam Pemasarna Susu Kesehatan PT  
Yakult Indonesia Persada Mojokerto- Jawa Timur**

**NAMA** : **APRINALDI**

**NIM** : **18191003P**

Dosen Pembimbing

Dr.Dessy Misnawati, M.I.Kom

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dr.Dessy Misnawati, M.I.Kom

## **KATA PENGANTAR**

Puja dan puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya. Sehingga laporan ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan berupa dorongan, semangat dan bimbingan kerja sama dari berbagai pihak yaitu kepada :

1. Rektor Universitas Bina Darma Palembang Prof. Dr. H. Zainuddin Ismail, S.E.,M.M
2. Dekan Ilmu Komunikasi, Prof. Hj. Isnawijayani, Ph. D selaku dosen pembimbing lapangan kunjungan industri surabaya- malang yang telah membimbing kami selama berada disana .
3. Dr. Desy Misnawati, S. Sos., M.I.Kom Selaku Ketua Program Studi Komunikasi Dan ketua pelaksana kunjungan industry. serta dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis dalam penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan.
4. Pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan,terima kasih atas bantuan dan do'a restu yang berhubungan dengan kegiatan kunjungan industri.

Penyusun menyadari bahwa laporan ini masih kurang dari sempurna. Oleh karena itu penyusun mohon maaf atas kekurangan dalam pembuatan laporan. Semoga laporan ini berguna bagi semua pembaca.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Dan Manfaat Kunjungan Kerja Lapangan .....	4
1.3.1 Tujuan Kunjungan Kerja Lapangan .....	4
1.4 Manfaat Kunjungan Kerja Lapangan .....	4
1.4.1 manfaat bagi mahasiswa .....	4
1.4.2 mamfaat bagi perusahaan .....	4
<b>BAB II GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN</b>	
2.1. Gambaran Umum .....	5
2.1.1. Profil Prusahaan .....	5
2.1.2. Vis,Misi, dan Tujuan Perusahaan .....	6
2.1.3. Sejarah Perusahaan.....	6
2.1.4. Alur Proses Pembuatan Yakult .....	9

2.2. Program Kegiatan.....	11
2.3. Hasil Temuan Lapangan .....	14
2.4. Landasan Teori.....	15
2.5. Pembahasan.....	16
2.5.1. Teori Marketing Mix .....	16
2.5.2. Product.....	19
2.5.3. Price .....	22
2.5.4. Place.....	23
2.5.5. Proses.....	24
2.5.6. Promition .....	24
2.6.7. People .....	25
2.5.8 Physical Evidence.....	25
2.6. Analisis SWOT .....	25
2.6.1. Strenght.....	25
2.6.2. Weakness .....	26
2.6.3. Opportunity.....	26
2.6.4. Threat.....	26
 <b>BAB III PENUTUP</b>	
3.1Kesimpulan .....	27

3.2	Saran.....	27
	Daftar pustaka .....	29
	Lampiran .....	30

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kunjungan Kerja Lapangan bukan merupakan hal yang asing lagi bagi mahasiswa. Kegiatan KKL merupakan kegiatan yang memadukan observasi, kunjungan dan wisata mahasiswa ke tempat - tempat, instansi, ataupun lembaga yang berkaitan dengan disiplin ilmu ataupun bidang yang ditekuni mahasiswa di perguruan tinggi. Objek kunjungan KKL mahasiswa dapat berupa tempat, instansi atau lembaga yang berhubungan dengan kewirausahaan, sains, IPTEK, maupun pendidikan.

Kegiatan KKL lebih banyak melibatkan kegiatan pengamatan atau observasi dan mahasiswa memang belum diwajibkan untuk melakukan pemberdayaan kepada masyarakat. Sedangkan kegiatan KKN memang mewajibkan mahasiswa untuk langsung memberikan kontribusi kepada masyarakat melalui pengabdian dan pemberdayaan di lingkungan masyarakat.

KKL yang telah diprogramkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma ini memang bertujuan memberikan pengalaman dan wawasan kepada para mahasiswa mengenai kehidupan di masyarakat maupun dunia kerja. Pengalaman belajar yang diperoleh dari kegiatan KKL yang didapatkan mahasiswa harapannya dapat memberikan bekal hidup dalam bersosialisasi dan mengabdikan kepada masyarakat selepas dari perguruan tinggi nanti. Dengan adanya

pengalaman belajar ini, akan meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam mempersiapkan diri menghadapi keadaan masyarakat dan dunia kerja yang sesungguhnya. Melalui pengamatan ataupun observasi ketika KKL, mahasiswa akan melihat berbagai masalah serta cara menghadapi masalah tersebut yang kadang tidak dapat dijumpai di bangku perkuliahan.

Sehat adalah sebuah kondisi maksimal, baik dari fisik, mental dan sosial sehingga dapat melakukan suatu aktifitas yang menghasilkan sesuatu. Kondisi tubuh yang sehat pada manusia dapat kita lihat dari kebugaran tubuh. Dalam sebuah lingkungan masyarakat terkadang mengalami beberapa masalah kesehatan masyarakat, baik muda, tua, wanita, pria.

Kondisi kesehatan masyarakat Indonesia dikatakan semakin membaik, kita dapat melihat dari berita atau info info kesehatan penduduk indonesia. Jika tahun tahun sebelumnya terdapat banyak macam jenis penyakit yang menyerang penduduk indonesia pada tahun ini penderita jenis penyakit tersebut semakin berkurang.

Masyarakat Indonesia mulai untuk berpikir dengan kesehatan jangka panjang. Hal ini ditandai dengan mulai berkembangnya tingkat ekonomi masyarakat di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat memberikan dampak positif pada kesadaran masyarakat Indonesia akan kesehatan diri sendiri maupun keluarganya. Kesadaran akan pentingnya kesehatan pada masyarakat Indonesia dapat dilihat pada banyaknya keluarga yang mulai berpikir rasional jika mengalami keadaan sakit langsung dirujuk kepada dokter atau rumah sakit, berbeda dengan

dahulu yang hanya mengandalkan seorang dukun atau hal-hal mistis lainnya untuk mengobati orang yang sakit.

Penjelasan di atas sekarang mulai banyak produk-produk kesehatan yang berkembang di masyarakat, hal ini disambut baik oleh masyarakat karena masyarakat juga butuh akan produk-produk kesehatan yang bisa mencegah tubuhnya dari berbagai macam penyakit dan bisa menyembuhkan salah satu jenis penyakit.

Kesadaran akan kesehatan pada masyarakat Indonesia membuat perusahaan membuat berbagai macam cara untuk menciptakan produk-produk untuk meningkatkan kesehatan masyarakat Indonesia. Perusahaan banyak melakukan penelitian yang berkepanjangan untuk bisa menciptakan produk-produk yang mampu menyembuhkan berbagai jenis penyakit umum, serta untuk mencegah dari berbagai penyakit.

Perusahaan berusaha untuk mencari dan menemukan cara-cara efektif mengenalkan produk kesehatan. Salah satunya perusahaan PT.Yakult Indonesia Persada yang memproduksi susu fermentasi untuk kesehatan usus dan menggunakan berbagai macam cara agar konsumen bisa tertarik dan membeli produk kesehatan tersebut. Salah satunya adalah lewat metode promosi dan penjualan-penjualan yang unik yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.

Dalam komunikasi pemasaran ada strategi yang dapat membuat sebuah produk berbeda dengan produk kompetitorlain bahkan dapat melebihinya, yaitu diferensiasi promosi melalui marketing mix. Diferensiasi adalah cara merancang sebuah perbedaan yang berarti untuk membedakan perusahaan dari pesaingnya. sehingga

hasilnya dapat dinilai oleh konsumen dan memberikan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan keputusan konsumen.

Yakult sebagai produk dari PT Yakult Indonesia Persada adalah “ Sebagai Pelopor Prebiotik minuman Yakult yang sehat yang membantu dalam menjaga usus”. Produk ini berbentuk minuman probiotik mirip yogurt yang dibuat dari fermentasi skimmed milk dan gula dengan bakteri *Lactobacillus casei*. Yakult dipromosikan sebagai minuman yang baik untuk kesehatan. Minuman yang mengandung bakteri yang bermanfaat untuk menekan pertumbuhan bakteri jahat.

Kegiatan marketing PT.Yakult Indonesia sudah bersifat modern, yakni tidak berfokus pada Advertising (media social).dalam menjalankan aktivitasnya baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maupun barang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu perusahaan juga ingin memberikan kepuasan kepada konsumen atas produk yang yang dihasilkannya,

Karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur dari keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas, dan yang diinginkan oleh konsumen.Dalam mencapai strategi pemasaran yang tepat dan terbaik untuk diterapkan, salah satunya perusahaan dapat melihat dari faktor bauran pemasaran.Hal tersebut penting karena bauran pemasaran merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka penulis merumuskan pokok permasalahannya, “ Bagaimana komunikasi pemasaran PT.Yakult Indonesia menggunakan marketing mix?”.

## **1.3 Tujuan Dan Manfaat Kunjungan Kerja Lapangan**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan penelitian yang penulis teliti adalah : mengetahui strategi marketing mix apa yang di gunakan oleh PT.yakult Indonesia untuk mempromosikan produknya

### **1.3.1 Tujuan Kunjungan Kerja Lapangan**

1. untuk mengetahui strategi apa yang di jalankan oleh PT.Yakult Indonesia
2. untuk mengetahui bagaimana pemasaran yang dilakukan oleh PT.Yakult Indonesia
3. untuk mengetahui hambatan dalam melakukan pemasaran produk PT.Yakult Indonesia
4. untuk mengetahui manfaat apa saja yang kita peroleh dari PT.Yakult Indonesia dan wisatawan yang datang.

## **1.4 Manfaat Kunjungan Kerja Lapangan**

### **1.4.1 Manfaat bagi mahasiswa :**

Menambah Pengetahuan Tentang Srtategi Pemasaran Yang Di jalankan oleh PT.Yakult Indonesia.

#### **1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan :**

Diharapkan Dapat Memberikan Masukan Pada Pihak Yang Terkait Yang Dapat Di Terapkan Di Semua Industry Khususnya Yang Bergerak Di Bidang Makanan Dan Minuman Kesehatan.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN**

#### **2.1. GAMBARAN UMUM**

##### **2.1.1. PROFIL PERUSAHAAN**

Yakult telah berdiri sejak 1991 berkantor Pusat di Jakarta dan pada tahun 2020 ini telah berusia lebih dari 29 tahun. PT Yakult Indonesia Persada adalah perusahaan PMA berasal dari Jepang yang memproduksi serta mendistribusikan Yakult, Minuman Susu Fermentasi – Minuman Keluarga Sehat Setiap Hari.

Sebagai produk Minuman Susu Fermentasi – Minuman Keluarga Sehat Setiap Hari, Yakult berkewajiban menyebarkan arti dan manfaatnya kepada seluruh masyarakat. Dengan pemikiran Shirota-ism, kami senantiasa tetap berusaha menyebarkan informasi bakteri baik sehingga tingkat produktifitas dan masa hidup bangsa bisa lebih baik di masa yang akan datang.



**Gambar 2.1**

(Sumber gambar : <https://www.google.com/imgres>)

A. Nama Perusahaan : PT YAKULT INDONESIA PERSADA

Alamat Perusahaan : Plaza PP Lt. 7, Jl. TB. Simatupang No. 57 Jakarta 13760, Indonesia.

### **2.1.2 VISI, MISI, DAN TUJUAN PERUSAHAAN**

1. Moto Produk : Cintai Ususmu, Minum Yakult Setiap Hari
2. Visi Perusahaan : Mengekplorasi kemungkinan pemanfaatan bakteri berguna untuk meningkatkan kesehatan manusia.

3. Misi Perusahaan : Sebagai Pelopor Prebiotik minuman Yakult yang sehat yang membantu dalam menjaga usus
4. Tujuan Perusahaan : 1. Meraih profit dan benefit perusahaan dengan menjadi pelopor Probiotik minuman sehat untuk keluarga dengan mengoptimalkan untuk pemeliharaan usus, melalui tenaga kerja dan karyawan yang memiliki komitmen terhadap perusahaan dan lingkungan.
2. Memberikan komitmen kepada konsumen untuk tetap mempertahankan misi tersebut dengan mengintegrasikan semua aspek perusahaan.
5. Sasaran : Semua lapisan masyarakat.

### **2.1.3. SEJARAH PERUSAHAAN**

Yakult ditemukan oleh doktor Minoru Shirota pada 1930. Pada 1935, ia mendirikan Yakult Honsha Co., Ltd. (Kabushiki-gaisha Yakuruto Honsha) untuk memasarkan minuman ini. Sejak saat itu, Yakult telah memperkenalkan berbagai minuman yang mengandung bakteri *Bifidobacterium breve*, dan telah menggunakan *lactobacilli* untuk mengembangkan kosmetika. Yakult Honsha juga memainkan peran penting dalam penelitian obat kemoterapi irinotecan.

Yakult juga memiliki salah satu tim bisbol terbesar di Jepang, Tokyo Yakult Swallows. Saat ini, Yakult diproduksi dan dijual di Jepang, Asia, Australia, Amerika Latin, dan Eropa, walaupun bakterinya masih diimpor dari Jepang.

Melalui penggalan terhadap ilmu pengetahuan, Yakult terus berusaha menemukan cara baru untuk membuat hidup kita lebih sehat dan berkualitas. Untuk mendukung aktifitas ini pada tahun 1967 telah didirikan lembaga pusat Yakult untuk penelitian mikrobiologi (Yakult Central Institute for Microbiological Research) di Tokyo.

Institut ini telah menghasilkan sejumlah penelitian dengan hasil yang memuaskan. Beberapa penelitian juga telah disebarluaskan kepada masyarakat. Untuk usaha-usaha tersebut, institut ini telah mendapatkan sejumlah penghargaan. Di institut ini, berlandaskan falsafah Shirota-ism, para peneliti mengabdikan untuk mengeksplorasi kemungkinan pemanfaatan bakteri berguna untuk meningkatkan kesehatan manusia. Inilah visi Yakult terhadap "life science". Penelitian yang dilakukan di Yakult Central Institute meliputi :

1. Penelitian dan pengembangan produk-produk makanan.
2. Penelitian dan pengembangan produk kosmetik.
3. Penelitian dan pengembangan produk farmasi.
4. Penelitian bakteri usus.
5. Penelitian dan pemberdayaan bahan-bahan bioaktif.
6. Penelitian bioteknologi.
7. Test keamanan untuk produk dan bahan baku.

PT.Yakult merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang produksi susu fermentasi. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 2 Februari 1990. Pabrik Yakult mulai berproduksi pada bulan Januari tahun 1991 dengan menggunakan dana Penanaman Modal Asing 100% dari Yakult Jepang. Awalnya pabrik Yakult berada di Jakarta. Akan tetapi karena jumlah air bersih semakin sulit di Jakarta maka pabrik ini dipindahkan ke Sukabumi. Lokasi pabrik Yakult ini berada di Desa Pewawahan Cicurug Sukabumi, Jawa Barat, dengan luas tanah 50.000 m<sup>2</sup> dan luas bangunan 12.925 m<sup>2</sup>.

PT Yakult Indonesia Persada adalah “ Sebagai Pelopor Prebiotik minuman Yakult yang sehat yang membantu dalam menjaga usus”. Dengan misi tersebut tujuan strategiknya adalah dengan tetap memberikan komitmen kepada konsumen untuk tetap mempertahankan misi tersebut dengan mengintegrasikan semua aspek perusahaan. Motto Yakult Indonesia adalah “Cintai Ususmu, Minum Yakult tiap hari.”

Pusat penelitian Yakult didirikan ada tahun 1967. Terdapat 300 tenaga ahli yang melakukan penelitian tentang manfaat bakteri yang menguntungkan bagi manusia. Pusat penelitian ini bernama Yakult Central Institute for Microbiological Research yang berlokasi di Jepang.

Bahan-bahan untuk pembuatan yakult adalah sebagai berikut:

1. Air
2. Sukrosa ( gula pasir )

3. Glukosa yang terbuat dari singkong
4. Susu bubuk skim
5. *Lactobacillus casei* Shirota strain
6. Perisa yakult

Bahan-bahan untuk pembuatan botol yakult adalah sebagai berikut:

1. Untuk botolnya terbuat dari biji plastik atau polystirena resin
2. Untuk tutup botolnya terbuat dari aluminium foil

#### **2.1.4.ALUR PROSES PEMBUATAN YAKULT**

##### **a) Ruang Pembibitan**

Proses pembuatan yakult ini diawali dengan tahap pembibitan bakteri yang dilakukan secara manual di ruang pembibitan. Saat pembibitan, susu bubuk skim disterilkan sehingga warnanya berubah menjadi coklat pucat. Kemudian suhunya didinginkan dan dimasukkan ke dalam penampungan besar dan didiamkan selama satu hari atau disebut pemfermentasian. Waktu penampungan saat fermentasi ialah tujuh hari dengan suhu ruangan 37° C.

##### **b) Ruang Pelarutan**

Di ruangan ini susu bubuk skim dan glukosa dilarutkan dan disterilkan kemudian di kirim ke tangki kultur.

##### **c) Ruang Pengkulturan Bakteri**

Di tangki ini bibit *L.casei* Shirota strain dikulturkan untuk mendapatkan jumlah bakteri yang ditentukan dan cita rasa khas yakult.

Tangki ini terlebih dahulu disterilkan dan kemudian dimasukkan susu bubuk skim, glukosa, bibit bakteri yang sudah difermentasi tadi. Kemudian tangki ini difermentasi lagi selama satu minggu dengan suhu tangki 37° C. Tujuannya adalah untuk mendapatkan asam yakult (asam laktat).

d) **Ruang Pencampuran**

Ruangan ini terdapat tangki dengan kapasitas 32.000 Liter. Tangki ini digunakan untuk menyatukan kultur bakteri hidup, susu bubuk skim, glukosa, sirup, dan larutan steril sehingga menjadi yakult kosentrat.

e) **Mesin Pembuatan Botol**

Mesin pencetak botol ini mampu mencetak 11.000 botol/jam dengan menggunakan bahan baku polystirena resin berkualitas tinggi. Pembuatan ini dengan menggunakan system Injection Blow Moulding. Setelah jadi botol ini dikirim ke tempat penampungan botol dengan menggunakan angin yang telah disterilkan dan nantinya botol akan terbawa melalui selang dan tertampung di dalam tangki stenlis stell yang berkapasitas 555.000 botol.

f) **Mesin Penata Botol**

Mesin ini berfungsi mendirikan botol-botol dan membersihkan dari debu yang menempel.

g) **Mesin Pembotolan**

Setiap jam mesin-mesin ini mampu mengisi cairan yakult ke dalam 45.000 botol dengan system hampa udara dan menutup secara otomatis dengan alumunium foil. Di botol ini juga dicetak semua informasi yang ada seperti kandungan nutrisi, tanggal kadaluarsa, dan sebagainya.

h) **Mesin Pengemasan**

Mesin ini mengemas 5 botol yakult menjadi 1 pack dan selanjutnya di pack 10 pack sehingga satu kemasan berisi 50 botol yang dikerjakan otomatis oleh robot. Ada 2 jenis warna kemasan yakult. Putih untuk sistem direct sales seperti penjualan ke toko atau swalayan, sedangkan yang biru untuk sistem distribusi Yakult Lady atau dari rumah ke rumah.

i) **Mesin Pembawa Pallet**

Mesin ini membawa pallet kosong dari ruang pembersihan pallet ke ruang packing. Mesin ini mampu menampung 10.000 botol yakult yang kemudian dibawa ke Cold Room.

j) **Ruang Pendingin**

Di ruangan ini yakult disimpan terpisah berdasarkan warna kemasannya. Suhu ruangan ini sekitar 5° C yang mampu menyimpan 2.700.000 botol.

### k) **Pengiriman**

Cara pengiriman yakult menggunakan mobil box yang dilengkapi pendingin guna menjaga kualitas yakult. Yakult ini kemudian dikirim ke berbagai cabang di seluruh Indonesia. Sistem pengiriman ada 2 yaitu sistem Yakult Lady yang bertugas mengantarkan yakult dari rumah ke rumah, dan sistem direct sales yang dikirim ke toko atau swalayan.

### l) **Ruang Kendali Mutu**

Di ruang ini akan dilakukan sampling dari hasil produk yakult, hal ini bertujuan untuk pengecekan mutu dan keamanan produk. Tugas ini dilakukan oleh seorang quality control yang berpengalaman.

## **2.2 Program Kegiatan**

kegiatan ini dilakukan saat keadaan libur, sehingga kuliah tidak terganggu saat melaksanakan kunjungan kerja lapangan di PT.Yakkult Indonesia Persada. Pada saat melakukan kunjungan industry ibu Dessy Misnawati. M.I.Kom selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi dan juga sebagai ketua pelaksana kegiatan.

menjelaskan tentang PT.yakult Indonesia Persada dan menjelaskan sedikit tentang sejarah dan produk Yakult saat melakukan kunjungan Kerja Lapangan dan

Banyak sekali manfaat yang saya dapat saat kunjungan Kerja Lapangan ke PT. Yakult Indonesia Persada diantaranya sebagai berikut.

1. Mengetahui secara langsung bagaimana suasana pabrik dan juga proses produksi dari produk yakult.
2. Mengetahui bagaimana cara startegi pemasaran yang baik dan efektif.
3. Menambah wawasan tentang minuman kesehatan khusus nya produk Yakult.
4. Mendapatkan pengalama sebagai bekal untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

Adapun table jadwal kegiatan yang di jalankan mulai dari keberangkatan hingga kepulangan kembali ke daerah asal.

**Tabel 2.2**

HARI I	Palembang – Lampung
JAM	
6:00	Peserta berkmpul di halaman Masjid AL-Fatul Akbar
7:00	Berangkat menuju Lampung
12:00	Makan siang di Lokal restoran
13:00	Tiba di Pelabuhan Bakauheni Lampung
18:00	Makan malam di Lokal restoran
20:00	Melanjutkan perjalanan ke Surabaya

HARI II	Surabaya City Tour
JAM	

8:00	Tiba di Mojokerto dan istirahat makan
10:00	Menuju PT.YAKULT INDONESIA PERSADA
12:30	Makan siang di Lokal restoran
14:00	Kembali ke hotel
18:00	Makan malam di Lokal restoran
20:00	Check-in Hotel dan Acara bebas

HARI III	Surabaya City Tour
JAM	
6:00	Sarapan di hotel dan Check-out hotel
9:00	Kunjungan ke Universitas Tujuhbelas Agustus Surabaya
12:30	Makan siang di Lokal restoran
13:00	Kunjungan ke Jtv Dan TVRI
16:00	Melanjutkan perjalanan ke Malang dan makan malam di jalan
20:00	Check-in Hotel dan Acara bebas

HARI IV	Malang City Tour
JAM	
6:00	Sarapan di Hotel
8:00	Wisata ke taman Selecta
12:30	Makan siang di Lokal restoran
14:00	wisata ke Museum Angkut
18:00	Makan malam di Lokal restoran
20:00	Check-in Hotel dan Acara bebas

HARI V	Malang City Tour
JAM	
7:00	Sarapan di Hotel
9:00	Menuju ke Jtim Park 2
12:30	Makan siang di Lokal restoran
15:00	Menuju Pusat Oleh-Oleh Batu Malang
17:00	Menuju ke BNS ( Batu Night Spectacular)
19:00	Makan malam di Lokal restoran
20:00	Check-in Hotel dan Acara bebas

HARI VI	Malang – Palembang
JAM	
6:00	Sarapan di hotel dan Check-out hotel
8:00	Menuju Bandara Internasional Juanda
11:00	check-in Airport
12:45	Take-off Palembang
14:45	Sampai Ke Palembang

laporan KKL kali ini berisikan tentang produk PT.Yakult Indonesia Persada yang di kunjungi pada hari kedua bertempat di komplek pabrik Mojokerto Provinsi Jawa Timur.

### **2.3 Hasil Temuan di Lapangan**

Saat mengunjungi langsung pabrik PT.Yakult Indonesia Persada rombongan mahasiswa universitas Bina Darma tiba di pabrik Yakult Mojokerto dengan sambutan hangat dari para karyawan dan kami di persilahkan untuk memasuki kawasan produksi dan tidak di perbolehkan untuk mengambil foto di ruang produksi. kunjungan.setiap mahasiswa tertib masuk dan diberi ( botol minuman yakult secara cuma-cuma.Pengarahan dilakukan selama beberapa menit.Presentasi disampaikan oleh salah satu karyawan dari yakult.beliau menjelaskan tentang bagaimana awal mula yakult diciptakan. Mahasiswa menyimak dengan seksama.

Seluruh mahasiswa di bagi atas beberapa kelompok guna mengelilingi pabrik produksi PT.Yakult mulai dari melihat seluruh sisi pabrik ,melihat proses pencetakan kemasan dan melihat secara langsung produksi susu yakult mulai dari pengembang biakan bakteri ,pencampuran bakteri dengan bahan baku seperti susu bubuk dan air bersih sampai tahapan pengemasan dan penyimpanan produk di dalam lemari es berukuran sangat besar hingga produk siap di pasarkan.

### **2.4. Landasan Teori**

Pesan dalam Komunikasi pemasaran Pesan (message) merupakan suatu ekspresi simbolis dari pemikiran pengirim (sumber). Dalam komunikasi pemasaran, pesan yang disampaikan mencakup tentang: (1) produk, (2) merek, dan (3) perusahaan. Oleh karena itu, bentuk pesan dalam komunikasi pemasaran bisa berupa

sebuah iklan, sebuah presentasi penjualan, sebuah rancangan kemasan, berbagai petunjuk di tempat-tempat pembelian (point-of-purchase), dan sebagainya (shimp, 2003). Produk dihasilkan melalui proses produksi. Produk atau komoditi tersebut dapat dibedakan menjadi barang dan jasa. Barang adalah alat pemuas keinginan yang dibuat manusia yang dapat dilihat, diraba dan ditimbang (Partadiredja, 1985). Contoh barang misalnya pesawat radio, televisi, video, kamera, mobil, mesin, dan lain-lain. Jasa adalah alat pemuas keinginan manusia yang dibuat manusia, yang tidak dapat dilihat dan diraba, tetapi masih dapat diukur dan dirasakan. Contohnya, pendidikan, siaran radio dan televisi, pelayanan wartawan, lagu, iklan, dan lain-lain. Manusia menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginannya. Kegiatan menggunakan barang dan jasa disebut konsumsi. Barang dihargai karena jasa yang diberikannya seperti kendaraan mobil, dapat membantu memenuhi keinginan pemiliknya dalam hal transportasi, mobilitas, serta prestise (Lipsey, dkk. 1990). Oleh karena itu, pesan produk merupakan simbol yang diarahkan secara selektif yang diperuntukkan dalam mengomunikasikan informasi tentang produk tersebut. Pengarahan dilakukan secara sengaja untuk memengaruhi konsumen. Hal ini dilakukan dengan cara selektif yaitu dengan membuat perbedaan dari berbagai alternatif yang ada.

Komunikasi pemasaran adalah "suatu proses di mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain". Pada

umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

Dengan penerapan strategi *marketing* yang matang, tentu akan mempengaruhi hasil akhir kesuksesan sebuah bisnis. Sederhananya, sebegus apapun produk atau jasa yang kita tawarkan jika kita tidak tahu atau gagal memasarkannya, maka akan sia-sia juga.

Berdasarkan judul laporan yang saya buat dan sinkronnya data yang saya temui di lapangan maka saya teori di gunakan yaitu **MARKETING MIX** dimana teori ini melibatkan variable-variabel yang mendukung pemasaran produk yaitu 7P (product,price,place,process,promotion,people,physical evidence).

## **2.5 PEMBAHASAN**

### **2.5.1. TEORI MARKETING MIX**

tujuan *merkrting mix* meliputi :

#### 1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan salah satu kegiatan penting dalam *marketing mix*. Tujuan utama dari periklanan ini adalah untuk memberikan informasi tentang produk (barang/ jasa) kepada target konsumen dan untuk meningkatkan penjualan. PT. Yakult Indonesia Persada mempunyai priklanan melalui media sosial seperti insatgram,facebook dan tidak hanya media sosial saja Yakult juga bekerja sama

dengan Mitra-Mitra resmi di Setiap Daerah untuk mempromosikan dan menjual produk Yakult.

## 2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Ini adalah kumpulan berbagai alat intensif yang dirancang untuk mendorong pembelian suatu barang/ jasa. Kegiatan ini sebagian besar berjangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang. Tujuan *sales promotion* ini adalah untuk meningkatkan penjualan.

Dengan berkerja sama antara mitra yang telah bersepakat dan di tunjuk oleh pihak PT.Yakult seperti TOKO,GERAI RESMI, dan serta LADY YAKULT yang tersebar di seluruh provinsi,kota sampai daerah pinggiran yang loyal terhadap perusahaan.

## 3. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

*Direct marketing* adalah sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media iklan untuk menghasilkan tanggapan dan atau transaksi yang dapat

diukur pada suatu

lokasi. Tujuan

*direct marketing*

adalah untuk

mengkomunikasika



n produk atau jasa secara langsung kepada konsumen yang dianggap target market potensial.

Pemasaran secara langsung yaitu Melalui Mitra LADY YAKULT. Kegiatan pemasaran tersebut dilaksanakan secara langsung oleh ibu rumah tangga yang bekerja sebagai lady yakult di setiap daerah yang berjalan keliling rumah ke rumah guna memasarkan produk yakult secara langsung kepada konsumen.

#### 4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian terkenal di media massa khususnya di blog-blog orang yang pernah berkunjung ke sana.

*marketing mix* juga mempunyai 7 aspek yaitu

##### 1. Produk (*product*)

Produk pada dasarnya adalah segala hal yang dapat di pasarkan yang dapat memuaskan konsumennya ketika dipakai atau di gunakan. Suatu produk tidak saja merupakan objek-objek yang dapat dilihat namun merupakan suatu gabungan dari berbagai manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen yang tidak saja bersifat fungsional namun juga kebutuhan sosial dan psikologis. (Morissan, 2010)

## 2. Harga (*price*)

Harga dalam bauran pemasaran mengacu pada apa yang harus di berikan konsumen untu membeli suatu barang atau jasa yang bisa mengguankan nilai uang dan bahkan upaya tingkah laku untuk mendukung suatu harga produk tersebut (Morissan,2010)

## 3. Tempat (*place*)

Tempat atau wadah yang digunakan untuk memasarkan suatu produk.*Place* merupakan salah satu faktor penting dalam *marketing mix* agar pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal dan produk yang ditawarkan dapat dengan mudah didapatkan oleh konsumen yang membutuhkan.

## 4. Proses (*process*)

Proses yang dimaksud dalam bauran pemasaran adalah metode, prosedur ataupun urutan kegiatan dalam rangka menyampaikan layanan atau jasa kepada pelanggannya. Semua proses ini perlu dikendalikan secara ketat untuk memastikan pengalaman pelanggan yang konsisten. Proses-proses tersebut biasanya didefinisikan dalam dokumen tertulis yaitu Prosedur Operasi Standar atau *Standard Operating Procedure* (SOP).

## 5. Promosi (*promotion*)

*Promotion* atau Promosi dalam bauran pemasaran adalah strategi yang diterapkan oleh pemasar untuk membuat pelanggan sadar akan keberadaan produk ataupun mereknya. Promosi ini merupakan sebuah bentuk komunikasi perusahaan

pemasar kepada pelanggan tentang produk yang akan ditawarkannya sehingga produk atau layanan yang dimiliki diketahui oleh pelanggan dan juga untuk mempengaruhi pelanggan untuk membelinya. Promosi ini dapat berbentuk iklan, informasi dari mulut ke mulut, katalog, pameran bisnis, sponsor acara dan lain sebagainya.

#### 6. Orang (*people*)

Yang dimaksud dengan orang atau *People* dalam bauran pemasaran adalah karyawan atau petugas yang memberikan pelayanan, termasuk orang-orang yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Elemen ini mencakup seberapa baik orang-orang ini melakukan pekerjaannya dan bagaimana perasaan atau pengalaman pelanggan terhadap layanan mereka.

#### 7. Bukti fisik (*physical evidence*)

Layanan atau Jasa pada dasarnya adalah sesuatu tidak berwujud. Karena tidak berwujud, pelanggan mengharapkan adanya kepastian yang memastikan bahwa layanan yang ditawarkan tersebut benar-benar terjadi seperti yang diharapkan. Bukti Fisik merupakan upaya yang diberikan penyedia layanan untuk menyakinkan pelanggan atau konsumen.

### **2.5.2 PRODUCT**

PT. Yakult Indonesia Persada hanya memproduksi satu jenis produk saja yaitu Yakult. Yakult sendiri dikemas di dalam sebuah botol plastik kecil dan dijual per bungkus isi 5 botol.



**Gambar 2.5.2**

Yakult (Yakuruto) adalah minuman probiotik mirip yogurt yang dibuat dari fermentasi skimmed milk dan gula dengan bakteri *Lactobacillus casei*. Karena *L. casei Shirota* dapat ditemui dalam sistem pencernaan, Yakult dipromosikan sebagai minuman yang baik untuk kesehatan. Minuman yang mengandung bakteri yang bermanfaat untuk menekan pertumbuhan bakteri jahat. Namanya berasal dari jahurto, bahasa Esperanto untuk "yoghurt".

Yakult dibuat dengan cara memfermentasi campuran susu bubuk skim dan glukosa menggunakan bakteri *Lactobacillus casei Shirota* strain, bakteri unggul hasil seleksi dan temuan Dr. Minoru Shirota yang diteruskan sampai saat ini oleh Yakult Central Institute for Microbiological Research.

Yakult dibuat dari bahan-bahan:

1. Bakteri *Lactobacillus casei Shirota* strain hidup

2.Susu bubuk skim

3.Sukrosa dan glukosa

4.Perisa

5. Air

Yakult harus selalu disimpan pada suhu dibawah  $10^{\circ}\text{C}$  karena pada kondisi tersebut bakteri Yakult tidak aktif sehingga kualitas Yakult dapat dipertahankan terjaga. Penyimpanan pada suhu diatas  $10^{\circ}\text{C}$  akan mengakibatkan turunnya kualitas karena bakteri Yakult aktif, menghasilkan asam laktat yang menyebabkan Yakult menjadi asam dan jumlah bakteri hidupnya akan menurun.Yakult tidak memakai bahan pengawet. Yakult dapat bertahan sejak pembuatannya sampai dengan tanggal kadaluwarsanya karena:

1. Asam laktat yang dihasilkan secara alami selama pro ses fermentasi dapat memperpanjang umur simpannya.
2. Pembuatannya secara higienis
3. Penyimpanannya pada suhu dibawah  $10^{\circ}\text{C}$

Yakult bermanfaat untuk meningkatkan kesehatan kita karena dapat membantu:

- a. Mencegah gangguan pencernaan termasuk memudahkan buang air besar dan mencegah diare.
- b. Meningkatkan kekebalan tubuh.
- c. Meningkatkan jumlah bakteri berguna dalam usus.
- d. Mengurangi racun dalam usus.
- e. Membatasi jumlah bakteri yang merugikan.

Yakult dapat diminum setiap hari, kapan saja. Sebagian besar orang lebih suka minum Yakult pada saat atau setelah makan. Disarankan satu botol setiap hari untuk menikmati manfaat Yakult karena dalam 1 ml Yakult terdapat lebih dari 100 juta bakteri *Lactobacillus casei* Shirota strain. Tentu saja Yakult aman diminum lebih dari satu botol sehari dan dapat lebih efektif untuk menciptakan flora usus yang didominasi oleh bakteri yang berguna.

Yakult harus diminum setiap hari karena pemasukan bakteri Yakult secara rutin setiap hari dapat memelihara bakteri berguna dan menjaga usus tetap sehat. Pada saat anda sehat, keseimbangan bakteri usus terjaga dengan baik. Tetapi setiap saat keseimbangan ini dapat terganggu karena menu makanan yang kurang seimbang, stress atau obat-obatan, sehingga muncul masalah serius seperti diare, dll.

Bakteri dalam yakult hanya tinggal sementara dalam usus dan dikeluarkan setelah jangka waktu tertentu. Demikian pula dengan bakteri Yakult. Setelah mencapai usus dalam keadaan hidup, bakteri Yakult akan berkembang biak sehingga dapat memainkan berbagai peran yang bermanfaat sampai kemudian dikeluarkan melalui buang air besar. Karena itu penting untuk mengkonsumsi Yakult ini setiap hari agar selalu terdapat bakteri bermanfaat dalam jumlah yang cukup yang membuat pencernaan kita senantiasa sehat.

Yakult bisa diberikan kepada bayi ketika baru berumur beberapa bulan. Pemberian dapat dimulai dengan mengencerkan satu bagian Yakult dengan dua bagian air hangat. Gunakan sendok untuk menyuapi karena pemberian dengan botol tidak direkomendasikan ditinjau dari sudut pandang hygienisnya. Perlu diingat bahwa

tujuan pemberian Yakult adalah mensuplai *Lactobacillus casei* Shirota strain, bukan mengganti air susu ibu atau susu formula. Karena itu jangan sampai pemberian Yakult mengganggu kecukupan gizinya.

Warna khas Yakult didapatkan secara alami dari pemanasan campuran susu bubuk skim dan glukosa. Ini adalah reaksi antara asam amino dalam susu bubuk skim dan karbonil dalam glukosa yang menyebabkan Yakult berwarna coklat muda. Dalam ilmu kimia ini dinamakan reaksi Maylard atau reaksi amino karbonil. Warna coklat muda kue dan roti berasal dari jenis reaksi yang sama.

Konsumsi bakteri *Lactobacillus casei* Shirota strain dalam Yakult efektif dalam menormalkan bakteri usus pasien yang mendapat perawatan antibiotik dalam waktu yang panjang. Pengobatan dengan antibiotik dalam waktu yang panjang dapat menekan bahkan memusnahkan sebagian besar bakteri berguna, menciptakan suatu kondisi dimana bakteri yang merugikan menjadi lebih dominan. Sebagai hasilnya, bakteri patogen atau bakteri merugikan menjadi dominan dan menyebabkan infeksi tahap kedua. Hal ini juga dapat menyebabkan gejala-gejala yang menyulitkan termasuk diare. Bakteri Yakult dapat memainkan peran yang penting dalam mengontrol keseimbangan bakteri usus selama dan sesudah terapi antibiotik.

### **2.5.3. PRICE**

Yakult dijual satu banded berisi 5×65 ml dengan harga Rp.8000,

Strategi penetapan harganya adalah sebagai berikut :

HPP yang dikeluarkan dalam satu bungkus yakult (5 botol) yang dijual :

Table 2.5.3.

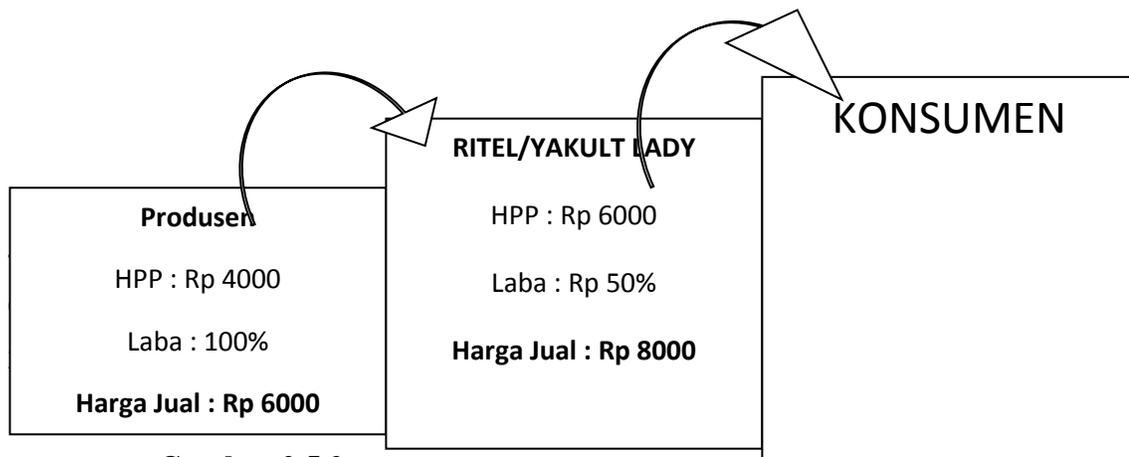
<b>BIAYA YANG DIKELUARKAN</b>	<b>TOTAL</b>
Plastik pembungkus luar	Rp 200
Botol Plastik (5buah)	Rp 1400
Air	Rp 500
sukrosa, susu bubuk skim, glukosa, perisa yakult	Rp 400
Bakteri <i>l casei shirota strain</i>	Rp 1500
<b>Total HPP</b>	<b>Rp 4000</b>

(Sumber data website Pt.yakult)

Harga Jual Yang Ditetapkan Untuk 1 Bungkus Yakult Dari Produsen Adalah Sebagai Berikut :

Total HPP : Rp 4000  
 Laba yang diharapkan : Rp 2000 → 100%  
 Harga jual : **Rp 6000**

Strategi Penetapan Harga Hada Rantai Distribusi adalah Sebagai Berikut :



Gambar 2.5.2

#### **2.5.4 PLACE**

PT.Yakult merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang produksi susu fermentasi. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 2 Februari 1990. Pabrik Yakult mulai berproduksi pada bulan Januari tahun 1991 dengan menggunakan dana Penanaman Modal Asing 100% dari Yakult Jepang. Awalnya pabrik Yakult berada di Jakarta. Akan tetapi karena jumlah air bersih semakin sulit di Jakarta maka pabrik ini dipindahkan ke Sukabumi. Lokasi pabrik Yakult ini berada di Desa Pewawahan Cicurug Sukabumi, Jawa Barat, dengan luas tanah 50.000 m<sup>2</sup> dan luas bangunan 12.925 m<sup>2</sup>.

#### **2.5.5 PROCESS**

Proses yang dimaksud dalam bauran pemasaran adalah metode, prosedur ataupun urutan kegiatan dalam rangka menyampaikan layanan atau jasa kepada pelanggannya. Semua proses ini perlu dikendalikan secara ketat untuk memastikan pengalaman pelanggan yang konsisten. Proses-proses tersebut biasanya didefinisikan dalam dokumen tertulis yaitu Prosedur Operasi Standar atau *Standard Operating Procedure* (SOP).

#### **2.5.6 PROMOTION**

Yakult Mengiklankan produknya menggunakan media elektronik seperti TV dan radio, Media cetak seperti majalah dan koran, serta internet dengan situs resminya yaitu [www.yakult.co.id](http://www.yakult.co.id) , serta melalui berbagai media sosial seperti

facebook, twitter, dan kaskus. Namun, tentu saja masyarakat paling mengingat produk yakult berkat iklannya di TV. Yakult mempunyai tagline, “Cintai Ususmu Minum Yakult Tiap Hari”.

Ketika masyarakat mendengar tagline ini di TV, tagline tersebut langsung memberikan masyarakat pesan dan kesan jika meminum yakult setiap hari akan membuat usus kita sehat dan membuat yakult menjadi produk yang wajib dikonsumsi oleh masyarakat setiap hari. Yakult memiliki tagline ini tentu saja sangat berarti. Cintai usus adalah cara baru untuk peduli terhadap diri sendiri. Usus adalah organ tubuh yang penting agar tubuh menjadi bugar, kuat, dan segar. Jika usus kita baik maka kita pun bisa hidup dengan baik pula.

### ***2.5.7 PEOPLE***

Yang dimaksud dengan orang atau *People* dalam pemasaran adalah karyawan lebih dominan LADY YAKULT atau petugas yang memberikan pelayanan, termasuk orang-orang yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Elemen ini mencakup seberapa baik orang-orang ini melakukan pekerjaannya dan bagaimana perasaan atau pengalaman pelanggan terhadap layanan mereka.

### ***2.5.8 PHYSICAL EVIDENCE***

Layanan atau Jasa pada dasarnya adalah sesuatu tidak berwujud. Karena tidak berwujud, pelanggan mengharapkan adanya kepastian yang memastikan bahwa layanan yang ditawarkan tersebut benar-benar terjadi seperti yang diharapkan. Bukti Fisik merupakan upaya yang diberikan penyedia layanan untuk meyakinkan pelanggan atau konsumen.

Berikut Analisis SWOT Pada Produk PT. Yakult Indonesia Persada

## **2.6 ANALISIS SWOT**

### ***2.6.1 STRENGTH***

1. Yakult merupakan satu-satunya minuman prebiotik yang mengandung manfaat baik bagi tubuh manusia yaitu bakteri *Lactobasilus casei* Shiroso strain.
2. Cita rasa pada yakult murni tanpa tambahan rasa.
3. Yakult berhasil meraih beberapa penghargaan.
4. PT yakult benar-benar menggunakan tenaga kerja yang kompeten untuk menjaga mutu dan kualitas produk.
5. Botol yakult terbuat dari plastik yang ringan, aman, dan mudah didaur ulang.

### ***2.6.2 WEAKNESS***

1. Perlu suhu khusus untuk tetap menjaga bakteri agar tetap berfungsi dengan baik yaitu 10° celcius.
2. Alat distribusi yakult masih menggunakan angkutan darat.
3. Kurang menyerap tenaga kerja karena telah menggunakan peralatan modern.
4. Ukuran yakult yang kecil menyebabkan tidak terlihatnya produk yakult di antara produk yang lain apabila dalam kondisi didinginkan dalam lemari es.
5. Kemasan plastik 1 pack dapat menyebabkan kesulitan bagi konsumen yang ingin membeli secara eceran.

### ***2.6.3 OPPORTUNITY***

1. Terbukanya peluang pada pasar global dan domestik untuk ekspansi pasar
2. Pola hidup konsumen yang saat ini masih memperhatikan kesehatannya
3. Adanya kreatifitas beberapa produsen tertentu yang menambahkan yakult sebagai komponen utama produknya
4. Masih sedikitnya kompetitor yang mengembangkan produk seperti yakult ini
5. Konsumen yang loyal terhadap produk yakult, tetap membeli dan percaya akan kualitas produk yakult

### ***2.6.4 THREAT***

1. Adanya substitusi untuk minuman sehat
2. Kompetitor yang membuat produk minuman probiotik dengan varian rasa yang banyak, sehingga menarik konsumen
3. Ada beberapa konsumen yang bosan terhadap rasa produk yakult
4. Adanya kenaikan harga pada bahan baku
5. Semakin menipisnya pasokan air bersih di pabrik pembuatan yakult

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1 KESIMPULAN**

Yakult Mempunyai Tagline Cintai Ususmu Minum Yakult Tiap Hari. Ketika masyarakat mendengar tagline ini , tagline tersebut langsung memberikan masyarakat pesan dan kesan jika meminum yakult setiap hari akan membuat usus kita sehat dan membuat yakult menjadi produk yang wajib dikonsumsi oleh masyarakat setiap hari. Saluran distribusi dilakukan melalui ritel, yang pertama dimulai dari ruang pendingin tersebut selanjutnya Yakult siap didistribusikan ke pelanggan melalui sistem penjualan langsung atau Direct Sales untuk dikirim ke toko-toko dan supermarket maupun melalui sistem penjualan oleh Ibu-ibu atau Lady Yakult untuk dikirim ke rumah-rumah setiap hari.

Sistem Direct Sales. Sistem ini digunakan untuk mendistribusikan Yakult ke Mitra toko-toko, supermarket, koperasi, kantin dan lain-lain. Para sales yakult adalah ibu-ibu berusia 25-40 tahun yang penampilan fisiknya sangat bersahaja dan menawarkan keramahan dan kehangatan yang mungkin tidak bisa kita dapatkan saat berbelanja dipasar swalayan. Ketika melayani masyarakat, para sales ini akan memberikan informasi kesehatan kepada pelanggan. Para sales yakult ini akan memberikan harga yakult yang lebih murah dibandingkan dengan harga di warung maupun supermarket.

### 3.2 SARAN

Saran yang bisa saya berikan kepada yakult adalah lebih banyak melakukan promosi pada media cetak dan juga media elektronik untuk lebih mengenalkan produk yang dijual kepada konsumen yang belum mengenalnya, dan menekankan kepada konsumen hal-hal positif jika mengonsumsi produk yakult melakukan inovasi produk dengan menambah varian produk kerasa yang bernaneka ragam untuk meningkatkan jumlah konsumen. Inovasi produk juga bisa dilakukan dengan cara mengubah bentuk atau kemasan yakult menjadi lebih menarik

## DAFTAR PUSTAKA

**KOMUNIKASIPEMASARAN.pdf / Dr. Asep Suryana, M.Si./ Konsep-konsep Dasar Komunikasi Pemasaran**

**EBOOK Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu Oleh Nufian S Febriani, Wayan Weda Asmara Dewi** diakses tanggal 13/3/2021

[https://books.google.co.id/books?id=MtqFDwAAQBAJ&pg=PA1&hl=id&source=gbs\\_toc\\_r&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=MtqFDwAAQBAJ&pg=PA1&hl=id&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false) diakses tanggal 15/3/2021

ebook metode penelitian komunikasi oleh Yulliana Rakhmawati

[http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wpcontent/uploads/2019/07/Metode Penelitian Komunikasi Yuliana.pdf](http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wpcontent/uploads/2019/07/Metode_Penelitian_Komunikasi_Yuliana.pdf) di akses 16/3/2021

**Buku Komunikasi Pemasaran** Publisher: CV. Penerbit Qiara Media ISBN: 9786237925187 **Muhammad Anang Firmansyah**

<https://manufakturindo.com/company/detail/pt-yakult-indonesia-persada.html>

<http://www.yakult.co.id/jurnal-perusahaan.html> diakses tanggal 16/12/2021

<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-pemasaran> diakses tanggal 24/12/2020

[www.yakult.co.id](http://www.yakult.co.id) diakses tanggal 24/12/2020

Gmailacademia.edu diakses pada 25/12/2020