



**STRATEGI PEMASARAN  
MINUMAN-KESEHATAN YAKULT  
YANG DITERAPKAN  
PT YAKULT INDONESIA PERSADA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah-satu Tugas Akademik  
dan melengkapi sebagian dari syarat-syarat guna  
mencapai Gelar Sarjana Ekonomi - Jurusan Manajemen

oleh:

RITA ROSITA MOKOGINTA

N.I.M. : 8942009

N.I.R.M. : 893123340250007

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
1995**

*NALAR ARIF BAKTIKU BANGSA*



UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : RITA ROSITA MOKOGINTA  
N.I.M. : 89420009  
N.I.R.M. : 893123340250007  
JURUSAN : MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PERDAGANGAN  
JUDUL SKRIPSI : "STRATEGI PEMASARAN MINUMAN  
KESEHATAN YAKULT YANG  
DITERAPKAN PT YAKULT INDONESIA  
PERSADA"


Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan di  
hadapan Panitia Ujian Skripsi.-

Jakarta, Agustus 1995

MENGETAHUI:  
A.n. Dekan Fakultas Ekonomi,  
Ketua Jurusan Manajemen,

MENYETUJUI  
1. Pembimbing Materi,

  
Drs. VICTOR SENOBUA

  
ALIF MARTADI  
Lektor, N.I.R.D. 310834022008

2. Pembimbing Teknis,

  
R.V. RUDY TJITROSOMO, S.H.




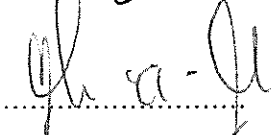
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : RITA ROSITA MOKOGINTA  
N.I.M. : 89420009  
N.I.R.M. : 893123340250007  
JURUSAN : MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PERDAGANGAN  
JUDUL SKRIPSI : "STRATEGI PEMASARAN MINUMAN-  
KESEHATAN YAKULT  
YANG DITERAPKAN PT YAKULT  
INDONESIA PERSADA"

Telah diujikan di depan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal 29 Agustus 1995.-

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Nama:	Jabatan:	Tanda tangan:
1. Drs. Moeljadi Suthoyo	Ketua	
2. Drs. Alif Martadi	Anggota	
3. H. Chalid Ismail, S.E.	Anggota	

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T. karena atas Rakhmat dan Karunia-Nya maka Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini pada waktunya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu tugas akademik dan melengkapi sebagian dari syarat-syarat tuna mencapai gelar Sarjana Ekonomi, Jurusan Manajemen, pada Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.

Dalam penulisan Skripsi ini Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas tersebut tidak akan terselesaikan tanpa bimbingan, petunjuk dan dorongan yang diberikan oleh:

1. Bapak Drs. H. Sartono Pudjihardjo., Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada, di Jakarta
2. Bapak H. Chalid Ismail, S.E., Pembantu Dekan I bidang Akademik, Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.
3. Bapak Drs. Victor Senobua, Pembantu Dekan II/Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.
4. Bapak Drs. Alif Martadi, selaku Dosen Pembimbing Materi dalam penyusunan Skripsi ini
5. Bapak R.V. Rudy Tjitrosomo, S.H., Pembantu Dekan III, Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada, selaku Pembimbing Teknis dalam penyusunan Skripsi ini
6. Seluruh Staf Pengajar dan Staf Administratif, Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada, yang telah membekali dan membantu Penulis selama menuntut ilmu di Fakultas tersebut.
7. Bapak Sutianto dan Bapak Y. Takahashi, Presiden Direktur dan Direktur pada PT Yakult Indonesia Persada yang telah memberikan izin kepada Penulis untuk melakukan penelitian sebagai bahan penulisan Skripsi ini

8. Bapak Ir. Joko Tri Hadi, Public Relations pada PT Yakult Indonesia Persada yang telah banyak membantu Penulis dalam pengumpulan data
  9. Ibunda dan Keluarga, yang telah memberikan dorongan moril dan dukungan materiil selama penulisan hingga selesainya Skripsi ini
  10. Para Sahabat dan Rekan-rekan dalam satu Almamater, maupun dari luar Almamater, yang telah memberikan banyak bantuan dan perhatian,
- Kepada mereka yang tersebut di atas, maupun fihak-fihak lain yang tidak sempat Penulis cantumkan namanya di sini, dalam kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Sudah barang tentu isi dan cara penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan dan kekeliruan. Segala kekurangan tersebut adalah sepenuhnya menjadi beban tanggung-jawab Penulis sendiri, dan Penulis sangat berterima kasih untuk dapat menerima kritik-kritik yang diberikan.

Pada akhirnya Penulis berharap agar Skripsi ini dapat kiranya menjadi suatu sumbangan bagi perluasan Ilmu Pengetahuan.-

Jakarta, Agustus 1995

Rita R. Mokoginta

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Alasan Pemilihan Judul .....	1
B. Pokok Permasalahan .....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
D. Metode Penelitian .....	5
D. Sistematika Skripsi .....	6
<b>BAB II: LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian dan Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran .....	8
B. Pengertian dan Prinsip-prinsip Strategi Pemasaran .....	18
C. Strategi dalam Menghadapi Persaingan .....	19
D. Strategi Pemasaran yang Umum Dilaksanakan .....	24
E. Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran .....	25
F. Peranan Penjualan Perseorangan bagi Perusahaan .....	34
G. Peranan Gugus Wiraniaga .....	36
<b>BAB III: TINJAUAN UMUM PT YAKULT INDONESIA PERSADA</b>	
A. Sejarah Perkembangan Perusahaan .....	43
B. Manajemen dan Struktur Organisasi .....	47
C. Strategi Pemasaran yang Dilaksanakan .....	57
<b>BAB IV. STRATEGI PEMASARAN MINUMAN-KESEHATAN YAKULT PADA PT YAKULT INDONESIA PERSADA</b>	
A. Bauran Promosi yang Diterapkan Perusahaan .....	76
B. Sasaran Konsumen dan Luasnya Pasar .....	81
C. Masalah-masalah yang Dihadapi dan Pemecahannya .....	85
D. Hasil yang Dicapai .....	88

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

A. Kesimpulan .....	94
B. Saran-saran .....	96

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. ALASAN PEMILIHAN JUDUL

Dewasa ini kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari upaya setiap orang dalam menjaga kondisi tubuhnya. Manusia dalam hidupnya menjalani aktivitas setiap hari, seperti: makan/minum, kerja/latihan olah-raga dan istirahat/tidur. Apabila semua ini dilakukan secara teratur dapat menuju hidup sehat. Selain itu, untuk menuju hidup sehat perlu adanya jumlah kalori, protein, berbagai vitamin dan mineral, yang dianggap cukup untuk dikonsumsi agar kondisi tubuh tetap sehat. Ada ungkapan yang mengatakan "lebih baik mencegah dari- pada mengobati penyakit". Karena itu untuk menjamin kondisi tubuh manusia agar tetap dalam keadaan sehat di samping obat-obatan, diperlukan pula berbagai jenis makanan-tambahan seperti "YAKULT" yang akan merupakan pokok bahasan Skripsi ini dari aspek Ekonomi dan Manajemen.

Dalam situasi perekonomian yang semakin maju dan pertumbuhan penduduk yang semakin pesat, maka peranan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat penting dalam mempercepat proses produksi suatu barang. Salah-satu hasil dari ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut adalah ditemukannya bakteri yang berguna bagi kesehatan tubuh, yaitu bakteri yang mampu hidup dan bertahan di usus-kecil serta mampu menghambat zat-zat Karsinogenik yang dapat menyebabkan timbulnya penyakit Kanker. Bakteri tersebut dinamakan *Lactobacillus casei*, *Shirota strain*, (sesuai dengan nama penemunya yaitu

Dr. Minoru Shirota), yang sekarang dikembang-biakkan dalam proses fermentasi untuk produksi makanan-tambahan dengan merek dagang "YAKULT" yang berupa minuman susu-masam hasil fermentasi susu sapi, atau "Yoghurt".

Di dalam dunia-usaha, yang penting adalah bagaimana cara memasarkan hasil produksi dengan seefektif dan seefisien mungkin. Karena itu, **Pemasaran** merupakan salah-satu aktivitas yang penting dalam perusahaan, sebab apabila pemasarannya tidak terarah akan mengakibatkan penurunan tingkat volume penjualan, dan apabila tingkat penjualan semakin menurun maka kelangsungan-hidup perusahaan tentu akan terganggu. Oleh karena itu, seorang pengusaha harus dapat memperhatikan variabel-variabel dari pada *marketing mix* yang memegang peranan penting dalam memasarkan barang dan jasa, terutama bagi produk yang baru. Disamping keempat unsur dari pada *marketing mix* tersebut (Produk, Harga, Distribusi dan Promosi), faktor lain yang perlu diperhatikan yaitu: faktor yang berhubungan dengan konsumen dimana tingkat keinginan dan kebutuhan konsumen selalu bertambah dan sering berubah, faktor teknologi yang semakin lama semakin cepat berkembang, keadaan pasar, faktor perekonomian, dan faktor persaingan.

Dengan masuknya minuman-kesehatan Yakult ke pasaran Indonesia, tentunya akan timbul persaingan di dalam pemasaran produk-produk tertentu, baik produk yang sejenis maupun produk yang tidak sejenis, terutama antar-produsen yang menghasilkan susu-masam. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, maka kegiatan Pemasaran yang efektif dan efisien berfungsi untuk menyelamatkan perusahaan. Strategi Pemasaran merupakan pemilihan alternatif optimal untuk mencapai tujuan pemasaran dari perusahaan.

Untuk obyek studi dalam penyusunan Skripsi ini Penulis memilih "P.T. YAKULT INDONESIA PERSADA", sebuah produsen susu-masam hasil fermentasi ("yoghurt").

Alasan Penulis memilih P.T. Yakult Indonesia Persada sebagai obyek studi dari penyusunan skripsi ini adalah karena Penulis ingin mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Yakult Indonesia Persada dalam situasi persaingan pasar yang ketat seperti sekarang ini. Hal inilah yang menarik perhatian Penulis untuk menambah pengetahuan tentang Strategi Pemasaran.

Untuk Skripsi ini Penulis memilih judul "STRATEGI PEMASARAN MINUMAN KESEHATAN YAKULT YANG DITERAPKAN OLEH P.T. YAKULT INDONESIA PERSADA DI JAKARTA"

## B. POKOK PERMASALAHAN

Pada tahun 1991 PT. Yakult Indonesia Persada meluncurkan produknya yang pertama berupa susu-masam Yakult, berupa minuman-kesehatan yang mengandung 6,5 milyar *Lactobacillus casei Shirota strain* hidup dalam setiap milliliter, yaitu bakteri yang menguntungkan bagi pemeliharaan kesehatan orang yang mengkonsumsinya.

Dengan masuknya minuman kesehatan Yakult ke pasaran Indonesia persaingan antara produsen susu-masam semakin ketat. Salah-satu cara untuk mencapai keunggulan dalam persaingan tersebut adalah dengan mengadakan Sistem Pemasaran yang baik dan tepat, menjaga mutu Produk yang dihasilkan, memperhatikan kebijakan penetapan Harga, pengembangan saluran Distribusi yang akan digunakan, serta melakukan Promosi untuk memperkenalkan produknya secara luas, karena Sistem Pemasaran pada suatu perusahaan akan menentukan tingkat penjualan dari produk yang dihasilkan.

Meskipun beberapa perusahaan mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang ditempuhnya berbeda-beda. Pada pokoknya Strategi Pemasaran ditempuh berdasarkan suatu tujuan, dan dirumuskan berdasar hasil penilaian keadaan sekitarnya yang berlangsung setiap waktu.

Adanya perusahaan yang menghasilkan produk sejenis, senantiasa dapat menimbulkan persaingan di pasarannya. Maka PT. Yakult Indonesia Persada sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri minuman-kesehatan tidak luput dari masalah persaingan di pasaran itu.

Yang menjadi pokok permasalahan disini adalah Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh PT. Yakult Indonesia Persada dalam memasarkan minuman kesehatan Yakult, khususnya di Jakarta guna meningkatkan volume penjualan.

### C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kasus untuk perbandingan antara ilmu yang diperoleh dari bangku-kuliah dengan pelaksanaannya di lapangan, dengan obyek studi khususnya bidang Pemasaran pada P.T. Yakult Indonesia Persada. Dengan demikian, tujuan dari penelitian yang dilakukan dalam rangka penyusunan Skripsi ini adalah untuk memastikan sampai berapa jauh teori-teori mengenai Strategi Pemasaran yang bersifat Universal dapat diterapkan secara spesifik dalam kasus perumusan dan implementasi Strategi Pemasaran pada P.T Yakult Indonesia Persada sebagai obyek studi.

Adapun manfaat dari penelitian adalah memberikan tambahan pengetahuan, wawasan dalam bidang ilmiah, dari pengalaman yang sesungguhnya mengenai pelaksanaan Strategi Pemasaran yang dilaksanakan oleh PT. Yakult Indonesia Persada.

#### D. METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan Skripsi ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh Penulis adalah sebagai berikut :

##### 1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penulis melakukan penelitian dengan cara mendapatkan dan mengumpulkan data sekunder yang diperlukan dalam analisa secara teoritis. Hal ini dilakukan dengan mempelajari bacaan-bacaan yang berkaitan dengan penulisan Skripsi ini. Bahan-bahan penulisan Skripsi ini didapat dari buku-buku/ literatur mengenai Pemasaran, catatan-catatan/diktat yang diperoleh selama mengikuti kuliah, dan dari sumber kepustakaan lain yang berhubungan dengan bidang studi yang dijadikan landasan kajian.

##### 2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penulis melakukan penelitian lapangan dengan mengadakan kunjungan langsung pada PT. Yakult Indonesia Persada yang berlokasi di Wisma Unggul Indah Corporation, Lantai Dasar, Jalan Jenderal Gatot Subroto Kav. 6 - 7, Jakarta (12930).

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh Penulis untuk memperoleh data yang diperlukan ialah dengan cara :

a. Penggunaan *Questionnaire*, berupa daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya, dan disampaikan kepada pihak-pihak yang berwenang di perusahaan agar diperoleh jawaban berupa data yang diperlukan.

b. Melalui *Interview*, atau Wawancara/Tanya-jawab secara langsung dengan orang yang bersangkutan untuk memperoleh penjelasan yang diperlukan oleh Penulis.

c. Melalui *Observation* atau Pengamatan, yaitu melakukan pengamatan langsung mengenai kegiatan yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada dalam memasarkan produknya.

Setelah semua data yang diperoleh untuk penyusunan Skripsi terkumpul, selanjutnya diolah dan dianalisa, kemudian diambil kesimpulan untuk bahan pembuatan Skripsi ini.

## E. SISTEMATIKA SKRIPSI

Untuk sistematika penyusunan Skripsi, Penulis membagi isi Skripsi ini dalam 5 (lima) Bab, di mana antara Bab yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan sesuai dengan pokok permasalahan dalam Skripsi ini. Pembagian tersebut dimaksudkan untuk mempermudah dalam pemikiran dan memahami isi Skripsi ini.

Adapun isi ke-lima Bab tersebut adalah sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam Bab ini, Penulis menguraikan Alasan Pemilihan Judul, Pokok Permasalahan, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian yang dilakukan dalam mengumpulkan data sebagai bahan penulisan Skripsi, serta Ssistematika Pembabagan Skripsi yang merupakan uraian secara garis besar penyusunan Skripsi ini.

### BAB II : LANDASAN TEORETIS

Dalam Bab ini dijelaskan pengertian Strategi Pemasaran, dan pendekatan melalui “Bauran Pemasaran” atau *Marketing Mix* untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam bidang penjualan minuman-kesehatan.

### BAB III : TINJAUAN UMUM PT. YAKULT INDONESIA PERSADA

Dalam Bab ini dijelaskan mengenai Sejarah Perkembangan Perusahaan, Manajemen dan Struktur Organisasi serta posisi produk yang diinginkan perusahaan dan perkembangan usaha selama 2 (dua) tahun terakhir. Keunggulan dan kelemahan produk yang dihasilkan, sasaran konsumen dan luasnya pasar, serta Strategi Pemasaran yang dilaksanakan.

### BAB IV : STRATEGI PEMASARAN MINUMAN-KESEHATAN YAKULT PADA P.T. YAKULT INDONESIA PERSADA DI JAKARTA

Dalam Bab ini Penulis menguraikan mengenai keunggulan dan kelemahan produk yang dihasilkan, sasaran konsumen dan luasnya pasar, perumusan dan pelaksanaan Strategi Pemasaran yang diterapkan, kemudian mengevaluasi promosi dalam penjualan melalui “penjualan langsung” serta prospeknya, dan yang terakhir menguraikan masalah-masalah yang dihadapi serta bagaimana jalan pemecahannya.

### BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

Sebagai Bab Penutup dari seluruh uraian yang ada dalam Skripsi ini, Penulis mencoba menyimpulkan apa-apa yang telah diuraikan dan dibahas pada babak terdahulu, serta saran-saran yang penulis anggap perlu dan baik untuk perkembangan Perusahaan di masa mendatang. -