

RINGKASAN

PT Nutrifood Indonesia merupakan sebuah perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman kesehatan. Perusahaan ini didirikan pada bulan Februari 1979. Kantor pusat Nutrifood berada di Jakarta dengan jaringan distribusi yang menjangkau lebih dari 30 negara di dunia. Produk terdiri dari Tropicana Slim, Nutrisari, Hilo, L-Men, WRP, dan W'dank. Tropicana Slim yang merupakan salah satu brand gula rendah kalori pertama di Indonesia. PT. Nutrifood Indonesia mengalami permasalahan yang dihadapi saat ini adalah Tropicana Slim belum optimal dalam pemasaran produk. Dalam proses pemasaran produk Tropicana Slim tidak berjalan mulus dan mengalami hambatan. Ini merupakan sebuah tantangan bagi PT. Nutrifood Indonesia untuk memasarkan produknya secara lebih luas di Hotel Amalia & Swiss Bell , Raja Kuring Resto & Warung Steak and Shake , Cafe Eatboss & Wiseman. Maka dari itu penulis menganalisis dengan bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P (product,price,promotion,place).

Kegiatan dimulai dari observasi, identifikasi masalah, tujuan penelitian, metode yang dilakukan, analisis sampai dengan kesimpulan ditemukan penyebab belum optimalnya pemasaran produk Tropicana Slim itu sendiri. Strategi yang dilakukan adalah meningkatkan promosi ke Hotel Amalia, Hotel Swiss-Bell, Resto Raja Kuring, Warung Steak and Shake, cafe Eat Boss, Cafe Wiseman. Sehingga anak muda bisa lebih tau tentang Tropicana Slim tidak hanya orang-orang lanjut usia yang memakai produk Tropicana Slim. Caranya seperti mendatangkan salesman ke hotel, resto, dan cafe agar mereka semua bisa ditawarkan produk Tropicana Slim dan memberikan diskon di setiap pembelian/ memberikan hadiah yang menarik.