

## BAB IV

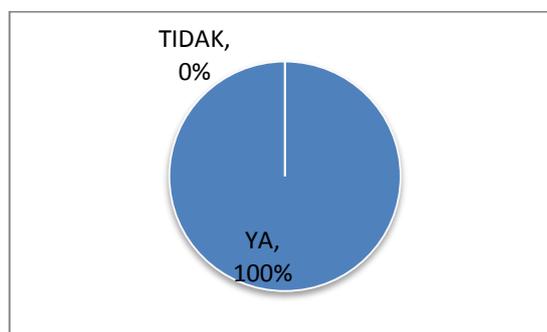
### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil

- Analisis Produk digunakan untuk menilai dan memenuhi keinginan konsumen terhadap kebutuhannya mengenai pemakaian gula kesehatan, yaitu Tropicana Slim. Tropicana Slim telah lahir bahkan sebelum Nutrifood berdiri, dan telah mendapatkan kepercayaan masyarakat sebagai rangkaian produk sehat, bebas gula, rendah lemak, dan rendah kalori dengan layanan berkualitas tinggi, sehingga mampu memenuhi kebutuhan nutrisi konsumennya.

1. Pertanyaan : Apakah tau dengan brand Tropicana Slim?

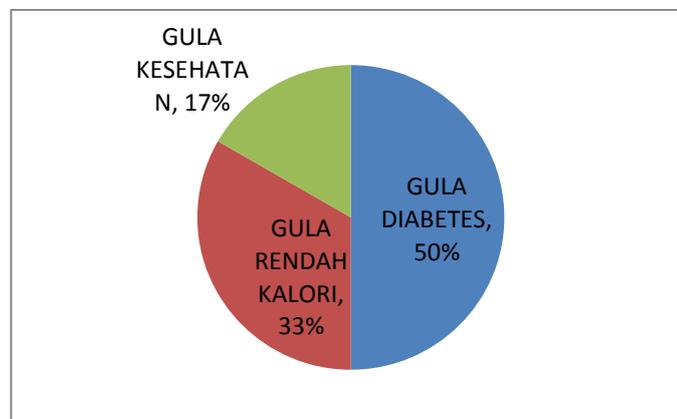
Jawab : Setelah menyebarkan dan mengisi kuesioner ternyata 100 % semua responden tau dengan produk Tropicana Slim.



Gambar 4.1 menjelaskan mengenai pengetahuan dari hotel, resto, dan cafe terkait produk gula kesehatan dari brand Tropicana Slim.

2. Pertanyaan : Satu kalimat pertama yang ada di benak anda tentang Tropicana Slim?

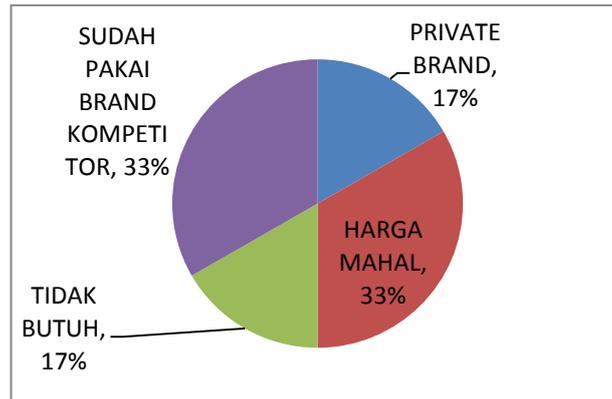
Jawab : Grafik di atas menunjukkan bahwa beragam jawaban soal kesan pertama tentang brand Tropicana Slim. Dimana 50% menyatakan gula diabetes, 33% menyatakan gula rendah kalori, dan 17% menyatakan gula kesehatan.



Gambar 4.2 menjelaskan mengenai manfaat Tropicana Slim di benak hotel, resto, dan cafe.

3. Pertanyaan : Untuk yang belum menggunakan (apa alasan belum menggunakan produk Tropicana Slim?

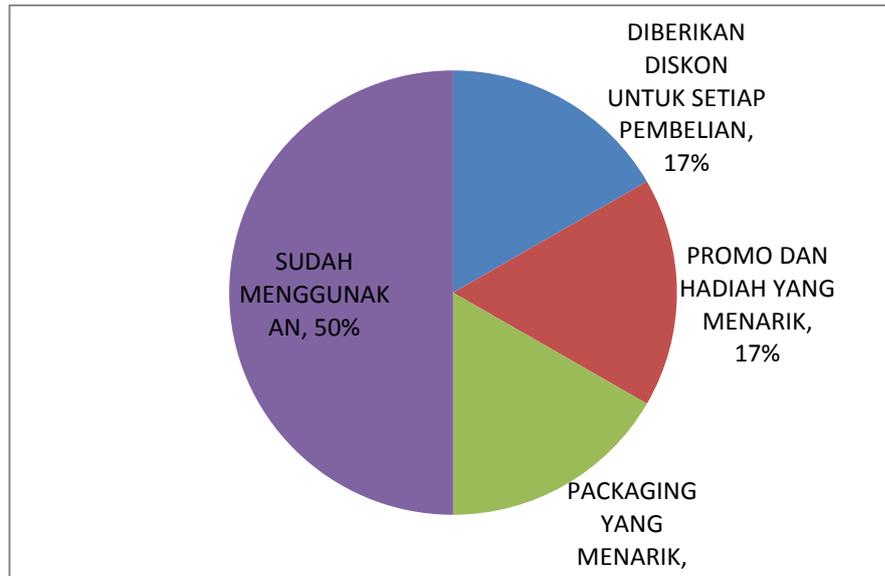
Jawab : Dari grafik dibawah ini dimana 17% menyatakan sudah memakai private brand ,dimana 17% menyatakan tidak membutuhkan Tropicana Slim, dimana 33% menyatakan harganya yang mahal, dan dimana 33% menyatakan sudah pakai brand kompetitor.



Gambar 4.3 menjelaskan mengenai alasan hotel, resto, dan cafe yang belum menggunakan produk Tropicana Slim.

4. Pertanyaan : Untuk yang belum ambil (apa yang akhirnya nanti membuat anda tertarik menggunakan produk Tropicana Slim.

Jawab : Dari grafik dibawah menunjukkan bahwa apa yang akhirnya nanti membuat tertarik menggunakan produk Tropicana Slim 17% menjawab diberikan diskon untuk setiap pembelian, 17% menjawab diberikan promo dan hadiah yang menarik , 17% menjawab dibuat packaging yang menarik, dan 50% sudah menggunakan.



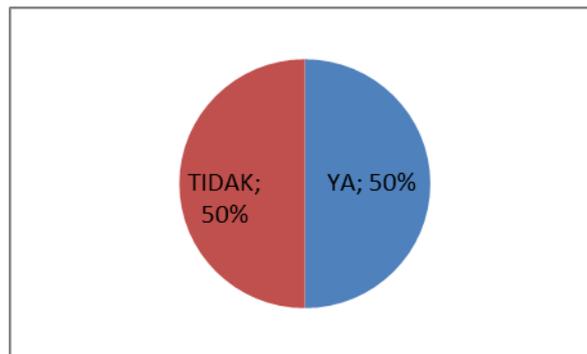
Gambar 4.4 menjelaskan mengenai keputusan hotel, resto, dan cafe yang nantinya akan tertarik menggunakan Tropicana Slim.

**Dari analisis produk dapat dibuktikan bahwa 100% responden tau dengan produk gula Tropicana Slim, banyak yang berpendapat bahwa gula Tropicana Slim sebagai gula kesehatan, gula rendah kalori dan gula diabetes yang banyak digunakan atau dipakai oleh orang-orang lanjut usia. Produk Tropicana Slim belum digunakan oleh hotel, resto, dan cafe tersebut karena mereka sudah memakai private brand, ada juga yang memakai brand kompetitor, harganya mahal, dan ada juga yang menyatakan tidak butuh Tropicana Slim. Produk Tropicana Slim belum digunakan oleh beberapa hotel, resto, dan cafe tetapi mereka akan menggunakan jika ada yang memberikan promo untuk setiap pembelian, promo dan hadiah yang menarik, dan packaging yang menarik. Analisis produk membuktikan bahwa gula Tropicana Slim layak digunakan untuk siapapun tanpa terkecuali, karena akan menjaga pola hidup mereka dan jauh dari diabetes.**

- Analisis *Place* digunakan untuk menyalurkan barang hasil produksinya kepada konsumen,. Tempat merupakan lokasi yang menunjukkan dimana dan bagaimana produk-produk yang dijual, dimana lokasinya, apakah di distribusi ke pelanggan eceran, grosir dan sebagainya.

5. Pertanyaan : Apakah sudah pakai Tropicana Slim di hotel, restaurant atau cafe anda?

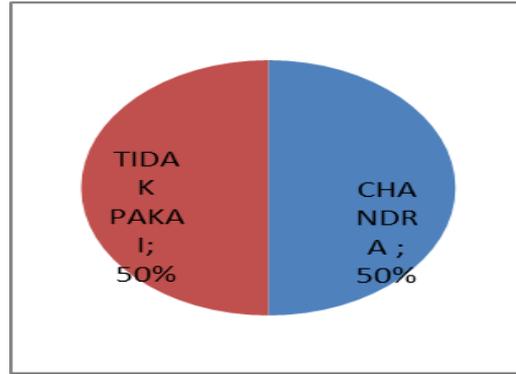
Jawab : Grafik di bawah menunjukkan 50% sudah memakai Tropicana Slim dan 50% belum memakai Tropicana Slim.



Gambar 4.5 menjelaskan mengenai pemakaian gula kesehatan Tropicana Slim.

6. Pertanyaan : Jika pakai, beli dimana beli dimana produknya?

Jawab : Terlihat dalam grafik bahwa 50% yang memakai dan membeli produk Tropicana Slim di Chandra, dan 50% tidak memakai produk Tropicana Slim tersebut.

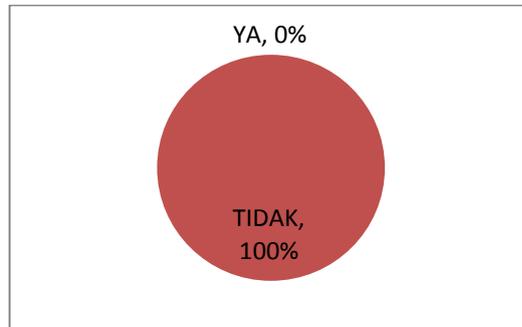


Gambar 4.6 menjelaskan mengenai tempat pembelian produk Tropicana Slim.

**Dari analisis *place* ada hotel yang menggunakan atau memakai produk Tropicana Slim dan ada juga hotel yang tidak ingin menggunakan produk lain selain produk mereka sendiri sehingga tidak adanya penyaluran barang. Sedangkan ada resto dan cafe yang menggunakan produk Tropicana Slim dengan mendapatkan produknya di Supermarket salah satunya yaitu Chandra.**

- Analisis Promosi yang dilakukan Tropicana Slim yaitu dengan memberikan promo beserta hadiah yang menarik.
7. Pertanyaan : Apakah ada yang menawarkan produk Tropicana Slim 1-2 bulan ke hotel, restaurant atau cafe anda? (salesman datang ke hotel, resto, dan cafe untuk menawarkan produk Tropicana Slim ke Processing/Marketing/Supervisor)

Jawab : Dalam grafik terlihat bahwa 100% tidak ada salesman yang menawarkan produk Tropicana Slim 1-2 bulan ke hotel, restoran atau cafe.

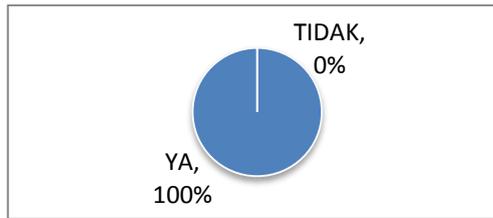


Gambar 4.7 menjelaskan mengenai kunjungan salesman untuk membantu menawarkan produk Tropicana Slim

**Dari analisis promosi tidak ada salesman yang menawarkan produk gula Tropicana Slim ke Hotel Amalia, Hotel Swiss-Bell, Resto Raja Kuring, Warung Steak and Shake, cafe Eat Boss, Cafe Wiseman. Promosi yang mereka lakukan hanya melalui televisi saja tidak ada salesman yang datang mengunjungi hotel, resto dan cafe tersebut.**

- Analisis harga (*Price*) digunakan untuk mengetahui apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk Tropicana Slim.
8. Pertanyaan : Apakah harga yang ditawarkan Tropicana Slim tidak sesuai dengan budgeting hotel, resto, dan cafe?

Jawab : iya karena harga yang relatif mahal



Gambar 4.8 menjelaskan mengenai sesuai atau tidak harga yang ditawarkan.

**Dari analisis harga (*price*) gula Tropicana Slim memiliki harga yang relatif tinggi/mahal dibandingkan dengan produk gula lain/ brand kompetitor. Maka dari itu banyak yang belum menggunakan gula Tropicana Slim.**

## 4.2 Pembahasan

Rancangan Program :

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. Tropicana slim merupakan produk gula kesehatan yang rendah kalori yang cocok untuk penderita diabetes. Tidak hanya untuk penderita diabetes atau orang-orang lanjut usia, Tropicana Slim hadir untuk semua orang dan semua umur untuk menjaga pola hidup sehat. Produk terdiri dari Tropicana Slim, Nutrisari, Hilo, L-Men, WRP, dan W'dank. Proses pemasaran produk Tropicana Slim tidak berjalan mulus dan mengalami hambatan seiring berjalannya waktu. Sebagian besar

masyarakat masih mengabaikan produk ini karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui manfaat produk Tropicana Slim itu sendiri. Ini merupakan sebuah tantangan bagi PT.Nutrifood Indonesia untuk memasarkan produknya secara lebih luas. 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 ditawari produk Tropicana Slim dan memberikan diskon di setiap pembelian/ memberikan hadiah yang menarik.