

Strategi Pemasaran Minuman D'SRUPUT Dalam Meningkatkan Kinerja Tim

Chikha Rizki Bunda¹, Nada Ariana Salsabila², Divani Andri Putri³, Jordan Gantino⁴, Vivi Nila Sari⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Chikha Rizki Bunda

E-mail: chikharizki047@gmail.com

Abstrak

Minuman D'sruput dengan berbagai varian rasa yang segar dan inovatif memiliki potensi besar untuk menarik pasar yang luas. Strategi pemasaran yang terintegrasi dan berkelanjutan perlu diterapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang efektif untuk minuman D'sruput dalam meningkatkan kinerja tim. Metode penelitian yang digunakan meliputi studi kasus, wawancara dengan tim pemasaran dan analisis data pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antara departemen penjualan sangat penting dalam mencapai target penjualan. Selain itu, pemanfaatan media social, program promosi yang kreatif dan kemitraan dengan influencer dapat meningkatkan kesadaran merek dan minat konsumen terhadap minuman D'sruput. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, tim pemasaran minuman D'sruput dapat bekerja secara efisien dan efektif dalam mencapai tujuan penjualan yang ditetapkan. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya berinovasi dalam strategi pemasaran, beradaptasi dengan trend pasar, dan terus memantau kinerja tim untuk meningkatkan hasil penjualan.

Kata kunci - strategi pemasaran, minuman D'sruput, kinerja tim, inovasi pemasaran, penjualan

Abstract

D'sruput drinks, with various fresh and innovative flavor variants, have great potential to attract a wide market. In an effort to improve the performance of the marketing team, an integrated sustainable marketing strategy needs to be applied. This research aims to identify effective marketing strategies for D'sruput drinks in improving team performance. The research methods used include case studies, interviews with marketing teams, and market data analysis. The result show that collaboration between marketing departments, product research and development, and sales management is very important in achieving sales targets. In addition, the utilization of social media, creative promotional programs, and partnerships with influencers can increase brand awareness and customer interest in D'sruput drinks. By implementing the right marketing strategy, the D'sruput beverage marketing team can work efficiently and effectively in achieving the set sales goals. The practical implications of this research are the importance of innovating in marketing strategies, adapting to market trends, and constantly monitoring team performance to improve sales result.

Keywords - marketing strategy, D'sruput drinks, team performance, marketing innovation, sales

PENDAHULUAN

Minuman D'sruput telah menjadi salah satu produk minuman yang populer di pasaran dengan beragam varian rasa yang menarik dengan inovatif. Sebagai bagian dari industri minuman yang kompetitif, penting bagi tim pemasaran D'sruput untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan kinerja tim dan mencapai target penjualan yang diinginkan.

Dalam era digital yang terus berkembang, peran strategi pemasaran yang holistic dan terintegrasi menjadi semakin penting. Melalui pendekatan yang komprehensif dan inovatif, tim pemasaran D'sruput dapat memanfaatkan peluang pasar, memperkuat citra merek, dan meningkatkan daya saing produk di pasaran.

Dengan demikian, penelitian ini akan menggali berbagai strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh tim pemasaran minuman D'sruput untuk meningkatkan kinerja tim dan mencapai tujuan penjualan yang optimal. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi pemasaran dalam industri minuman dan bidang terkait.

Melalui pendekatan yang terstruktur dan fokus pada inovasi, strategi pemasaran minuman D'sruput diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam mencapai keberhasilan pemasaran dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang sifatnya deskriptif seperti wawancara, gambar, foto dan lain sebagainya. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah D'sruput yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan langsung di lapangan dan sumber data sekunder diperoleh melalui dokumentasi. Metode pengumpulan data adalah dengan melakukan observasi wawancara dan dokumentasi. Alat bantu pengumpulan data adalah handphone sebagai alat untuk merekam saat melakukan wawancara serta alat pengambilan gambar sebagai bukti dokumentasi.

Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu permasalahan dengan mendalam dan dilakukannya dengan mengumpulkan data sedalamnya. Observasi langsung adalah suatu metode pengumpulan data secara langsung dimana peneliti atau pembantu peneliti langsung mengamati gejala-gejala yang diteliti dari suatu objek penelitian atau tanpa instrument penelitian yang sudah dirancang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan (PKM) yang dilakukan di D'sruput berjalan dengan lancar. Kegiatan ini yaitu salah satu tugas project based learning dalam bentuk PKM dari universitas yang harus bahkan wajib dilaksanakan bagi setiap mahasiswa, yang terdiri dari : (1) Pendidikan dan pengajaran bahkan pemberian materi (2) Penelitian (wawancara) dan (3) pengabdian kepada masyarakat (PKM). Pengabdian dengan judul Strategi Pemasaran Minuman D'sruput Dalam Meningkatkan Kinerja Tim. Hal ini dianggap tepat karena dapat mempengaruhi tingkat kualitas dan meningkatkan penjualan usaha pada UMKM D'sruput tersebut. Pelaksanaan PKM ini terbagi dalam 3 kegiatan : 1) kegiatan penjelasan teori, 2) kegiatan diskusi dan tanya jawab, 3) dokumentasi. Target yang akan dicapai dari pelaksanaan PKM ini dalam bentuk pengembangan inovasi untuk meningkatkan kinerja tim D'sruput.

Berberapa pengarahan atau solusi yang diberikan untuk UMKM D'sruput :

1. Penetapan tujuan yang jelas
2. Pembagian tugas dan tanggung jawab
3. Peningkatan kolaborasi
4. Pelatihan dan pengembangan keterampilan
5. Pemamfaatan teknologi
7. Fleksibilitas dan adaptabilitas



Gambar 1.
Pelaksanaan Kegiatan PKM

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat di ambil dari UMKM D'sruput adalah UMKM D'sruput memiliki potensi pasar yang cukup baik dalam industri minuman karena produknya memiliki daya Tarik dan keunikan yang dapat menarik konsumen. Keberhasilan UMKM D'sruput juga didukung oleh kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk, branding dan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang efektif sangat penting dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM D'sruput. Pemamfaatan medial social dan promosi lokal dapat menjadi kunci kesuksesan dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Dengan demikian, UMKM D'sruput merupakan contoh yang menarik dalam dunia UMKM, yang menunjukkan pentingnya kreativitas, inovasi, pemasaran yang efektif, kolaborasi, dan adaptabilitas dalam menghadapi dinamika pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan judul "Strategi Pemasaran Minuman D'sruput Dalam Meningkatkan Kinerja Tim". Dengan selesainya artikel ini bukanlah menjadi sebuah akhir, melainkan suatu awal yang baru untuk memulai pertualangan hidup yang baru. Penulis menyadari bahwa ada orang-orang berjasa dibalik selesainya artikel ini. Tidak ada persembahan terbaik dapat penulis berikan selai rasa ucapan terimakasih kepada pihak yang telah banyak membantu penulis. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Vivi Nila Sari, S.E, M.M selaku dosen pengampu yang telah sabar, meluangkan waktunya dan turut memberi perhatian dalam memberikan pendampingan selama proses penulisan artikel ini. Terima kasih kepada D'sruput atas diberikannya kesempatan untuk dapat melakukan penelitian disana. Penulis sangat mengharapkan kritikan, masukan dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gary dan Philip Kotler. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi 11. Jakarta: Erlangga.
- Herliyani, R., Annisa, S., Sandi, S. P. H., & Hidayaty, D. E. (2024). Strategi msdm yang Efektif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM D'sruput. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 444-451.
- Kotler, Philip dan Kevin Laner Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi 14. Jakarta: Erlangga.

- Sari, V. N., Da Costa, A., & Putri, E. S. (2023). Strategi Pengembangan Usaha D'SRUPUT Dalam Ketertarikan Minuman Kekinian Terhadap Minatbeli Konsumen Kalangan Muda. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 336-339.
- Simamora, Bilson. (2014). *Panduan Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.