

Tinjauan Variasi Produk Vitamin Blackmores Di PT. Enseval Putera Megatrading Bogor

Fahmi Ramadhan Zahdi, Weman Suardy

Program Studi Manajemen Pemasaran, Institut Bisnis Dan Informatika Kesatuan

Email: fahmi.diaz@gmail.com

Product Variant
Strategy for Healthy
Goods

23

ABSTRACT

Vitamin products have become a necessity for society, because people gain many benefits by consuming vitamin products according to their individual needs. PT. Enseval Putera Megatrading Tbk is a company that operates in the distribution and logistics sector through the provision of health products. The aim of the research is to find out; 1. To find out what variations of Blackmores products are available at PT. Enseval Putera Megatrading; 2. To find out what the obstacles are to blackmores product variations at PT. Enseval Putera Megatrading; 3. to find out how to deal with obstacles to Balckmores product variations at PT. Enseval Putera Megatrading. The Research result; 1. PT. Enseval Putera Megatrading applies product variation measures, namely width, length, depth, consistency; 2. several obstacles; when there is a resizing of product variations from the initial product to smaller contents, customers prefer the more economical ones so that the initial product becomes slow moving; 3. In an effort to overcome the problem of slow moving initial products, the company provides bonus prizes so that customers are more interested in purchasing initial products that contain more content.

Keywords: Product Variations, Blackmores Vitamins

ABSTRAK

Produk vitamin sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, karena banyak nilai manfaat yang diperoleh masyarakat dengan mengkonsumsi produk-produk vitamin sesuai kebutuhannya masing-masing. PT. Enseval Putera Megatrading Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan logistic melalui penyediaan produk kesehatan. Tujuan penelitian untuk mengetahui; 1. untuk mengetahui apa saja variasi produk blackmores di PT. Enseval Putera Megatrading; 2. Untuk mengetahui bagaimana kendala variasi produk blackmores di PT. Enseval Putera Megatrading; 3. untuk mengetahui bagaimana upaya menangani kendala variasi produk balckmores di PT. Enseval Putera Megatrading. Hasil penelitian; 1. PT. Enseval Putera Megatrading menerapkan langkah-langkah variasi produk yaitu lebar, panjang, kedalaman, konsistensi; 2. beberapa kendala; ketika adanya resize variasi produk dari produk awal ke isi yang lebih kecil, pelanggan lebih memilih yang lebih ekonomis sehingga produk awal menjadi slow moving; 3. upaya mengatasi kendala slow moving produk awal perusahaan memberikan bonus hadiah agar pelanggan lebih tertarik membeli produk awal yang isinya lebih banyak.

Kata Kunci: Variasi Produk, Vitamin Blackmores

PENDAHULUAN

Semua orang ingin memiliki tubuh yang sehat. Kemampuan untuk melakukan apa pun dengan baik dan mudah tergantung pada memiliki tubuh yang sehat. Kondisi kesehatan seseorang adalah faktor utama dalam kepuasan hidup seseorang. Meskipun sulit untuk dicapai, tubuh yang sehat dapat dipertahankan melalui berbagai cara. Salah satu cara jika ingin menjaga tubuh tetap sehat adalah dengan memenuhi nutrisi dengan benar. Makanan yang mengandung proporsi yang tepat dari karbohidrat, protein, lemak,

Submitted
NOVEMBER 2023

Accepted
APRIL 2024

JABKES

Jurnal Aplikasi Bisnis
Kesatuan
Vol. 4 No. 1, 2024
page. 23-32
IBI Kesatuan
ISSN 2807 – 6036
DOI: 10.37641/jabkes.v4i1.1926

mineral, dan vitamin dapat memberikan nutrisi yang dibutuhkan tubuh. Kinerja organ optimal dicapai ketika kebutuhan gizi seseorang terpenuhi.

Selain berhati-hati tentang apa yang masuk ke tubuh, penting untuk banyak berolahraga, bermeditasi, dan menghabiskan waktu di alam tanpa menggunakan aktivitas berbahaya seperti merokok, minum mabuk, atau makan makanan yang telah diubah genetik. Dengan kemajuan jaman dan teknologi, tentunya banyak orang menjadi sibuk. Banyak orang saat ini memilih untuk makan makanan yang tidak sehat seperti makanan cepat saji tanpa banyak memikirkan efek jangka panjang dari memakannya. Selain itu, jadwal yang padat membuat orang tidak sempat dan malas berolahraga. Karena mengkonsumsi suplemen makanan adalah cara praktis untuk mempertahankan tubuh yang sehat, banyak orang telah mulai melakukannya sebagai cara untuk mengkompensasi kurangnya aktivitas fisik dan asupan nutrisi. Suplemen, seperti konsentrat, metabolit, ekstrak, dan kombinasi beberapa bahan, dapat meningkatkan tingkat nutrisi (RDA).

Berdasarkan Peraturan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan (POM) No. PK 00.063.02360, zat seperti vitamin, mineral, tanaman, bahan tumbuhan, asam amino, penguat nutrisi (AKG) atau konsentrat, zat metabolik, ekstrak, dan zat seperti yang tercantum di atas dianggap sebagai suplemen makanan. Ketika kita kekurangan nutrisi tertentu atau ketika kita tidak dapat mengkonsumsi jumlah yang cukup dari nutrisi ini dari diet reguler kita karena faktor-faktor seperti pembatasan diet jangka panjang, penyakit, atau perjalanan, suplemen makanan dapat membantu. Meskipun benar bahwa kita membutuhkan beberapa nutrisi, ada yang lain, ketika dikonsumsi dalam jumlah yang cukup besar, dapat memiliki efek mendalam pada kesehatan.

Vitamin merupakan salah satu contoh suplemen. Vitamin adalah kelompok zat organik yang ditemukan dalam jumlah kecil dalam banyak bahan makanan yang berbeda; mereka diperlukan untuk metabolisme normal, pertumbuhan, dan perkembangan. Nama vitamin berasal gabungan kata latin, *vita* artinya “hidup” dan *amina* (amine) yang mengacu pada suatu gugus fungsi yang memiliki atom nitrogen (N). Tiga belas jenis vitamin yang baik diperlukan untuk melengkapi kebutuhan nutrisi tubuh manusia yang tepat. yaitu vitamin A, C, D, E, K, dan B.

Peran vitamin di dalam tubuh spesifik, dapat melayani fungsi yang berbeda dalam tubuh dan juga dapat berkontribusi pada kesehatan secara keseluruhan. Kekurangan dalam senyawa ini, tubuh akan mudah terserang penyakit. Meskipun kita hanya membutuhkan sedikit vitamin, bila tubuh kekurangan vitamin metabolisme tubuh dapat terganggu. Karena tidak ada bahan kimia lain yang dapat melakukan fungsi yang sama. Contohnya avitaminosis adalah nama yang diberikan untuk kondisi kekurangan vitamin a. Jika tingkat vitamin A kita rendah, misalnya, kita menjadi rapuh. Selain itu, konsumsi vitamin yang berlebihan dapat mengganggu proses metabolisme dalam tubuh dan harus dihindari.

Dua kategori vitamin yang paling umum adalah yang larut dalam air dan larut dalam lemak. Vitamin B dan C yang dapat larut dalam air sedangkan A, D, E, dan K larut dalam jaringan lemak, lalu disimpan di hati. Ketika tubuh tidak lagi membutuhkan vitamin ini, mereka dihilangkan. Sementara tubuh dapat menyimpan beberapa vitamin hingga enam bulan, yang lain hanya dapat disimpan selama beberapa hari. Vitamin ini cenderung menghilang bersama dengan pasokan makanan. Setelah dicerna, vitamin dibawa ke seluruh tubuh melalui darah. Ketika tubuh tidak lagi membutuhkan vitamin ini, ia mencucinya dalam bentuk urin. Memiliki stok vitamin larut dalam air sangat penting untuk alasan ini.

Dengan adanya kebutuhan mengenai kesehatan maka membuat peluang baru bagi perusahaan untuk dapat memenuhi permintaan tersebut, serta meningkatnya kesadaran masyarakat tentang menjaga kesehatan, maka banyak orang yang mengkonsumsi vitamin guna menjaga kesehatan. Akan tetapi dengan adanya kebutuhan dan keinginan yang berbeda dari masyarakat mengharuskan perusahaan mengetahui produk seperti apa yang diinginkan oleh pelanggan agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi harapan dari konsumen. Dengan adanya peluang ini, banyak perusahaan cermat menangkap permintaan vitamin, dan terjun ke dalam bisnis ini. Industri vitamin menjadi semakin

bersaing karena banyak perusahaan baru yang siap di pasar dengan berbagai macam produk, serta fakta bahwa persaingan di lingkungan bisnis sama-sama meluas dan meningkat intensitas setiap tahun.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif saat ini, perusahaan membutuhkan strategi-strategi untuk memenangkan pasar dan harus secara aktif menerapkan *diferensiasi*. Salah satu strategi perusahaan untuk dapat bersaing adalah dengan menggunakan strategi pemasaran seperti menciptakan variasi produk. Ini karena pemasaran berputar di sekitar memenuhi kebutuhan pelanggan, dan langkah pertama dalam pemasaran adalah melakukan riset pasar untuk menentukan kebutuhan tersebut. Itulah sebabnya penting bagi perusahaan untuk memahami konsep pemasaran sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui apa saja variasi produk blackmores di PT. Enseval Putera Megatrading, Untuk mengetahui bagaimana kendala variasi produk Blackmores pada PT. Enseval Putera Megatrading dan Untuk mengetahui bagaimana upaya menangani kendala variasi produk Blackmores pada PT. Enseval Putera Megatrading.

METODE PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian ini di PT. Enseval Putera Megatrading Bogor beralamat di Jl. Raya Wangun No. 216 RT. 03/RW. 04, Sindangsari, Kec. Bogor Timur, Kota Bogor, Jawa Barat 16146. Adapun jangka waktu penelitian yaitu 3 bulan, mulai tanggal 2 Desember 2022 dan berakhir tanggal 28 Februari 2023. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data penelitian melalui cara observasi dan wawancara terhadap pihak-pihak yang terkait serta melalui studi literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variasi Produk Vitamin Blackmores Pada PT. Enseval

Vitamin Blackmores merupakan vitamin asal perusahaan Blackmores Ltd. di Australia yang berspesialisasi dalam memproduksi dan menjual berbagai macam suplemen kesehatan, termasuk vitamin. Mereka menawarkan berbagai produk yang ditargetkan untuk mendukung berbagai aspek kesehatan dan kesejahteraan. Perusahaan Blackmores Ltd, Australia bekerja sama secara join venture dengan PT. Kalbe Farma Tbk (induk perusahaan PT. Enseval) pada tahun 2016 dengan tujuan menggabungkan keahlian kedua perusahaan untuk menyediakan produk dan suplemen nutrisi berkualitas tinggi kepada konsumen di Indonesia.

Adapun pelaksanaan variasi produk vitamin blackmores pada PT Enseval, sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Variasi Produk Blackmores

Women's and Kids Health	Immunity	Cardio Health
Pregnancy Breast Feeding Gold 60's	Vit C 500mg 30's	Odourless Fishoil 1000mg 30's
Pregnancy Breast Feeding Gold 120's	Vit C 500mg 60's	Odourless Fishoil 1000mg 90's
Kids Koala Bodyshield 60's	Bio c 1000mg 30's	Odourless Fishoil 1000mg 180's
Kids Koala Study Buddy	Bio c 1000mg 90's	

1. Lebar bauran produk Blackmores di PT. Enseval meliputi:
 - a. Women's and Kids Health (Ibu dan anak)
 - b. Immunity (Kekebalan tubuh)
 - c. Cardio Health (Kesehatan Jantung)
2. Panjang bauran produk Blackmores di PT. Enseval:
 - a. Pregnancy Breast Feeding Gold
 - b. Kids Koala
 - c. Vit C 500mg

- d. Bio C 1000mg
- e. Odourless Fishoil 1000mg
- 3. Kedalaman bauran produk Blackmores di PT. Enseval:
 - a. Pregnancy Breast Feeding Gold isi 60
 - b. Pregnancy Breast Feeding Gold isi 120
 - c. Kids Koala Body Shield
 - d. Kids Koala Study Buddy
 - e. Vit c 500mg isi 30
 - f. Vit c 500mg isi 60
 - g. Bio c 1000mg isi 30
 - h. Bio c 1000mg isi 90
 - i. Odourless Fishoil isi 30
 - j. Odourless Fishoil isi 90
 - k. Odourless Fishoil isi 180
- 4. Konsistensi bauran produk Blackmores di PT. Enseval:

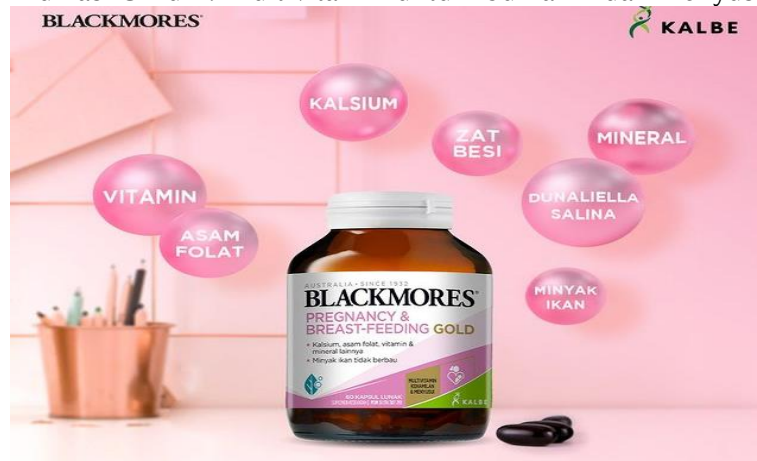
Produk blackmores memiliki hubungan erat antar produk dimana suplemen daya tahan tubuh (immunity) berkaitan erat dengan suplemen kesehatan jantung (cardio health) yang dapat menambah peluang terjadinya penjualan, begitu juga suplemen ibu hamil dan suplemen anak-anak.

Berikut variasi ukuran produk dan penjelasannya:

Blackmores Pregnancy Breast Feeding gold isi 60 dan 120

Pregnancy & Breast-Feeding Gold mengandung 17 nutrisi esensial dan tinggi DHA dari sumber alami Omega-3 untuk membantu memenuhi nutrisi ibu hamil dan menyusui tersedia isi 120 kapsul dan 60 kapsul.

Indikasi Umum: Multivitamin untuk Ibu hamil dan menyusui.



Gambar 3. 1 Blacmores Pregnancy & Breast Feeding Gold

Komposisi:

Minyak ikan alami (500 mcg), kalium iodida / jodida (yodium 75 mcG), dan asam folat (200 mc g) disertakan. Kandungan trigliserida laut omega-3 165mg: Docosahexaenoic acid (DHA) 125 mg; Eicosapentaenoic acid (EPA) 25 mg; FE (II) fumarate/ ferrous fumarate (besi 5 mg); Niasin/ nicotinamide 7,5 mg; Ascorbic acid (vitamin C) 30 mg; Calcium carbonate (kalsium 120 mg); Zinc sulfate monohydrate (zinc 7,5 mg); Magnesium oxide heavy (magnesium 30 mg); Thiamine nitrate (vitamin B1 405 mcg); Riboflavin (Vitamin B2); Pyridoxine HCl (vitamin B6 750 mcg); Cyanocobalamin (viatmin B12); d-alpha-tocopherol (natural vitamin E 5,21 IU); Dunalialla salina cell ext.soft concentrate 72 mg

Blackmores Koala Kids Body Shield isi 60

Vitamin dan mineral yang ditemukan dalam BLACKMORES KOALA KIDS BODY SHIELD, yang datang dalam bentuk tablet dan memiliki rasa jeruk, sangat penting untuk perkembangan dan kesehatan anak.

Indikasi Umum: Membantu memelihara kesehatan anak.

KoalaKids Body Shield

60 TABLETS

BLACKMORES
OFFICIAL STORE



Gambar 3. 2 Blackmores KoalaKids Body Shield

Komposisi: Vitamin A 100 mcg RE, Vitamin C 60 mg, Vitamin D3 200 IU, Vitamin E 7 IU, Zinc 2.5 mg.

Blackmores Koala Kids Study Buddy isi 30

Blackmores Koala Kids Study Buddy 30 Kapsul adalah sumber alami omega-3 yang dibutuhkan untuk kesehatan anak-anak. Mereka terbuat dari konsentrat minyak ikan dengan rasa jeruk, rasa raspberry, dan pemanis xylitol alami.

Indikasi Umum: Membantu memelihara kesehatan anak

BLACKMORES
OFFICIAL STORE

KoalaKids Study Buddy

30 KAPSUL



Gambar 3. 3 Blackmores KoalaKids Study Buddy

Komposisi: Omega 3 300 mg, EPA 180 mg, DHA 120 mg.

Blackmores Vit C 500mg isi 30 dan 60

Blackmores Vitamin C / Daily Immune C 500 mg 60 Tablet merupakan suplemen yang mengandung vitamin C. Suplemen ini digunakan untuk membantu memelihara kesehatan.

Indikasi Umum: Membantu memelihara kesehatan

BLACKMORES
OFFICIAL STORE

Vitamin C 500

60 TABLETS



Gambar 3. 4 Blackmores Vitamin c 500

Komposisi: Vitamin C 500 mg

Blackmores Bio c 1000mg isi 30 dan 90

Blackmores Bio C Mengandung Vitamin C 1000 mg untuk membantu memelihara daya tahan tubuh memiliki ukuran isi 30 dan 90.

Indikasi Umum: Membantu memelihara daya tahan tubuh.



Gambar 3. 5 Blackmores Bio C 1000mg

Komposisi: 400 mg Ascorbic Acid, 350 mg Natrium Ascorbic acid (equivalent to 309 mg ascorbatic acid), 400 mg Potassium Ascorbatic Acids (331 mg equivalent to 331 mg ascurbical acid), Citrus bioflavonoid extract 25 mg, Rutin 50 mg, Hesperidine 50 mg, Rosa canina (Rosehips) ekstrak setara dengan buah kering 250 mg ekstrak Malpighia Glabra (Acerola) setara dalam buah kering 50 mg.

Blackmores Odourless Fishoil 1000mg isi 30, 90, dan 180

Suplemen yang mengandung minyak ikan yang tidak berbau, sumber alami omega-3 dari makanan laut dalam, dapat membantu untuk menjaga kesehatan secara umum; salah satu produk tersebut adalah Blackmores Fish Oil 1000 memiliki 3 varian yaitu isi 30, 90 dan 180.

Indikasi Umum: Membantu memelihara kesehatan.



Gambar 3. 6 Blackmores Odourless Fishoil 1000mg

Komposisi: Minyak ikan alami 1 gram (1000 milligrams). Mengandung 180 mg EPA dan 180 mg DHA dari trigliserida omega-3 laut. -120 miligram asam docosahexaenoic (DHA)

Kendala variasi produk Blackmores pada PT. Enseval Putera Megatrading

Variasi produk sebelumnya menjadi *slow moving* karena adanya varian ukuran baru. Dalam suatu perusahaan, penambahan variasi produk dilakukan untuk meningkatkan kinerja produk dengan menarik lebih banyak konsumen, sama halnya yang dilakukan oleh PT. Enseval Putera Megatrading yang menerapkan variasi produk pada Vitamin Blackmores, hal ini dilakukan untuk bisa menjangkau konsumen lebih banyak, namun kegiatan tersebut menemui kendala, seperti produk sebelumnya yang awalnya isi 120 tablet perusahaan menambah varian lebih kecil yaitu isi 60, produk dengan ukuran besar menjadi *slow moving* ketika ada variasi ukuran produk yang lebih kecil dan konsumen beranggapan bahwa dengan membeli produk dengan size lebih kecil akan lebih menghemat pengeluaran. Persepsi tersebut membuat produk dengan size besar menjadi sulit terjual.

Kompetitor membuat produk serupa. Dalam menjalankan suatu bisnis, akan selalu ada perusahaan *followers* yang mengikuti atau menjiplak produk kita, sama halnya dengan PT. Enseval Putera Megatrading yang baru-baru ini mengeluarkan produk Kids Studdy Buddy, suplemen untuk membantu mendukung perkembangan otak anak dalam proses belajar dan berkembang, tidak lama setelah peluncuran produk tersebut, ada kompetitor yang menciptakan produk dengan spesifikasi dan kegunaan yang sama. Hal ini tentu akan memecah pasar yang seharusnya bisa dimenangkan oleh Blackmores, namun dengan adanya persaingan ini konsumen mungkin akan membandingkan produk dan memilih sesuai budget dan kebutuhan.

Listing Fee pada setiap Variasi Produk yang dipasarkan. Kendala lain yang dirasakan oleh PT. Enseval Putera Megatrading ketika akan memasarkan produk dengan varian terbaru yaitu harus membayar listing fee atau biaya yang harus dibayarkan untuk mendaftarkan produk ke dalam beberapa supermarket. Hal ini cukup menjadi kendala karena variasi produk yang dimiliki Blackmores cukup banyak dan penciptaan produk variasi baru harus dilakukan demi memenuhi kebutuhan konsumen, mempertahankan daya saing, dan meningkatkan keuntungan perusahaan.

Upaya menangani kendala variasi produk blackmores pada PT. Enseval Putera Megatrading

1. Memberikan bonus hadiah untuk produk *slow moving*.
PT. Enseval Putera Megatrading melakukan beberapa teknik promosi untuk membuat produk *slow moving* menjadi menarik di mata konsumen, salah satunya yaitu dengan pemberian bonus hadiah untuk produk-produk yang lama terjual, hal tersebut diharapkan dapat menarik perhatian konsumen dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun yang dilakukan dengan memberikan hadiah dengan membeli produk ukuran lebih besar konsumen akan mendapatkan tas (*cooler bag*). Pemberian hadiah ini dapat menaikkan engagement, sehingga output yang didapat yaitu saling menguntungkan.
2. Memberikan produk yang berkualitas dan layanan prima.
Dalam dunia bisnis yang kompetitif, penting memiliki strategi agar bisa bersaing dengan sehat, seperti yang dilakukan oleh PT. Enseval Putera Megatrading menghadapi tantangan kompetitor, dalam persaingannya PT. Enseval Putera Megatrading mengunggulkan kualitas produk yang dijual, inovasi dan variasi produk yang beragam membuat produk Blackmores menempati market leader dengan market share yang luas, hal ini juga ditunjang dengan produknya yang berkualitas dan manfaat yang spesifik. Tidak hanya itu, blackmores juga berusaha untuk menjangkau konsumen dengan mendekatkan produknya ke tempat-tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mudah ditemukan.
3. Mendistribusikan produk ke toko yang tidak ada listing fee.
Dalam mempertahankan persaingan dan pasar, upaya blackmores untuk memasarkan produknya yaitu dengan lebih banyak menyebarkan atau mendistribusikan produk dan penetrasi variasi produk baru ke toko-toko yang tidak ada listing fee nya, selanjutnya team area akan mengelompokkan list outlet supermarket potensial yang akan di ajukan biaya listing fee.

PENUTUP

PT. Enseval Putera Megatrading memasarkan variasi produk Blackmores berdasarkan 4 turunan atau bauran produk, seperti pada lebar bauran produk meliputi produk untuk women and kids health, immunity, dan cardio health, lalu pada panjang atau lini produk meliputi pregnancy breast feeding, kids koala, vit c, bio c, dan odourless fishoil, pada kedalaman produk terdapat pregnancy breast feeding gold, kids koala body shield, kids koala study buddy, lalu pada konsistensi produk blackmores memiliki hubungan erat daya tahan tubuh (immunity) dengan suplemen kesehatan jantung serta suplemen untuk ibu hamil dengan suplemen anak-anak.

PT. Enseval Putera Megatrading menghadapi kendala dalam melakukan variasi produk seperti variasi produk ukuran menjadi slow moving karena adanya resize produk, kendala lain yaitu competitor yang membuat produk serupa sehingga pasar akan terbagi, lalu adanya syarat listing fee yang harus dibayarkan untuk setiap variasi baru yang akan dipasarkan.

PT. Enseval Putera Megatrading berupaya untuk menangani kendala dalam melakukan variasi produknya seperti memberikan bonus hadiah untuk produk slow moving hal ini dilakukan untuk membuat produk menjadi menarik di mata pelanggan, kemudian dalam menghadapi persaingan, PT. Enseval Putera Megatrading mengunggulkan kualitas produk dan layanan prima kepada pelanggan, serta demi menyebarkan variasi produk dengan leluasa perusahaan mendistribusikan produk ke toko-toko yang tidak perlu membayar listing fee untuk menjaga produk tetap tersebar.

PT. Enseval Putera Megatrading sebaiknya melakukan Teknik product life cycle, hal ini bertujuan untuk mengurangi product slow moving dan mencari langkah lebih lanjut untuk menambah produk baru yang akan dipasarkan. Sebab, semua produk pada akhirnya akan keluar dari pasar karena beragam faktor, mulai dari tingkat persaingan yang tinggi hingga menurunnya permintaan dan penjualan. Dengan menggunakan teknik ini perusahaan dapat memperkirakan produk mana yang akan di *discontinue* dan produk mana yang akan dipertahankan.

PT. Enseval Putera Megatrading sebaiknya sering melakukan promosi dan pemberian diskon belanja sehingga dapat menciptakan minat beli yang tinggi, meningkatkan keputusan pembelian, dan menciptakan daya tarik. Promosi dapat dimanfaatkan secara efektif untuk membangun suatu penjualan dan dapat memicu pembelian. Semakin tinggi promosi yang dikeluarkan akan membuat konsumen semakin cepat untuk mengetahui variasi produk yang ditawarkan, dengan promosi melalui media sosial juga platform seperti Instagram yang merangsang konsumen lebih cepat melakukan keputusan pembelian.

PT. Enseval Putera Megatrading sebaiknya melakukan sosialisasi di berbagai tempat kesehatan guna memberi pemahaman kepada audiens mengenai pentingnya suplemen dan apa saja keunggulan serta manfaat yang dapat diberikan oleh produk Blackmores bagi Kesehatan, sosialisasi ini selain untuk pemaparan informasi juga bertujuan untuk kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan menjaga jarak dengan kompetitor. Dengan promosi sosialisasi, audiens bisa mengerti keunggulan yang akan didapatkan jika menggunakan produk Blackmores sehingga bisa menjadi loyal customer yang membela produk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Assauri, S. 2018, Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- [2] Astuti, Migsuna., Amanda, Rizkita. 2020, Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish
- [3] Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2013, Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- [4] Gitosudarmo, Indriyo. 2014, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua. Yogyakarta.
- [5] Alma, Buchari. 2017, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- [6] Kotler, Armstrong. 2016, Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited
- [7] Armstrong, G., Kotler, P. 2017, Principles of Marketing. 17th red. New York.
- [8] Armstrong, G., Kotler, P. 2017, Principles of Marketing. 17th red. New York.
- [9] Alma, Buchari. 2013, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- [10] Kotler, Armstrong. 2016, Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited

- [11] Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016, Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- [12] Kotler, Philip & Gerry Armstrong. 2014, Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- [13] Daryanto. 2013. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (cetakan 2). Bandung. Penerbit: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- [14] Kotler, P., Keller, Kevin Lane. 2014, Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas, Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- [15] Alma, Buchari. 2017, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- [16] Farli Liwe. 2013. Kesadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di KFC Manado. Jurnal EMBA. Vol 1 No: 2
- [17] Kotler, P., Keller, Kevin Lane. 2014, Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas, Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- [18] Armstrong, G., Kotler, P. 2017, Principles of Marketing. 17th red. New York.
- [19] Tjiptono, Fandy., Diana. 2015. Strategi Pemasaran edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.
- [20] Kotler, P., Amstrong, G., 2014. Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- [21] Armstrong, G., Kotler, P. 2017, Principles of Marketing. 17th red. New York.
- [22] Kotler, P., Amstrong, G., 2014. Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- [23] Kotler, P., Keller, Kevin Lane. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta. PT. Indeks
- [24] Kotler, P., Keller, Kevin Lane. 2016. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta. PT. Indeks.
- [25] Laksan, M. F. 2019. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- [26] Variasi, KBBI. <https://kbbi.web.id/variasi>
- [27] Kotler, P., Keller, Kevin Lane. 2013. Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- [28] Puspitasari, R., Mujtaba, M.I.E., Prakoso, T., Djaniar, U. and Yunus, A., 2024. ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF STUDENTS'KNOWLEDGE OF BANK INTEREST AND SHARIA ACCOUNTING ON INTEREST IN PURCHASING SHARIA PRODUCTS. Journal of Innovation Research and Knowledge, 3(10), pp.2117-2124.
- [29] Rainanto, B.H., Bon, A.T. and Purba, J.H.V., 2022. Environmental Management System and Pro-Environmental Behavior in Realizing Sustainable Industry Performance: Mediating Role of Green Marketing Management. International Journal of Global Optimization and Its Application, 1(1), pp.12-21.
- [30] Putra, A.G. and Zuhdi, S., 2018. The Influence of Repositioning Strategies on Purchase Intention Through Brand Personality and Brand Association. In International Conference On Accounting And Management Science 2018 (pp. 159-163).
- [31] Luqman Hakim, L. and Iswandi, I., 2021. The Analysis of Profitabilityand its Implications for Stock Return: A Learning and Education Perspective. Ilkogretim Online-Elementary Education Online, 20(5), pp.664-676.
- [32] SUSILO, H., 2020. THE PREDICT OF THE STOCK RETURN ON THE COMMERCIALS BANKS: INSIGHT THE SIGNALLING THEORY PERPECTICE. INTERNATIONAL JOURNAL OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH.
- [33] Stefani, S. and Fadillah, A., 2021. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 9(3), pp.665-672.

- [34] Djanegara, M.S., Sutarti, S. and Dewo, S.A., 2022. The Influence of Corporate Governance for the Indonesian Banking Industry in a Pandemic Period. *International Journal of Finance & Banking Studies* (2147-4486), 11(3), pp.62-71.
- [35] Iriyadi, I., MEIRYANI, M., Syamil, A., Naldo, R.R.N., Daud, Z.M., Gui, A., Purnomo, A. and Persada, S.F., 2024. The Analysis of Chasing Returns Strategy in Equity Funds.
- [36] Pamungkas, B., 2023. Pengaruh Emotional Intelligence Dan Spiritual Intelligence Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Variabel Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt Adhi Karya Tbk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), pp.467-482.
- [37] Manurung, T.M.S., 2022. Evaluation Of Online Learning And The Impact On Learning Achievement And Student Satisfaction. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 6(1), pp.9-24.
- [38] Nurendah, Y., 2024. *Entrepreneur dan Inovation*. Kesatuan Press.
- [39] Noor, T.D.F.S., Mursitama, T., Abdinagoro, S.B., Raharjana, D.T. and Andleeb, N., 2023. The Renaissance Of Green Marketing Innovation Of Villages Sustainable Tourism. *CEMJP*, 31(4), pp.228-241.
- [40] Cahyani, N. and Hertati, L., 2023. Siklus Hidup Pendapatan Bersih Dan Modal Kerja Bersih Terhadap Arus Kas Pada Perusahaan. *EKOMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), pp.59-82.