

PERAN DISTRIBUSI MAKANAN IMPORT SEBAGAI EFEKTIVITAS PEMASARAN KULINER KEKINIAN DI PT.INDOSPS BOGATAMA MAKMUR

Abdul khafidz, Dr. Menur Kusumaningtyas, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIE Mahardhika Surabaya

Email : abdulkhfdz13@gmail.com, menur.kusumaningtyas@stiemahardhika.ac

Abstrak

Persaingan dalam industri makanan dan minuman lebih meluas dengan adanya berbagai kuliner modern yang dipengaruhi oleh globalisasi. pt. Indepssp Bogatama Makmur berperan sebagai distributor utama makanan impor di Indonesia dan menawarkan bahan baku berkualitas tinggi dari negara-negara Asia seperti Jepang, Korea, Vietnam dan Thailand. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran distribusi, faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas distribusi dan strategi impor untuk mendistribusikan makanan yang mendukung pemasaran kuliner saat ini. Data dikumpulkan melalui pengamatan lapangan dan wawancara dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasilnya adalah Pt. Namun, Bogatama Makmur tidak hanya menawarkan bahan baku premium yang sulit disimpan secara lokal, tetapi juga secara efektif mengelola rantai pasokan, logistik, dan penyimpanan dengan sistem FIFO dan FEFO. Selain itu, tren pasar, kemitraan strategis, dan adaptasi terhadap kepatuhan terhadap peraturan keamanan pangan adalah faktor kunci dalam efektivitas distribusi. Strategi segmentasi geografis, pelanggan, kelas produk, dan fotografi psikologis juga diimplementasikan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pasar. Studi ini menegaskan pentingnya manajemen penjualan terintegrasi untuk mendukung pertumbuhan bisnis memasak modern.

Kata kunci :distributor,pemasaran,makanan import

Abstract

Competition in the food and beverage industry is more widespread with the presence of various modern culinary influenced by globalization. pt. Indepssp Bogatama Makmur acts as the main distributor of imported food in Indonesia and offers high-quality raw materials from Asian countries such as Japan, Korea, Vietnam and Thailand. The purpose of this study is to analyze the role of distribution, factors that influence the effectiveness of distribution and import strategies to distribute food that supports current culinary marketing. Data were collected through field observations and interviews using a descriptive qualitative approach. The results are Pt. However, Bogatama Makmur not only offers premium raw materials that are difficult to store locally, but also effectively manages the supply

Article history

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed

under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

chain, logistics, and storage with the FIFO and FEFO systems. In addition, market trends, strategic partnerships, and adaptation to compliance with food safety regulations are key factors in distribution effectiveness. Geographic segmentation strategies, customers, product classes, and psychological photography are also implemented to meet various market needs. This study emphasizes the importance of integrated sales management to support the growth of modern cooking businesses.

Keywords: distributor, marketing, imported food

PENDAHULUAN

Persaingan dalam industri makanan dan minuman menjadi semakin kompetitif. Persaingan ini dibuktikan oleh jumlah perusahaan yang ditargetkan dalam perusahaan asing dan domestik yang menghasilkan berbagai varian makanan dan minuman kondisi ini dibuktikan oleh jumlah perusahaan yang ditujukan untuk bisnis asing dan domestik yang menghasilkan berbagai spesies makanan dan minuman.(Larisang et al., 2024) Persaingan antara restoran siap saji semakin meluas, sehingga perusahaan makanan siap saji berlomba-lomba menciptakan inovasi dengan ide-ide menarik untuk mempertahankan konsumen(Suprpto & Vinchen, 2023)

Seperti banyak aktivitas-aktivitas lainnya dalam kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan, maka kegiatan distribusi besar sekali peranannya dalam kegiatan pemasaran. Distribusi merupakan jembatan penghubung antara produsen dan konsumen (Wijaya et al., 2012).

Menurut Philip Kotler (2012;588) saluran distribusi adalah Rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadi produk dan jasa siap untuk digunakan dan dikonsumsi,Masuknya Makanan luar negeri yang kini marak dijual dimana-mana merupakan salah satu bukti nyata adanya pengaruh globalisasi pada sektor kuliner. Berkat globalisasi yang ada, muncul berbagai restoran makanan luar negeri yang hadir dapat dengan mudah membuka cabang di wilayah indonesia seperti makanan vietnam dan jepang hingga korea. Jumlah restoran saat ini dari luar negeri membuatnya tampak bahwa orang Indonesia memimpin bisnis serupa yang menjual makanan modern ini. penyebabnya banyak koki di Indonesia saat ini didominasi dengan keahlian makanan asing. (M. A. Candra et al., 2023).

bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan adalah penentuan Target pasar dengan baik, menentukan produk yang ditawarkan dapat Menentukan harga yang bersaing , menentukan saluran distribusi dan tentu saja menentukan promosi(Nelfianti, 2021) Pembelian bahan baku dari pemasok negara lain atau biasa di kenal dengan sistem (impor) memiliki kebijakan yang berbeda dengan pembelian bahan baku lokal. Proses pemesanan lebih kompleks,seperti keharusan adanya dokumen lengkap pembelian yang merupakan syarat utama dalam melakukan pembelian imporsertaharus mendapatkan izin dan persetujuan dari pihak-pihak yang bersangkutan sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama.(Afianti & Azwir, 2017)

Di tengah maraknya tren kuliner kekinian mulai dari Korean food, Vietnam food , hingga Ramen fusion Jepang PT Indosps Bogatama Makmur (IB Makmur) tampil sebagai distributor makanan impor yang krusial bagi rantai pasok industri F&B di Indonesia. PT Indosps Bogatama Sukses adalah salah satu perusahaan distribusi terkemuka di Indonesia yang berfokus pada impor dan distribusi produk makanan serta minuman berkualitas dari berbagai negara Asia, seperti Jepang, Korea, Vietnam, dan Thailand. Sejak berdiri, perusahaan ini berkomitmen untuk menjembatani kebutuhan pasar lokal terhadap produk makanan internasional yang berkualitas dan sesuai dengan standar keamanan pangan.

Dengan jaringan distribusi yang kuat dan luas, PT Indosps Bogatama Sukses melayani berbagai segmen pasar, mulai dari supermarket, restoran, hotel, hingga toko retail di seluruh wilayah Indonesia. Distribusi perusahaan mencakup pulau-pulau besar seperti Jawa, Sumatra, Bali, Kalimantan, dan Sulawesi, memungkinkan produk impor dapat diakses oleh konsumen dari berbagai daerah.

Berdasarkan dari latar belakang penelitian ini diharapkan dapat mengetahui 1.bagaimana peran saluran Distribusi di PT.Indosps bogtama makmur dalam mendukung perkembangan tren kuliner kekinian?. 2.Apa saja faktor yang mempengaruhi efektivitas distribusi makanan import dalam menunjang pemasaran jenis kuliner kekinian? 3.Bagaimana strategi distribusi makanan impor untuk memenuhi kebutuhan pasar kuliner kekinian.? Dengan begitu Tujuan penelitian ini di harapkan bisa mengetahui secara objektif untuk menganalisis secara efektif tentang bagaimana PT.Indosps bogatama makmur untuk menjaga efektivitas pemasaran produk makanan import di tengah tren kuliner kekinian.

TINJAUAN LITERATUR

Distributor

Distribusi adalah salah satu bentuk campuran pemasaran yang memainkan peran penting dalam kaitannya dengan lokasi kegiatan bisnis, dengan tujuan untuk dapat menghasilkan konsumen tanpa masalah. Ini dapat menyebabkan proses pemasaran untuk produk yang diproduksi oleh perusahaan. Penjualan adalah upaya oleh perusahaan yang dapat mengelola semua kegiatan bisnis mereka, terutama produk yang mengimplementasikan perusahaan yang terkait dengan penjualan yang terkait dengan penjualan..(Wijaya et al., 2012). Subsektor industri makanan dan minuman memainkan peran penting dalam perekonomian. Subsektor makanan dan minuman adalah subsektor di mana PDB dari 16 subsektor di bidang manufaktur telah memberikan kontribusi terbesar. Pada tahun 2020, industri makanan dan minuman memberikan nilai PDB 755,9 triliun rupiah, peningkatan 109% dibandingkan dengan 2010. Pada 2010, proporsi subsektor industri makanan dan minuman terus meningkat. PDB -BIP -BIP -BIP Food and Beverage PDB ini terus tumbuh dengan rata -rata 7,72% dari 2010 hingga 2020. Pertumbuhan subsektor ini lebih besar dari rata -rata pertumbuhan PDB dalam industri pemrosesan dan pertumbuhan PDB nasional sebesar 3,89% dan 4,5%. Kontribusi subsektor ini terhadap PDB nasional terus meningkat. Pada tahun 2010, pangsa pasar industri industri dan minuman meningkat sebesar 5,25%, dan pada tahun 2020 meningkat menjadi 6,85% atau 30,4% (bp) dalam(Lagaida & Novianti, 2022).

Makanan import

Makanan impor yang beredar menawarkan berbagai produk pengemasan, dan rasa yang menarik akan membuat konsumen tertarik untuk membeli makanan impor makanan. produk makanan impor memiliki kualitas dan rasa yang terjamin kemasan dengan harga yang cukup terjangkau dan sebanding dengan kualitasnya. Selain itu, kemasan makanan impor yang lebih menarik dapat menarik bagi konsumen untuk membelinya (Rika Widianita, 2023). Ketersediaan bahan baku merupakan hambatan utama untuk meningkatkan kinerja makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman memiliki kebutuhan bahan baku dengan

spesifikasi dan jumlah yang spesifik. Bahan baku industri didominasi oleh impor karena bahan baku yang diturunkan di dalam negeri tidak dapat memenuhi kebutuhan industri. Bahan baku yang diimpor oleh industri makanan dan minuman memudahkan dalam sebuah restoran dalam menyajikan produknya. (Lagaida & Novianti, 2022)

Efektivitas pemasaran

Pemasaran adalah kunci untuk proses bisnis yang sukses, terutama ketika produk tersebut merupakan produk baru dan pelanggan potensial segera disajikan. Dalam konteks ini, kegiatan branding adalah kegiatan yang perlu dipertimbangkan untuk membentuk kesadaran produk. (Salam, 2021) Kualitas produk dan kualitas layanan memiliki dampak positif yang signifikan pada keputusan pembelian dari konsumen. Karena perusahaan selalu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen, diharapkan konsumen akan meningkatkan minat mereka pada pembelian perusahaan dan bahwa mereka akan dapat terus mencari inovasi dalam produk yang mereka tawarkan. (Ye et al., 2025) sehingga efektivitas pemasaran harus di perlukan pada setiap perusahaan yang akan menawarkan produk kepada para konsumen oleh karna itu perusahaan harus terus meningkatkan cara agar dapat efektif untuk memasarkan produknya kepada konsumen.

Restoran dan kuliner kekinian

Kualitas produk dan kualitas layanan memiliki dampak positif yang signifikan pada keputusan pembelian minat pelanggan. maka dari itu perusahaan selalu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen, harapannya konsumen akan meningkatkan minat mereka pada pembelian perusahaan dan mereka akan dapat terus mencari inovasi dari produk yang mereka tawarkan. (Kurniawati, 2020) Pertumbuhan restoran di Surabaya menunjukkan bahwa kuliner kekinian asing akan menyebar secara internasional. Sushi, Takayama, Sukiyaki, Tempura, Udon, Ramen, dll. Sudah diketahui orang-orang di kota-kota besar Surabaya, dan mudah dinikmati di mana saja. Dalam konteks ini, masakan kuliner Jepang disebut media yang paling mendominasi di panggung internasional. (Amalijah & Fredy, 2023) hal ini tentu membuat para masyarakat khususnya kaum milenial lebih penasaran dengan adanya tren tersebut sehingga hal ini menjadi salah satu keuntungan yang dimiliki dari para pelaku usaha kuliner modern yang lagi rame pada musim ini

METODE PENELITIAN

Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Indosps Bogatma Makmur yang berada di Central Pergudangan margomulyo Permai No.C 16, Tanggungasri, Sukomanunggal, Surabaya. Waktu penelitian ini dilakukan selama 3 (bulan)

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus pada PT Indosps Bogatama. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif bertujuan untuk mencari teori. cara utama dari metode penelitian ini adalah bahwa para peneliti terlibat langsung dalam bidang ini, bertindak sebagai pengamat yang menghasilkan pelaku, mengamati fenomena, menentukan pengamatan buku, tidak memanipulasi variabel, dan berkonsentrasi pada pengamatan objek secara langsung. (Handayani, 2020)

Metode pengumpulan data

Pengumpulan data pada penelitian ini

dilakukan dengan 2 metode, diantaranya

a. Penelitian lapangan

Penelitian lapangan dilakukan langsung pada PT.INDOSPS BOGATAMA MAKMUR sebagai objek penelitian, dengan tujuan memperoleh objek data primer yang bisa diperoleh melalui kegiatan observasi serta wawancara.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan membaca jurnal, buku, literatur, artikel atau referensi lain terkait dengan penelitian ini serta penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan fokus penelitian dengan penelitian yang dilaksanakan

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Indosps Boogatama Makmur tidak hanya berfungsi sebagai distributor makanan impor, tetapi juga memainkan peran strategis sebagai aktor dalam perkembangan tren kuliner di Indonesia. Di tengah dinamika industri makanan yang semakin dipengaruhi oleh globalisasi dan perubahan gaya hidup konsumen, perusahaan ini menghadirkan bahan-bahan berkualitas tinggi dari berbagai negara, yang memungkinkan pelaku industri kuliner mulai dari restoran, kafe, hingga usaha rumahan untuk menciptakan variasi rasa dan menu yang lebih inovatif.

Keberadaan PT Indosps Boogatama Makmur telah membuka akses terhadap bahan-bahan yang sebelumnya sulit didapatkan di pasar lokal. Hal ini secara langsung mendorong munculnya menu-menu baru yang lebih kreatif dan beragam, yang tidak hanya memanjakan lidah konsumen tetapi juga meningkatkan daya saing bisnis kuliner dalam negeri. Dengan menyediakan bahan-bahan otentik dari luar negeri, perusahaan turut mendukung terwujudnya pengalaman kuliner yang lebih otentik dan berstandar internasional.

Makanan dan minuman yang Meningkat sesuai tren kekinian yang ada membuat jumlah milenium di Indonesia menerima secara dramatis. kondisi kompetisi makanan di Indonesia dimulai karena banyak keragaman yang semakin bervariasi.(F. Candra et al., 2023) Perubahan dinamis dalam globalisasi membawa praktik inovasi jenis kuliner baru hal Ini difasilitasi oleh keadaan keinginan dan kenyamanan. Globalisasi adalah salah satu faktor dalam tren masakan saat ini pada saat mereka yang langsung menyukai produk. Ini mengacu pada keadaan produk instan yang mudah di jumpai hal Ini terjadi melalui faktor dan kegiatan kerja yang ditempati. Untuk membuat kemudahan dalam mengkonsumsi kuliner lebih suka produk langsung.(Hanifah, 2020)

Dengan begitu hasil dari observasi dan dan wawancara dalam penelitian ini bisa di jelaskan bagaimana kondisi tren kuliner kekekinian yang muncul yang berkaitan langsung dengan adanya distributor bahan baku yang ada dengan lebih lengkap sebagai berikut;

Peran Saluran Distribusi dalam Mendukung Kuliner Kekinian PT Indosps Bogatama memiliki jaringan distribusi yang mencakup wilayah Jabodetabek, Bandung, Surabaya, dan beberapa kota besar lainnya. Produk makanan impor yang disalurkan meliputi keju mozzarella, boba, saus Korea, minuman instan, dan bahan dessert. Produk-produk ini menjadi bahan utama

dalam berbagai menu kuliner kekinian seperti Korean street food, cheese tea, dan dessert Jepang. Namun, saluran distribusi dan pemasaran masih menjadi tantangan, mengingat minimalnya penetrasi pasar secara digital dan pemahaman tentang pemasaran berbasis teknologi (Romadhoni et al., 2025) oleh sebab itu dari hasil wawancara dan observasi PT. Indosps Bogatama Makmur ada beberapa jawaban yang bisa menjelaskan Deverivikasi bahan baku distributor makanan import PT. Indosps bogatama makmur menghadirkan berbagai *“bahan baku premium yang mana bahan baku tersebut tidak tersedia secara lokal Ketersediaan bahan -bahan khas dari berbagai negara, seperti keju mozzarella, daging premium, makanan laut, dan rempah -rempah otentik, menawarkan peluang untuk pengembangan menu jenis masakan modern yang lebih beragam dan inovatif dengan begitu cara untuk meningkatkan daya saing produk dengan pemilihan bahan baku import yang mana hal ini dapat menghasilkan produk kuliner dengan rasa internasional dan bersaing di pasar domestik dan ekspor dengan melihat kondisi tren saat ini pada konsumen yang memprioritaskan kualitas, tren makanan, dan pengalaman kuliner global.”* Dari jawaban tersebut dapat kita ketahui secara langsung bahwa para pemilik resto dan kuliner kekinian yang kesulitan dalam mencari bahan baku untuk hasil produk yang mereka ciptakan akan dapat dengan mudah mendapatkannya seiring dengan adanya perusahaan distributor yang menyediakan bahan baku tersebut oleh sebab itu PT. Indosps bogatama makmur menjadi pelaku distributor guna menjembatani para pelaku usaha yang sedang menjalankan usahanya di bidang tersebut sehingga saluran ini dapat dengan mudah didapatkan oleh customer yang telah membutuhkan bahan baku tersebut.

Faktor yang mempengaruhi efektivitas distribusi makanan import dalam menunjang pemasaran jenis kuliner kekinian

Distribusi makanan impor memiliki peran strategis dalam menunjang keberhasilan pemasaran produk kuliner kekinian, khususnya bagi PT Indosps Bogatama yang berperan sebagai distributor utama. Efektivitas distribusi dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci yang saling berkaitan dan harus dikelola secara optimal untuk memenuhi permintaan pasar yang dinamis dan tren kuliner yang cepat berubah. Oleh sebab itu ada beberapa faktor yang telah diterapkan supaya bisa menjadi cara efektif dalam pemasaran kuliner

a. ketepatan manajemen rantai pasok (supply chain management)

faktor utama Ketersediaan stok makanan impor yang stabil bergantung pada pengelolaan pengadaan, pengiriman, penyimpanan, hingga distribusi ke pelanggan akhir. Keterlambatan pengiriman dari luar negeri, kendala bea cukai, serta fluktuasi kurs valuta asing dapat menghambat kelancaran distribusi. dengan cara SCM yang efektif dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, menjaga kualitas produk, dan memastikan ketepatan waktu dalam pengelolaan stok dan penyajian (Dzaki et al., 2025)

PT Indosps Bogatama harus memastikan koordinasi yang baik dengan pemasok luar negeri serta memanfaatkan teknologi informasi untuk memonitor pergerakan barang secara real-time.

b. pengelolaan logistik dan sistem penyimpanan

Dengan adanya jenis bahan baku yang ada pada sektor distribusi tentu ada beberapa cara yang harus diterapkan untuk bisa menjaga mutu kualitas barang tersebut oleh karena itu muncul pertanyaan *“bagaimana cara perusahaan bisa menerapkan sistem pengelolaan dan penyimpanan dengan baik”* dari hasil pertanyaan wawancara terhadap nara sumber bisa diuraikan sebagai berikut ;

Sistem pengelolaan dan penyimpanan disini di lakukan sesuai dengan kondisi karakteristik barang masing masing sehingga produk bahan tersebut tetap terjaga secara mutu kuliatisamanya. Dimana keadaan dalam gudang prusahaan telah terdapat rak-rak penyimpanan yang ter oganisir sesuai dengan jenis barang dan tanggal ke datangan dan dilakukan sistem rotasi sesusai dengan FIFO dan FEFO sesuai dengan kebutuhan. Untuk kebutuhan barang frozen dan chiler ada ruangan tersediri dimana ruangan tersebut di ciptakan sesuai dengan kebutuhan suhu tingkat kelembapan yang di butuhkan oleh barang tersebut sehingga barang barang yang bersifat fresh dan frozen tetep terjaga secara mutu kualitasnya. Produk makanan impor, khususnya yang bersifat fresh atau frozen, memerlukan fasilitas cold storage yang memenuhi standar keamanan pangan. Efisiensi dalam pengaturan penyimpanan, pengemasan ulang, dan pengiriman harus dijaga agar kualitas produk tetap terjamin hingga ke tangan konsumen kuliner kekinian, yang umumnya sangat sensitif terhadap kualitas rasa dan penampilan makanan.

c. kemampuan adaptasi terhadap tren pasar kuliner kekinian faktor yang tidak kalah penting. PT Indosps Bogatama perlu sigap menangkap tren makanan yang sedang populer, seperti bahan makanan Korea, Jepang, atau varian dessert internasional yang digemari oleh generasi muda. Ketepatan dalam membaca tren ini memungkinkan perusahaan mengatur komposisi impor yang relevan, sehingga produk yang didistribusikan memiliki tingkat permintaan tinggi dan memudahkan mitra usaha dalam melakukan pemasaran.

Selain itu, kemitraan strategis dengan pelaku bisnis kuliner lokal juga menjadi kunci dalam menunjang pemasaran. Dengan menjalin kerja sama yang baik dengan restoran, kafe, maupun gerai makanan kekinian, PT Indosps Bogatama dapat memastikan distribusi produk yang cepat terserap pasar. Program kemitraan ini bisa dilengkapi dengan penawaran harga khusus, sistem pemesanan online, hingga penyediaan edukasi penggunaan produk.

Terakhir, faktor regulasi dan kepatuhan terhadap standar keamanan pangan internasional tidak dapat diabaikan. Setiap produk makanan impor harus memenuhi standar BPOM, karantina pangan, serta regulasi halal di Indonesia. Efektivitas distribusi juga dipengaruhi oleh kelengkapan dokumen dan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku, yang jika tidak dikelola baik bisa menghambat proses distribusi.

Dengan mengelola seluruh faktor tersebut secara terpadu, PT Indosps Bogatama dapat meningkatkan efektivitas distribusi makanan impor dan secara langsung menunjang keberhasilan pemasaran produk kuliner kekinian yang sangat kompetitif dan terus berkembang.

Bagaimana strategi distribusi makanan impor untuk memenuhi kebutuhan pasar kuliner kekinian

Strategi Distribusi PT Indosps Bogatama dalam Mengelola Pasokan Makanan Impor. Oleh karna itu dalam proses kali ini perlu dilakukan cara segmentasi pasar dengan baik agar bisa memenuhi kebutuhan pasar secara efektif

Segmentasi mampu memaksimalkan pengalokasian sumber daya pemasaran sehingga Segmentasi pasar dapat memberikan petunjuk dalam menentukan alokasi untuk sumber daya pemasaran. Pengalokasian produk yang tepat akan membantu perusahaan segera mendapatkan keuntungan. Karena dengan menyalurkan sumber daya yang tepat, produk

tersebut akan mudah menemukan minat konsumen yang efektif dalam kegiatan pemasaran. Hal ini dilihat berdasarkan peluang dari setiap segmen yang telah terpilih, juga mempertimbangkan situasi pesaing perusahaan (Haya, n.d.)

Dalam segmentasi produk yang di terapkan di perusahaan ini peneliti telah melakukan wawancara terhadap tim marketing atau salah satu sales yang ada

Untuk itu dari penelitian ini bisa dijelaskan bagaimana cara PT. Indosps Bogatama dalam melakukan segmentasi pasar dimana ada dua tahapan yang bisa dilakukan dalam proses segmentasi pemasaran yaitu dengan segmentasi geografis. Sebuah perusahaan dapat beroperasi dalam satu atau beberapa daerah geografis ataupun beroperasi dalam semua daerah. Namun perusahaan harus tetap memperhatikan perbedaan-perbedaan yang terdapat diantara berbagai daerah, terkait dengan kebutuhan dan keinginan konsumen di daerah. (Hakiki, 2020)

Dengan begitu perlu di ketahui bagaimana cara yang harus dilakukan untuk bisa mengetahui strategi yang efektif dalam proses pendistribusian produk agar bisa menunjang sesuai dengan kuliner yang di butuhkan.

Berikut merupakan tahap dari segmentasi yang telah di tanyakan pada salah satu karyawan di PT. Indosps Bogatama Makmur

a. Segmentasi geografis

1. Dari jenis pelanggan

segmentasi pelanggan berdasarkan produk yang sesuai dengan permintaan akan mengetahui jenis banyaknya pelanggan dan permintaan produk yang ada memudahkan waktu untuk mengetahui produk mana yang banyak diminati dan daerah mana yang banyak melakukan menerima permintaan produk yang ada. (Prakasawati et al., 2019) Melihat dari jenis bahan baku produk yang ada di PT. Indosps Bogatama Makmur untuk itu *target yang bisa di masuki produk tersebut adalah restoran, kafe, hingga hotel yang mana pada kondisi tersebut mereka mempunyai variasi menu yang membutuhkan bahan baku import untuk penyajian hidangan menu yang di ciptakan.* sehingga dalam proses pemasaran yang bisa dilakukan dapat memenuhi kriteria konsumen masing masing.

2. Kelas produk

Kelas produk untuk mengenai produk yang di pasarkan ada beberapa jenis produk yang bisa di pasarkan sesuai dengan kebutuhan para customer. sehingga dengan adanya varian jenis bahan baku olahan yang di miliki bisa membantu pelanggan dalam mengolah jenis produknya hingga ke konsumen. Hal ini bisa di ketahui dengan bukti dari wawancara langsung terhadap tim marketing dimana *PT Indosps Bogatama memfokuskan impor pada bahan makanan yang sedang naik daun di pasar kuliner Indonesia, misalnya: Daging premium, Seafood segar, Produk chili, wakame, mentega premium hingga Bahan makanan Korea, Jepang, Thailand, dan Western lainnya* Segmentasi ini memungkinkan perusahaan selalu relevan dengan kebutuhan chef, restoran, hotel, dan bisnis kuliner kekinian.

b. Segmentasi psikografis

Dalam segmentasi psikografis perusahaan mengidentifikasi mulai dari karakteristik konsumen berdasarkan gaya hidup konsumen, segmentasi psikografis dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang lebih spesifik, sehingga dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih relevan. (Buji et al., 2024) dari cara segmentasi tersebut dapat di ketahui oleh perusahaan sehingga dalam *dalam proses penawaran produk terhadap sektor yang akan di tuju dapat lebih jelas yang mana gaya hidup konsumen memiliki keberagaman pemilihan bahan baku mulai dari umkm, restoran hingga kafe yang telah jadi target konsumen* hal ini tentu membantu dari proses pemasaran yang efektif

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Peran Distribusi: PT. INDOSPS Bogatama Makmur mempunyai peran penting dalam rantai pasok industri kuliner kekinian Indonesia dengan menyediakan bahan baku impor yang berkualitas tinggi, memungkinkan restoran dan pelaku usaha kuliner menciptakan menu yang inovatif dan sesuai dengan tren global. Faktor Efektivitas Distribusi dipengaruhi oleh manajemen rantai pasok yang tepat, pengelolaan logistik dan sistem penyimpanan yang baik (menggunakan metode FIFO dan FEFO), adaptasi terhadap tren pasar serta kemitraan strategis, serta kepatuhan terhadap regulasi keamanan pangan. Untuk Strategi Distribusi Strategi yang diterapkan meliputi segmentasi geografis, segmentasi berdasarkan jenis pelanggan, kelas produk, serta psikografis, sehingga distribusi produk tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan pasar kuliner kekinian yang terus berkembang.

Saran

Untuk saran dari penelitian ini seharusnya Peningkatan Digitalisasi Pemasaran di pt.indosps bogatama melalui penetrasi pasar digital dilakukan dengan metode platform e-commerce dan pemasaran berbasis teknologi informasi untuk memperluas pelanggan baru secara lebih efektif. Di mana Penguatan Kolaborasi dengan Mitra Bisnis dapat menjadi opsi yang perlu di tingkatkan Perusahaan dalam memperluas kemitraan strategis mereka dengan berbagai perusahaan kuliner, seperti restoran, kafe, hotel, dan UMKM modern untuk memperluas area penjualan mereka dan mempercepat dimasukkannya produk di pasar. Sehingga dari cara itu saluran pemasaran tersebut lebih efektif

DAFTAR PUSTAKA

Afianti, H. F., & Azwir, H. H. (2017). Pengendalian Persediaan Dan Penjadwalan Pasokan Bahan Baku Import Dengan Metode Abc Analysis Di Pt Unilever Indonesia, Cikarang, Jawa Barat. *Jurnal IPTEK*, 21(2), 77. <https://doi.org/10.31284/j.iptek.2017.v21i2.200>

Amalijah, E., & Fredy, M. (2023). Pemetaan Restoran Jepang dan Kuliner Milenial di Surabaya. *Jurnal Sakura: Sastra, Bahasa, Kebudayaan Dan Pranata Jepang*, 5(1), 169. <https://doi.org/10.24843/js.2023.v05.i01.p10>

Buji, G. E., Alexandro, R., & H, F. H. (2024). *Pengaruh Segmentasi Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus di Toko Benang Bintik Lestari Indah Kota Palangka Raya)*. 2024(16), 148-156.

Candra, F., Ellitan, L., & Agrippina, Y. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Wizzmie di Surabaya. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 218-237. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.2159>

Candra, M. A., Enjeladinata, V., & Rizky Widana, M. (2023). Eksistensi Makanan Tradisional Di Tengah Gempuran Makanan Korea. *Prosiding Seminar Nasional*, 352-361.

Dzaki, M. R., Fr, Z., Armedha, F., & Apirandi, M. C. (2025). *ANALISIS PENERAPAN MANAJEMEN*

RANTAI PASOK PADA UMKM F & B (STUDI KASUS : KULINER AYAM BAKAR RENGGANIS). 9(1), 1279-1283.

Hakiki, M. A. (2020). Penerapan Efektivitas Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UD. Bitang Timur Di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 148-160. <https://doi.org/10.53515/lantabur.2020.1.2.148-160>

Handayani, R. (2020). Metode Penelitian Sosial. In *Bandung* (Issue September).

Hanifah, F. (2020). Analisis pemilihan supplier daging sapi studi kasus restoran nominomi delight Jakarta. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/56172>

Haya, nur ani. (n.d.). *OSF Preprints _ Mengidentifikasi Segmen Pasar Dan Memilih Pasar Sasaran.pdf*.

Kurniawati, A. D. (2020). POST BEFORE EATING: Motif Generasi Milenial Ponorogo dalam Fenomena Kuliner Kekinian. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(2), 271. <https://doi.org/10.14421/jsr.v14i2.1745>

Lagaida, B. B., & Novianti, T. (2022). Kebijakan Perdagangan Impor Bahan Baku Industri Makanan dan Minuman. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*, 10(2), 809. <https://doi.org/10.24843/jma.2022.v10.i02.p08>

Larisang, Herman, Hasibuan, R. P., & Nurul Aprila Safira. (2024). Penentuan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Distributor Makanan Ringan. *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, 6(1), 19-26. <https://doi.org/10.37631/jri.v6i1.1257>

Nelfianti, F. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Produk Plat Stainless Steel (Studi Kasus pada Suplier Stainless Steel di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 88-92. <https://doi.org/10.31294/jab.v1i2.857>

Prakasawati, P. E., Chrisnanto, Y. H., & Hadiana, A. I. (2019). Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Produk Menggunakan Metode K- Medoids. *KOMIK (Konferensi Nasional Teknologi Informasi Dan Komputer)*, 3(1), 335-339. <https://doi.org/10.30865/komik.v3i1.1610>

Rika Widianita, D. (2023). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1-19.

Romadhoni, I. F., Sutiadiningsih, A., Purwidiani, N., Sulandari, L., Huda, I., & Dewi, P. (2025). Penerapan Bisnis Model Canvas pada Hasil Praktek Operasional Kuliner Indonesia sebagai Produk Usaha Komersial Penelitian ini bertujuan untuk mendalami dan menganalisis kualitas produk praktek sebagai produk usaha komersial . *Kuliner Indonesia memiliki kek*. 2(1).

Salam, A. (2021). Jurnal Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 48-56.

Suprpto, Y., & Vinchen, H. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi yang Diterapkan McDonalds dalam Memasuki Pasar International. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 257-261.

Wijaya, F., Pt, P., & Oods, B. (2012). *Peningkatan i'enjijalan produk makanan di wilayah jakarta pada pt.beei'oods indonesia.*

Ye, M., Hou, H., Liu, X., Sun, Z., Yu, X., & Rong, J. (2025). Ternary-metal-sulfide 2MnS/Cu₂S/xZnS/C (x = 0, 0.5, 1, 2, 3) electrodes for high performance supercapacitors. *Journal of Molecular Structure*, 1323(1). <https://doi.org/10.1016/j.molstruc.2024.140774>