

# Kupas Tuntas Strategi UMKM Masuk dan *Survive* pada Retail Modern

(Belajar Dari Brand Coklat Lokal)

Meika Hazim | Tyas Bunga Kumala | Erna Rachmawati



# Kupas Tuntas Strategi UMKM Masuk dan Survive pada Retail Modern (Belajar dari Brand Coklat Lokal)

## Penulis

Meika Hazim  
Tyas Bunga Kumala  
Erna Rachmawati

## Editor

Tyas Bunga Kumala  
Erna Rachmawati

## Desain Grafis

Tri Utami Rosemarwati

Diterbitkan oleh **Forbil Institute**  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak atau mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Forbil Institute.

## Cetakan Pertama

Dicetak di Yogyakarta, Indonesia  
ISBN

## Forbil Institute

Jl. Sunan Giri RT 01 / RW 25  
Tambakan, Sinduharjo, Ngaglik,  
Sleman, DI Yogyakarta 55581

**Telp:** +62 81578011199

**Email:** [forbil.jogja@gmail.com](mailto:forbil.jogja@gmail.com)



# Kata Pengantar

Salah satu kunci kuat dalam menguasai pasar adalah menguasai rantai distribusi dari berbagai penjuru. Produk apapun itu asalkan mudah ditemukan di pemasar (eceran dan ritel) dan di pusat perbelanjaan modern tentu jauh akan menarik perhatian konsumen. Perkembangan digital juga ikut menentukan peran dalam pola dan daya beli konsumen sehingga pelaku bisnis harus bisa menyesuaikan dan memasarkan produknya secara lebih luas.

Upaya untuk menguasai rantai distribusi tersebut, salah satunya dengan memasarkan produk melalui retail modern. Dengan fasilitas yang lebih modern dan cepat, promosi yang bisa dijangkau konsumen secara luas, letak retail modern yang strategis tentu akan memberikan keuntungan tersendiri bagi para pelaku bisnis.

Pada buku yang berjudul ***“Kupas Tuntas Strategi UMKM Masuk dan Survive pada Retail Modern”*** ini, tim peneliti Forbil Institute berkolaborasi dengan salah satu inovator pangan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam memasuki retail modern juga pengembangan produk yang sudah bertahan di retail modern agar menjadi produk yang tetap diminati oleh semua kalangan.

Forbil Institute berharap buku ini dapat menginspirasi banyak pihak bahwa inovasi pengembangan pemasaran produk memanglah perlu, terutama untuk produk makanan yang begitu dibutuhkan oleh setiap kalangan.

**Dr. Nanang Pamuji Mugasejati**  
**Direktur Forbil Institute**

# Daftar Isi

3

Kata Pengantar

5

Seberapa Mengenal dengan Produk yang Kamu Miliki?

- Siapa Konsumen dari Produk yang Kamu Miliki?
- Apa USP yang Ditawarkan kepada Konsumen?
- Bagaimana Saluran Distribusi Produk yang Kamu Miliki ke Konsumen Kamu?
- Perlukah Kamu Bekerja Sama dengan Retail Modern?

14

Coklat nDalem: Brand Coklat Lokal yang Berhasil *Survive* di Retail Modern

20

Strategi Memasukkan Produk UMKM melalui Retail Modern (Belajar dari Pengalaman Coklat nDalem)

- Hubungan Supplier dan Retailer
- Tahap Persiapan Memasukkan Produk ke Retail Modern
- Negosiasi Kerjasama dengan Retail Modern

34

Penjualan Produk UMKM agar *Survive* di Retail Modern

42

Tips Khusus dari Coklat nDalem untuk Kerjasama dengan Retail Modern

46

Profil Penulis

47

Daftar Pustaka