

## DAFTAR PUSTAKA

- Aedah, S., Djoefrie, M. B., dan Suprayitno, G. 2017. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Daya Saing Industri Unggas Ayam Kampung (Studi Kasus PT Dwi dan Rachmat Farm, Bogor). *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*. 11(2). 173-182.
- Amrullah, I. K. 2003. *Manajemen Ternak Ayam Broiler*. IPB-Press. Bogor.
- Anggriani, M. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Fatah. Palembang.
- Anggraini. 2008. Penentuan Strategi Bisnis dalam Menghadapi Persaingan Produk Bronies Kukus di CV. Amanda Bandung. Skripsi. Fakultas Teknik. Jurusan Teknik Industri. Universitas Pasundan. Bandung
- Anzari, F. 2019. Sistem Pemasaran Usaha Ayam Ras Petelur Ditinjau Dari Ekonomi Islam di Desa Jenggalu Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma (Doctoral Dissertation, Iain Bengkulu).
- Asfar, A. H. 2015. Strategi Pemasaran Pakan Ternak Ayam Ras pada PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk Unit Makassar. *JBBE*. 8(1). 21-35.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan keenam belas. Rajawali pers. Depok.
- Astini, R. 2014. Kajian Strategi Promosi dan Strategi Penentuan Harga Tiket Masuk Museum Berdasarkan Sudut Pandang Pengunjung. *Jurnal Manajemen*. 9(2). 257-278.
- Cahyono, B. 2014. Analisis Strategi Penetapan Harga pada Taman Pintar Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Direktorat Pakan. Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan. Kementerian Pertanian. 2017. Standar Nasional Indonesia. Pakan Ayam Pedaging.
- Farida, I., Achmad, T., dan Yogi, N. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 1(1). 31-40
- Fathoni, A. 2016. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro Di Kabupaten Lamongan. 1(01). 22-33.

- Hadi, D. L. 2015. Pengaruh Service Marketing Mix (Bauran Pemasaran Jasa) Terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Peserta Lembaga Kursus dan Pelatihan Royal English Toefl & Toeic Center Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 24(1).
- Harjuno, P. 2014. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan di Taman Pintar Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Haslinda, A.N. 2016. Analisis Tingkat Permintaan Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Sungguminasa dan Pasar Sentral Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Skripsi. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar.
- Hawkins, D., dan David, L. 2010. *Mothersbaugh Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York
- Hedynata, M. L., dan Radianto, W. E. 2016. Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1(1). 87-96.
- Hurriyati. R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung
- Junaidi, L., Rizal .A., Mochamad. N. N. K., Tiurlan. F. H. 2000. Analisis Tekno-Ekonomi Industri Pakan Ternak Unggas Skala Kecil. *Warta IHP*. 17(2)
- Kasim, S. N. 2019. *Contoh-Contoh Penggunaan Statistik pada Penelitian Kuantitatif Sosial-Ekonomi*. Unhas Press. Makassar.
- Kotler, P. dan Amstrong. G. 2001. *Prinsip - prinsip pemasaran*. Edisi Delapan, Jilid Dua. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P., Keller. K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2000. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi Kedelapan. PT. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi milinium satu. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Limpo, H.Y. 2008. Analisis Strategi Pemasaran Pakan Ternak Ayam Petelur (Studi Kasus Pt. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Makassar). Pascasarjana Universitas Hasanuddin. Makassar.

- Muhammad, N. 2020. Analisis Pemasaran Produk Pakan Ayam PT. New Hope pada PT. Makmur Jaya Poultry Shop Pekanbaru dalam Menghadapi Persaingan Menurut Ekonomi Syariah. Doctoral Dissertation. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau.
- Nurani, N., T. Wuryanto. 2015. Analisis Saluran Distribusi Selektif Agen dan Sub Agen Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Area Pemasaran Kabupaten Blitar). Jurnal Bonorowo. 1(2). 23-34.
- Panjaitan, H., dan Cahyanto, H. 2017. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak Ayam Pedaging di Kabupaten Jombang Jawa Timur. JMM17. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen. 4(01).
- Parwati, C. I., dan Wijayanti, I. R. 2013. Penentuan Faktor Internal dan Eksternal dalam Rangka Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Daya Saing. Jurnal Sains dan Teknologi
- Prasetyo, H, R, W., Yuli. A, T, dan Agustina, W, K., 2016. Strategi Pemasaran Pakan Satwa Unggul Blitar. Jurnal Aves. ISSN-1907-1904. 43-52.
- Putra, S. W., Srikandi, K., Edy, Y. 2016. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada keputusan pembelian. Jurnal Administrasti Bisnis. 38(2). 184-193
- Rahmat, R, M. 2012. Analisis Strategi Pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Rachmawati, R. 2011. Peranan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). Jurnal Kompetensi Teknik. 2(2). 143 - 150
- Rambe, F. A. 2014. Pengendalian Pra-Proses dan Pasca Proses Produksi Pakan Unggas di PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Unit Gedangan-Sidoarjo. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Jember.
- Retnani, Y. 2015. Proses Industri Pakan. Edisi kedua. IPB Press. Bogor
- Rinaldi, U. 2008. Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Berbelanja di Swalayan. Jurnal Aplikasi Manajemen. 7(3).
- Riyono., Budiraharja, G. E. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. Jurnal Stie Semarang. 8(2). 92-121.

- Rondonuwu, G., Kelles, D., dan Tamengkel, L. F. 2016. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 4(4).
- Saputra, A. D., Nurmala, R., dan Cakrawala, A. P. 2018. Penerapan Strategi Pemasaran 8P Terhadap Peningkatan Omset Penjualan pada Warung Marso Malang. *Jurnal Eksekutif*. 15(1). 19-41.
- Sari, M. L., dan Ramadhon, M. 2017. Manajemen Pemberian Pakan Ayam Broiler di Desa Tanjung Pinang Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Peternakan Sriwijaya*. 6(1).
- Septian, M., Muhammad, F, A. 2014. Struktur Perilaku Kinerja Dalam Persaingan Industri Pakan Ternak Di Indonesia Periode Tahun 1986-2010. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. 11(2)
- Setiawan, N. 2006. Perkembangan Konsumsi Protein Hewani di Indonesia: Analisis Hasil Survey Sosial Ekonomi Nasional 2002-2005 (The Trend of Animal Protein Consumption in Indonesia: Data Analysis of 2002-2005 National Socio Economic Survey). *Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran*. 6(1).
- Shabastian, M. 2013. Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square. *Jurnal Strategi Pemasaran*. 1(1).
- Siska. 2020. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah. Makassar.
- Suhendra, W. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Keripik Nenas di UD. Berkah Jl. Hr. Soebrantas / Batas Kota Panam Pekanbaru. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru.
- Swastha, B dan Sukotjo, I. 2001. Pengantar Bisnis Modern. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi 1. Bayumedia Publishing. Malang.
- Undang-Undang Peternakan dan Kesehatan Hewan RI No 18. 2009
- Utami, A. P. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*. 5(6). 469-476.
- Yusdja, Y., dan Effendi, P. 2016. Analisis Harga Pokok dan Bentuk Pasar Pakan dan Kaitannya dengan Pengembangan Agribisnis Ayam Ras Rakyat.

## LAMPIRAN



**Lampiran 1. Proses wawancara dan foto bersama manager pemasaran dari PT. Sinar Terang Madani**

## **Kuisisioner Penelitian di PT. Sinar Terang Madani**

Dalam rangka pengumpulan data primer sebagai bahan penyusunan tugas akhir atau skripsi dengan judul “Penerapan Bauran Pemasaran Pakan Ayam Pedaging (Studi Kasus di PT. Sinar Terang Madani)”, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuisisioner dan mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisinya dengan jujur, benar, serta akurat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara, peneliti mengucapkan terima kasih.

### **IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. Umur : ..... tahun
3. Jenis Kelamin : L / P
4. Posisi di PT. Sinar Terang Madani :
5. Alamat :
6. No. Hp :

### **Peneliti**

**ZILVA NABILA SALSA**

**I111 16 552**



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN**

**FAKULTAS PETERNAKAN**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2020**

**Silahkan anda menjawab pertanyaan berikut dengan sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan di PT. Perkasa Group saat ini**

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT. Perkasa Group?

.....  
.....  
.....  
.....

2. Apa visi, misi, dan tujuan PT. Perkasa Group?

.....  
.....  
.....  
.....

3. Bagaimana struktur organisasi pada PT. Perkasa Group dan apa yang menjadi tugas pada tiap bagian?

.....  
.....  
.....  
.....

• **Harga**

1. Bagaimana Strategi penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Perkasa Group dan berdasarkan apa pihak PT. Perkasa Group menetapkan harga?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

2. Apakah PT. Perkasa Group memberikan potongan harga?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

3. Apakah ada konsekuensi yang dihadapi bil harga jual ditetapkan tinggi, sedang atau rendah?

Jawab:.....  
.....

.....  
.....

- Produk

1. Apa saja produk yang ada di PT. Perkasa Group?

Jawab:.....  
.....  
.....

2. Produk apa saja yang menjadi favorit di PT. Perkasa Group?

Jawab:.....  
.....  
.....

3. Produk mana yang memberikan kontribusi paling besar pada keuntungan yang diraih?

Jawab:.....  
.....  
.....

4. Berapa total penjualan pertahun dari PT. Perkasa Group per produknya?

Jawab:.....  
.....  
.....

- Lokasi (Place)

1. Apakah yang menjadi alasan PT. Perkasa Group mendirikan kantor beserta gudang disini?

Jawab:.....  
.....  
.....

2. Apakah dengan berdirinya kantor beserta gudang disini mempengaruhi hasil omzet?

Jawab:.....  
.....  
.....

3. Bagaimana jalur distribusi yang digunakan PT. Perkasa Group dalam memasarkan produknya?

Jawab:.....  
.....  
.....

4. Transportasi apa saja yang digunakan PT. Perkasa Group dalam memasarkan produknya?

Jawab:.....  
.....  
.....

- Promosi

1. Apakah PT. Perkasa Group melakukan promosi?

Jawab:.....  
.....  
.....

2. Promosi apa saja yang dilakukan PT. Perkasa Group?

Jawab:.....  
.....  
.....

3. Apa yang menjadi pertimbangan sehingga memilih promosi tersebut?

Jawab:.....  
.....  
.....

- Proses

1. Dari mana saja bahan baku yang diperoleh oleh perkasa?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

2. Bagaimana SOP pembuatan pakan di PT. Perkasa Group?

- Orang

1. Berapa jumlah pegawai dari PT. Perkasa Group?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

2. Apakah semua karyawan dari PT. Perkasa Group berkontribusi dalam penyampaian produk?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

3. Apakah ada penghargaan yang diberikan jika tenaga kerja mencapai hasil yang melebihi target?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

- Layanan Konsumen

1. Apakah PT. Perkasa Group memberikan layanan pada konsumen?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

2. Layanan apa saja yang diberikan PT. Perkasa Group?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

3. Layanan apa yang menjadi keunggulan di PT. Perkasa Group?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

**Silahkan menjawab dan memilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada pada tempat jawaban yang telah tersedia.**

**Harga**

1. Harga yang ditawarkan PT.Perkasa Group mampu bersaing dengan produk yang lainnya

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

2. PT. Perkasa Group menetapkan harga berbeda di setiap daerah

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

3. PT. Perkasa Group memberikan potongan harga jika konsumen membeli dalam jumlah banyak

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

**Produk**

1. PT. Perkasa Group memiliki produk yang lengkap mulai dari fase starter hingga finisher

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

2. PT. Perkasa Group selalu memiliki stok pakan di gudang

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

3. Kualitas pakan yang disediakan PT. Perkasa Group telah memenuhi SNI persyaratan pakan

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

4. Ukuran pakan PT. Perkasa Group bermacam-macam

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

**Promosi**

1. PT. Perkasa Group melakukan promosi

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

2. Adanya promosi dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk PT. Perkasa Group

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

3. Promosi dilakukan terus menerus

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

4. PT. Perkasa Group menjadi sponsor pada aktivitas sosial atau event tertentu

Jawab:.....  
.....

.....  
.....

**Lokasi**

1. Penyaluran produk pakan yang dilakukan PT. Perkasa Group selalu menyerahkannya tepat waktu dan dengan jumlah yang tepat

Jawab:.....  
.....  
.....

2. Produk dari PT. Perkasa Group selalu tersedia kapan pun?

Jawab:.....  
.....  
.....

3. PT. Perkasa Group mendistribusikan pakan secara langsung?

Jawab:.....  
.....  
.....

4. PT. Perkasa Group mendistribusikan pakan ke pengecer?

Jawab:.....  
.....  
.....

**Proses**

1. Adanya standar tertentu dalam pemilihan bahan baku

Jawab:.....  
.....  
.....

2. SOP yang terlaksana dengan baik

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

**Orang**

1. Seluruh pegawai PT. Perkasa Group ikut berkontribusi untuk memasarkan produk dari PT. Perkasa Group

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

1. Adanya penghargaan jika tenaga kerja mencapai hasil yang melebihi target?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

**Layanan Konsumen**

1. PT. Perkasa Group menjanjikan sesuatu pada calon konsumen agar membeli produk dari PT. Perkasa Group?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

2. Tenaga penjual memiliki hubungan baik dengan konsumen?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

3. Tidak pernah ada konsumen yang merasa tidak puas dengan produk atau fasilitas yang diberikan oleh PT. Perkasa Group?

Jawab:.....  
.....

.....  
.....

**Bukti Fisik**

1. Adanya brosur yang diberikan ke konsumen?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....

2. Label dan informasi nutrisi pakan mudah dibaca?

Jawab:.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## RIWAYAT HIDUP



Zilva Nabila Salsa, kelahiran Pinrang, 31 Januari 1999 anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Alauddin Lambogo dan wiwik Widayati dan memiliki seorang adik bernama Mochammad Raihan. Penulis menempuh pendidikan formal di TK Bhayangkari Pinrang, selanjutnya di SDN 16 Pinrang, dan selanjutnya di SMPN 1 Pinrang, dan melanjutkan di SMAN 1 Pinrang. Pada tahun 2016 penulis memasuki perguruan tinggi negeri Universitas Hasanuddin pada Fakultas Peternakan Departemen Sosial Ekonomi Peternakan melalui Jalur Mandiri. Selain di dunia pendidikan, penulis juga aktif di organisasi kampus yaitu Keluarga Mahasiswa Senat Fakultas Peternakan dan Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Peternakan. Penulis juga menjadi asisten Praktek Lapang Mata Kuliah Sosial Ekonomi. Penulis juga bercitacita ingin menjadi Pengusaha.