

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriani, M. 2017. Pengaruh Buaran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Fatah. Palembang.
- Anzari, F. 2019. Sistem Pemasaran Usaha Ayam Ras Petelur Ditinjau Dari Ekonomi Islam di Desa Janggalu Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma (Doctoral Dissertation, Iain Bengkulu)
- Arbi, M., Thirtawati dan Junaidi, T. 2018. Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik Di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. JSEP. 11(1).
- 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..
- Atmaja, dkk. 2019. Sistem Dinamis Ketersediaan Daging Ayam Ras Pedaging (*Broiler*) di Provinsi Bali. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri. 7(2). 229-242.
- Cahyono, B. 2014. Analisis Strategi Penetapan Harga dan pada Tanam Pintar Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Farida, I., Achmad, T., dan Yogi, N. 2016. Analisis Pengaruh Buaran 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(1). 22-33.
- Fatonah, S. 2009. Pengaruh Bauran Pemasaran, Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Batik Di Surakarta. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen. 6(1).
- Hardiyanti, S. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Penawaran Daging Ayam Broiler Di Sumatera Utara. Skripsi.

- Harjuno, P. 2014. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan di Taman Pintar Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Iskandar, S. 2012. Optimalisasi protein dan energi ransum untuk meningkatkan produksi daging ayam lokal. *Jurnal Pengembangan Inovasi Pertanian* 5(2): 96 ± 107.
- Jamaluddin, Surhayadi dan Syarif, R. 2017. Strategi Pemasaran DOC Ayam Ras Pedaging pada CV Missouri, Bandung Jawa Barat. 12(2).
- Kasdi, A. Permintaan Dan Penawaran Dalam Mempengaruhi Pasar (Studi Kasus di Pasar Bintoro Demak). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. 4(2) : 19-34.
- Kementerian Pertanian, 2013. Database Peternakan. (www.pertanian.go.id)
- Kotler, P. dan Armstrong. G. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Delapan, Jilid Dua. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2004. Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2005. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- _____. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas. Jilid Dua. Erlangga. Jakarta.
- Muhammad, N. 2020. Analisis Pemasaran Produk Pakan Ayam PT. New Hope pada PT. Makmur Jaya Poultly Shop Pekanbaru dalam Menghadapi Persaingan Menurut Ekonomi Syariah. Doctoral Dissertation. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau.
- Mulyana, M. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia (Sdm) Ritel Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*. 10(2). 164-170
- Nurani, N., T. Wuryanto. 2015. Analisis Saluran Distribusi Selektif Agen dan Sub Agen Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada PT. Charoen Pokhphand Indonesia Tbk. Area Pemasaran Kabupaten Blitar). *Jurnal Bonorowo*. 1(2). 23-24.
- Panjaitan, H., dan Cahyanto, H. 2017. Analisis Pengaruh Buaran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak Ayam Pedaging di Kabupaten Jombang Jawa Timur. *JMM17. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. 4(1).

- Rachmawati, R. 2011. Peranan Buaran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Dalam Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*. 2(2). 143-150.
- Ramadhanti, A. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. 5 (2): 269-282.
- Rudito, B. 2013. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Rekayasa Sains Bandung. Bandung.
- Peter, J., P dan J. C. Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid I dan II. Erlangga. Jakarta.
- Purwaningsih, R. Arief, M dan Rahmawati D. 2016. Analisis Rantai Pasok dan Distribusi Ayam Pedaging. Seminar Nasional Teknik Industri Universitas Gadjah Mada.
- Ratnasari, R., W. Sarengat dan A. Setiadi. 2015. Analisis pendapatan peternak ayam broiler pola kemitraan Di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. *Animal Agriculture Journal* 4 (1): 47-53.
- Rinaldi, U. 2008. Pengaruh Buaran 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 Kepuasan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal Stie*. Semarang. 8(2). 92-121.
- 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.
- Sensus Penduduk Indonesia, 2020.
- Setiawan, N. 2006. Perkembangan Komsumsi Protein Hewani di Indonesia: Analisis Hasil Survey Sosial Ekonomi Nasional 2001-2005 (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).
- Somya, R., Awanda, A., Saputro D. A. dan Purnomo H. D. 2015. Perancangan Sistem Pemantauan Pertumbuhan Ayam Pada Peternakan Ayam Broiler Dengan Pola Kemitraan. *STMIK AMIKOM*. Yogyakarta.

- Sriwijayani, T.N. 2008. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit BRI. Tesis Program Studi Magister Manajemen. Program Pasca Sarjana. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Suwastika, I. W. K dan Sarja, N. L. A. K. Y. 2016. Penentuan Lokasi Pemasaran Produk dengan Menerapkan Metode AHP dan *Weighted Product*. Jurnal Sistem Dan Informatika. 10(2). 155-164.
- Syamsuryadi, B., R, Afnan. 2017. Ayam Pedaging Jantan yang dipelihara didataran tinggi Sulawesi selatan produktivitasnya lebih tinggi. Jurnal Veteriner.18: 160-166.
- Tjiptono, F. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta.
- _____. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi ke-3. Yogyakarta : Andi.
- 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.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., dan Sunarti 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 29(1).
- Yemima, 2014. Analisis Usaha peternakan ayam broiler pada peternakan rakyat di desa karya bakti, kecamatan rungan, kabupaten gunung mas, provinsi kalimantan tengah. Jurnal Ilmu Hewani Tropika 3 (1): 27-32.
- Yunus, R. 2009. Analisis Efisiensi Produksi Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging Pola Kemitraan Dan Mandiri Di Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah. Tesis.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN “ANALISIS BAURAN PEMASARAN DOC (*Day Old Chick*) PT. JAPFA COMFEED INDONESIA (POULTRY BREEDING DIVISION)

Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, 2021.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Jabatan :

Lama Bekerja :

II. BAURAN PEMASARAN

A. Produk

1. Apa saja produk (ayam ras) yang dipasarkan ? (Kualitas)

2. Apa saja yang anda lakukan jika produk yang anda pasarkan memiliki cacat?
(Gagal produk)

3. Apa yang anda lakukan jika produk yang dipesan konsumen tidak tersedia ?

B. Harga

1. Bagaimana cara anda menentukan harga produk yang akan dijual ?

C. Lokasi

1. Bagaimana cara penentuan lokasi penjualan ? (Daerah-daerah yang memiliki potensi penjualan produk)

D. Promosi

1. Apa saja media promosi produk ?

2. Apa saja reward yang diberikan kepada karyawan dan konsumen yang mencapai target penjualan ?

E. Orang

1. Bagaimana cara meningkatkan semangat karyawan ?

F. Bukti Fisik

1. Apa saja alat transportasi yang digunakan untuk pengiriman produk?

G. Proses

1. Bagaimana alur pemasaran dari perusahaan ke konsumen ?

2. Berapa lama waktu dibutuhkan untuk mengirim produk ke konsumen ?

Lampiran 2. Data Penelitian

No.	Bauran Pemasaran	Keterangan
1.	Harga	<p>Penentuan harga melalui permintaan pasar. Penentuan harga doc bergantung pada supply demand pasar hari itu sehingga ada korelasi antara permintaan dengan jumlah produksi.</p> <p>Penentuan harga melalui harga livebird, livebird mempengaruhi harga doc, apabila harga dari livebird menurun maka penetasan doc harus dibatasi agar menjaga kestabilan harga LB.</p> <p>Penentuan harga melalui jumlah produksi. Tinggi rendahnya harga dipengaruhi jumlah produksi, apabila terjadi <i>overproduction</i> maka harga doc cenderung turun.</p> <p>Penentuan harga melalui harga competitor. Hal ini demi bersaing dengan competitor di pasar.</p> <p>Penentuan harga diatas margin jual diatas HPP. Apabila harga dibawah margin HPP maka akan terjadi kerugian jadi hal ini perlu dikorelasikan dengan permintaan pasar dan jumlah produksi</p>
2.	Produk	<p>Keanekaragaman Produk : DOC Broiler (MB202), DOC Layer (MB402), DOC Pejantan (MB502)</p> <p>Kualitas Produk : Platinum dan Gold. Perbedaannya Platinum memiliki bobot 37g> sedangkan gold 33-36g.</p>
3.	Promosi	<p>Media promosi yang dilakukan ialah melalui majalah peternakan salah satunya majalah TROBOS dan CSR contohnya memberikan mahasiswa berprestasi mahasiswa, dan melakukan kegiatan kampanye gizi.</p>
4.	Lokasi	<p>Menentukan lokasi penjualan dengan melakukan mapping area produksi dan melakukan survey kebutuhan penjualan produk.</p>
5.	Proses	<p>Alur distribusi pemasaran dari perusahaan – agen – sub agen – peternak. Peternak juga bisa langsung melalui perusahaan dan agen.</p>
6.	Orang	<p>Jumlah karyawan 22 orang dan Reward Kepada karyawan jika mencapai penjualan Quantity product diatur dengan kebijakan dari manager sales dan ketentuan insentif pada penjualan vaksin mengikuti jumlah order setiap bulan dan tidak ada target khusus.</p>
7.	Layanan Konsumen	<p>Model pelayanan dengan melakukan door to door ke peternak yang berpotensi untuk dilakukan penjualan contohnya peternak langganan selain dari itu pelayanan yang dilakukan ialah para konsumen dapat complain ke perusahaan jika terjadi kematian secara menyeluruh pada DOC dan akan digantikan dengan DOC yang baru.</p> <p>Reward perjalanan ke luar negeri yang diberikan kepada konsumen mengacu pada kebijakan dari divisi <i>feed</i></p>

Lampiran 3. Dokumentasi



RIWAYAT HIDUP



Farhan Davin Agnar Devara atau biasa disapa Farhan, lahir di Ujungpandang 20 Maret 1999, merupakan anak pertama dari Ir. Fahrudin dan Alm. Ina Trisanty. Farhan memulai pendidikan TK di TK Asoka di Jalan Poros Makassar Maros, terus menempuh Sekolah Dasar di SD SUDIRMAN I yang beralamat di Jalan Sudirman, terus dilanjut pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 6 MAKASSAR yang beralamat di Jalan Ahmad Yani, lalu pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 MAKASSAR yang beralamat di Jalan Bawakaraeng, kemudian melanjutkan perguruan tinggi di UNHAS (Universitas Hasanuddin) Fakultas Peternakan salah satu Universitas terbaik di Indonesia. Farhan memiliki hobi touring menggunakan sepeda motor, modifikasi motor, Farhan sendiri salah satu Instruktur Safety Riding Yamaha (YRA) termuda Se-Indonesia. Selama berkuliah di Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, Farhan telah menjabat di beberapa organisasi contohnya Anggota Divisi Advokasi Akademik dan Penelitian SEMA KEMA FAPET-UH dan Ketua HMI Komisariat Peternakan UNHAS Cabang Makassar Timur. Farhan tinggal di Jalan Perintis Kemerdekaan KM.17 (Bulurokeng Permai A4/1), Bpk. Ir. Fahrudin HL (Ayah Farhan) juga alumni UNHAS Fakultas Peternakan Angkatan 86. Hal inilah yang membuat Farhan masuk ke Fakultas Peternakan mengikuti jalan Ayahnya dan Kakak-kakaknya.