



PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN AYAM PREMIUM DI PRIMA FRESHMART VILLA BOGOR INDAH

MUHAMMAD SALIM PRATAMA



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Ayam Premium di Prima Freshmart Villa Bogor Indah” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2024

Muhammad Salim Pratama
J0310201028

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

MUHAMMAD SALIM PRATAMA. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Ayam Premium di Prima Freshmart Villa Bogor Indah. Dibimbing oleh MAYA DEWI DYAH MAHARANI.

Pesatnya perkembangan industri pangan, perlu dilakukan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat mempertahankan posisi bisnisnya dan mencapai tujuan pasar. Prima Freshmart Villa Bogor Indah belum menunjukkan angka penjualan yang naik secara signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bauran pemasaran produk, mengetahui persepsi konsumen, menguraikan pengaruh strategi pemasaran terhadap penjualan ayam premium, dan menyusun strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, regresi linier berganda, dan analisis pendapatan. Kondisi strategi pemasaran tergambar oleh bauran pemasaran 4P. Persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran produk dan tempat dipersepsikan secara “sangat setuju” penerapannya dilakukan dengan baik. Sedangkan promosi dan harga dipersepsikan secara “setuju” penerapannya dilakukan dengan baik. Hasil analisis regresi menunjukkan secara bersamaan bauran pemasaran produk memiliki pengaruh nyata terhadap penjualan produk ayam premium. Secara parsial, bauran pemasaran produk yang menunjukkan pengaruh nyata adalah promosi dan harga. Strategi promosi dan harga dikatakan layak untuk meningkatkan penjualan produk ayam premium.

kata kunci: ayam premium, bauran pemasaran, penjualan

ABSTRACT

MUHAMMAD SALIM PRATAMA. The Influence of Marketing Mix on Sales of Premium Chicken at Prima Freshmart Villa Bogor Indah. Supervised by MAYA DEWI DYAH MAHARANI.

With rapid development of food industry, it is necessary to implement appropriate marketing strategies so that companies can maintain their business position and achieve market goals. Prima Freshmart Villa Bogor Indah has not shown sales figures that have increased significantly. This research aims to identify the product marketing mix, determine consumer perceptions, describe impact of marketing strategies on premium chicken sales, and develop marketing strategies. This research uses descriptive analysis, multiple linear regression, and income analysis. The condition of the marketing strategy is described by the 4P marketing mix. Consumers perceptions of marketing mix of product and place are perceived as really agree that its implementation is done well. while promotions and price as agreeing as being implemented well. The result of the regression analysis show that the product marketing mix simultaneously has a real influence on sales of premium chicken product. Partially, product marketing mix that shows real influence in promotion and price. Promotion and pricing strategies are said to be feasible to increase sales of premium chicken product.

keywords: marketing mix, premium chicken, sales



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN AYAM PREMIUM DI PRIMA FRESHMART VILLA BOGOR INDAH

MUHAMMAD SALIM PRATAMA

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Proyek Akhir : Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Ayam Premium di Prima Freshmart Villa Bogor Indah
Nama : Muhammad Salim Pratama
NIM : J0310201028

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Ir. Maya Dewi Dyah Maharani, M. AP.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NIP. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian: 12 Juni 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan dengan baik. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2023 sampai bulan Maret 2024 ini ialah strategi pemasaran produk agribisnis dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Ayam Premium di Prima Freshmart Villa Bogor Indah”. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Suparmin dan Ibu Siti Indah Yani selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis selama penelitian proyek akhir ini. Dukungan mereka menjadi sumber motivasi utama yang membuat penulis untuk terus bersemangat dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Maya Dewi Dyah Maharani, M. AP selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungan yang sangat berharga sepanjang proses penyusunan karya ilmiah ini. Bimbingan dan masukan yang diberikan tidak hanya meningkatkan kualitas karya ilmiah ini, tetapi juga memperkaya pengetahuan dan pengalaman penulis. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Selain itu, penghargaan yang tulus juga penulis sampaikan kepada Bapak Susan Abdilah, A.Md dan Ibu Putri Fiolalita sebagai pembimbing lapang beserta seluruh karyawan Prima Freshmart Villa Bogor Indah yang telah memberikan bantuan dan dukungan teknis selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Sekolah Vokasi IPB. Tak lupa, penulis juga berterima kasih kepada Lauren Atrista dan Serli Selvia selaku teman kelompok praktik magang industri yang telah bekerja sama dengan baik. Terima kasih juga diucapkan kepada Habib Filah Akbar Saputra, Fadzilah Fadjar, dan Anang Setiawan yang telah memberikan dukungan penuh terhadap proses penulisan ini serta teman-teman Program Studi Manajemen Agribisnis Angkatan 57 atas kerja sama dan kebersamaan selama menempuh Pendidikan di Sekolah Vokasi IPB. Penulis menyadari bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan berharap masukan serta kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi para pembaca yang membutuhkan, serta dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi kemajuan ilmu pengetahuan. Akhir kata, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Bogor, Juni 2024

Muhammad Salim Pratama

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Prima Freshmart	5
2.2 Pemasaran	5
2.3 Bauran Pemasaran 4P	5
2.4 Penjualan	7
2.5 Penelitian Terdahulu	8
III METODE	11
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
3.2 Jenis dan Sumber Data	11
3.3 Metode Penarikan Sampel	11
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	11
3.5 Analisis Pendapatan	17
3.6 Kerangka Pemikiran Operasional	17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	19
4.2 Bauran Pemasaran 4P Prima Freshmart Villa Bogor Indah	20
4.3 Karakteristik Responden	21
4.4 Persepsi Konsumen terhadap Produk	22
4.5 Persepsi Konsumen terhadap Promosi	24
4.6 Persepsi Konsumen terhadap Harga	25
4.7 Persepsi Konsumen terhadap Tempat	26
4.8 Rekap Persepsi Konsumen terhadap Bauran Strategi Pemasaran	27
4.9 Persepsi Konsumen terhadap Penjualan	27
4.10 Uji Asumsi Klasik	28
4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	30
4.12 Implikasi Manajerial	36
V SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
RIWAYAT HIDUP	55



DAFTAR TABEL

1	Produksi daging ayam broiler di Jawa Barat	2
2	Penelitian terdahulu	9
3	Kisi-kisi instrumen penelitian	12
4	Skala Likert 4 tingkat	14
5	Tingkat persepsi konsumen	15
6	Karakteristik responden	21
7	Masukan responden terhadap produk ayam premium	22
8	Persepsi konsumen terhadap produk	23
9	Persepsi konsumen terhadap promosi	24
10	Persepsi konsumen terhadap harga	25
11	Persepsi konsumen terhadap tempat	26
12	Persepsi konsumen terhadap bauran strategi pemasaran	27
13	Persepsi konsumen terhadap penjualan	28
14	Hasil uji multikolinearitas	29
15	Hasil koefisien determinasi	31
16	Hasil uji F (simultan)	31
17	Hasil uji T (parsial)	32
18	Penerimaan Prima Freshmart Villa Bogor Indah	38
19	Biaya operasional	38
20	Harga pokok produksi (HPP)	39
21	Analisis laba rugi	39
22	Analisis R/C ratio	40

DAFTAR GAMBAR

1	Produksi dan konsumsi rumah tangga daging ayam broiler 5 provinsi	1
2	Penjualan produk ayam premium Prima Freshmart Villa Bogor Indah	3
3	Bauran pemasaran 4P	6
4	Kerangka pemikiran teoritis	16
5	Kerangka pemikiran operasional	18
6	Logo Prima Freshmart	19
7	Struktur organisasi Prima Freshmart	19
8	Grafik normal <i>P-Plots</i>	29
9	Hasil uji heteroskedastisitas	30
10	Implikasi manajerial	36



DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	46
2	Uji validitas	51
3	Uji reliabilitas	52
4	Uji normalitas	52
5	Model pengembangan bisnis	52
6	Dokumentasi penelitian	53
7	Rincian biaya investasi sebelum pengembangan pemasaran	54
8	Rincian biaya investasi setelah pengembangan pemasaran	54
9	Rincian biaya variabel sesudah pengembangan pemasaran	54
10	Rincian biaya tetap sesudah pengembangan pemasaran	54
11	Rincian biaya tetap sesudah pengembangan pemasaran	54

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.