

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
PADA PT JAPFA COMFEED INDONESIA TBK, UNIT PADANG**

Skripsi

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Ekonomi (S.Pd) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*



Oleh:

TIA INDRIANI
1307051 / 2013

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PT JAPFA COMFEED
INDONESIA TBK, UNIT PADANG**

Nama : Tia Indriani
BP/NIM : 2013/1307051
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Keahlian : Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2018

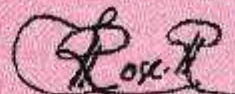
Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Yasri MS
NIP. 19630303 198703 1 002



Rose Rahmiyani, S.Pd, MM
NIP. 19790806 200801 2 013

Mengetahui
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd
NIP.19820311 200501 2 005

BALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI





*Diyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Didapan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PT JAPFA COMFEED INDONESIA TBK, UNIT PADANG

Nama : Tina Indriani
BP/NIM : 2613/1307051
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Keahlian : Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2018

Tim Penguji :

Nomor	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	Prof. Dr. Yastri, MS	
2.	Sekretaris	Rose Rahmidani, S.Pd, NIM	
3.	Anggota	Yunita Engriani, SE, MM	
4.	Anggota	Armianti, S.Pd, M.Pd	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tia Indriani
NIM/ Tahun Masuk : 1307051/2013
Tempat/Tanggal Lahir : Duku/ 16 Desember 1994
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Kecahlian : Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Dusun Baru Korong Kasai, Kec. Batang Anai,
Kabupaten Padang Pariaman

No. Hp : 082171990770
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Pada PT Japfa
Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik/sarjana baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini adalah asli gagasan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji, dan Ketua Jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ditemukan penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini dan sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Februari 2018



Tia Indriani
NIM: 1307051

ABSTRAK

Tia Indriani, 2013/1307051: Analisis Strategi Pemasaran pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang

**Pembimbing : 1. Bapak Prof. Dr. Yasri, MS
2. Ibu Rose Rahmidani, S.Pd, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan pakan ternak pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus pada PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk Unit Padang.. Data penelitian dikumpulkan dengan cara observasi langsung dan teknik wawancara. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan analisis Matriks *Strenghts, Weaknesses, Opportunities*, dan *Threats* (SWOT)., untuk mendapatkan strategi yang diinginkan terdiri dari tahap 1 (tahap input) terdiri dari matriks EFE (*External Factor Evaluation*) yang berasal dari lingkungan eksternal dan IFE (*Internal Factor Evaluation*) didapat dari lingkungan internal, tahap 2 (tahap pencocokan) tahap yang menghasilkan strategi alternatif. Berdasarkan matriks SWOT strategi yang paling tepat untuk meningkatkan volume penjualan pakan ternak PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang adalah strategi intensif dan strategi integrasi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks EFE-Matriks IFE

KATAPEN

GANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang”. Shalawat beserta salam tidak lupa penulis ucapkan untuk nabi besar Muhammad SAW dimana beliau adalah yang telah membawa zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini beranjak dari zaman jahilia yaitu zaman penuh kegelapan.

Selama penyusunan proposal penelitian ini, penulis banyak mendapat bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Yasri, MS selaku pembimbing I, dan Ibu Rose Rahmidani, S.Pd,MM selaku pembimbing II, yang telah memberikan masukan dan saran serta dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
2. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

3. Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
4. Ibu Yunita Engriani, SE, MM selaku penguji dan Ibu Armiami, S.Pd, M.Pd selaku penguji II, yang telah memberikan masukan dan saran serta dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak/Ibu dosen staf pengajar dan staf administrasi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan masukan dan saran terhadap skripsi ini
6. Teristimewa untuk orang tua, kakak dan keluarga tercinta yang telah memberikan dorongan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Teman-teman senasib dan seperjuangan dengan penulis yang dengan bersama- sama dengan penulis dalam mengerjakan skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis membutuhkan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Untuk itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari berbagai pihak demi perbaikan penulis selanjutnya

Padang, Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BABI PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
BABII KAJIANTEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA KONSEPTUAL	
A. Kajian Teori.....	10
1. Konsep Strategi	10
2. Manajemen Strategis	10
3. Definisi Pemasaran	12
4. Tujuan Pemasaran	18
5. Manajemen Pemasaran	19
6. Strategi Pemasaran.....	20
7. Analisis SWOT	29
8. Jenis-jenis Strategi	36
9. Analisis dan Pilihan Strategi.....	38
B. Penelitian Terdahulu.....	47
C. Kerangka Konseptual	51
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	54
B. Objek Penelitian	54
C. Jenis dan Sumber Data	54
D. Definisi Operasional.....	55
E. Metode Pengumpulan Data	56
F. Metode Analisis Data	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	58
B. Analisis Deskriptif.....	66
C. Hasil dan Pembahasan.....	96

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Perbandingan harga pakan PT Japfa Comfeed dengan pesaing	4
Tabel 2. EFE (Internal Factor Evaluation).....	40
Tabel 3. IFE (Internal Factor Evaluation).....	42
Tabel 4. Matriks SWOT	45
Tabel 5. Penelitian Terdahulu	47
Tabel 6. Penelitian Terdahulu	48
Tabel 7. Faktor eksternal PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Unit Padang.....	66
Tabel 8 .Inflasi Indonesia	67
Tabel 9. Perkembangan jumlah ternak	68
Tabel 10. Kebijakan pemerintah	69
Tabel 11. Faktor internal PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Unit P adang	71
Tabel 12. Jumlah Karyawan jenjang pendidikan	72
Tabel 13. Data Karyawan berdasarkan divisi	73
Tabel 14. Jumlah Jam Kerja Karyawan	73
Tabel 15. Produk PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang	75
Tabel 16. Produk PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang	76
Tabel 17. Produk PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang	77
Tabel 18. Produk PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang	78
Tabel 19. Perbandingan Harga Pakan Ternak.....	79
Tabel 20. Inventaris PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Unit P adang.....	88
Tabel 21. Matrik EFE PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang	90
Tabel 22. Matrik IFE PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang	92
Tabel 23. Matrik SWOT PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang	94
Tabel 24. Strategi-strategi alternatif matriks SWOT	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Grafik penjualan PT Japfa Comfeed Indonesia.....	3
Gambar 2. Model Perumusan Strategi Pemasaran.....	29
Gambar 3. Kerangka Analitis Perumusan Strategi	39
Gambar 4. Kerangka Konseptual	53
Gambar 5. Struktur Organisasi.....	60
Gambar 6. Inflasi di Indonesia	68+

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

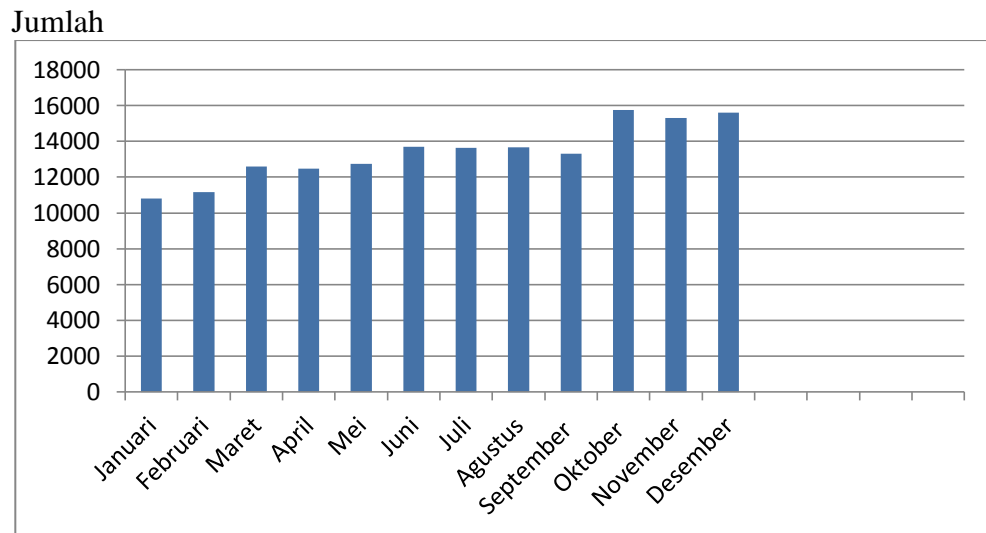
Dewasa ini perkembangan bisnis di Indonesia semakin lama semakin menonjol akan persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan yang memasarkan produk yang sejenis, sehingga mengharuskan perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan dapat mengantisipasi keadaan ini, maka perusahaan harus mempunyai strategi. Strategi yang dimaksud yaitu strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan perusahaan.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan, untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran. Selanjutnya dapat dikatakan sebagai suatu rangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Asauri, 2011:168).

Perusahaan atau industri yang mengalami persaingan salah satunya, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang. PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang bergerak pada bidang manufaktur yang memproduksi pakan ternak unggas. PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang didirikan pada tanggal 7 Juni 2008, yang beralamat di Kawasan Industri Padang Kav. NS 10, Nagari Kasang, Batang Anai, Padang Pariaman, Sumatera Barat. Pada tanggal 13 Agustus 2009 PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang mendapatkan sertifikasi sistem manajemen mutu ISO 9001:2008. Sumber daya manusia PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang terdiri dari 42% karyawan tetap dan 58% karyawan *outsourcing*. Berdasarkan pendidikan karyawan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang dominan lulusan SMA,/ SMK, S1, S2, dan D3. Adapun daya tampung produk di bagian produksi terdiri dari 6 unit silo dengan kapasitas masing-masing 2.850 ton, 2 unit wet silo dengan kapasitas 300 ton dan 1 unit corn dryer dengan kapasitas 20 ton/jam. Feedmill dengan kapasitas 30 ton/jam. Dibagian pergudangan 1 unit gudang pakan ternak dengan kapasitas 3.880 ton dan 3 unit gudang bahan baku dengan kapasitas 4.500 ton serta total 13.500 ton.

Saat ini banyaknya pasar yang bergerak di bidang pakan ternak, dimana semakin ketatnya persaingan dalam perkembangan dunia perindustrian oleh sebab itu, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang mengkondisikan apa dan bagaimana langkah yang akan dilakukan untuk lebih memperhatikan pasar. Adapun volume penjualan PT Japfa

Comfeed Indonesia Tbk, unit Padang setiap bulannya pada tahun 2016 dilihat pada gambar 1.



Sumber : PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang

Gambar 1
Grafik Penjualan Tahun 2016 PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, unit Padang

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa volume penjualan pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, unit Padang mengalami ketidakstabilan penjualan setiap bulannya. Berikut ini tabel perbandingan produk dan harga dari PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang dengan pesaing.

Tabel 1. Perbandingan harga pakan ternak PT JCI dengan PT Charoen Pokphand

No	Perusahaan	Produk	Harga
1	PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Complete Feed Broilers</i> (pakan ayam pedaging) 2. <i>Complete Feed Layers</i> (pakan lengkap ayam petelur) 3. <i>Concentrate Layers</i> (pakan konsentrat ayam petelur) 4. <i>Breeder Broiler</i> (pakan lengkap breeder broiler) 5. <i>Breeder Layers</i> (pakan lengkap breeder layers) 	Rp. 360.000/ karung
2	PT Charoen Pokphan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pakan ternak ayam pedaging 2. Pakan ternak ayam petelur 3. Pakan ayam aduan 4. Pakan ayam buras 5. Pakan itik petelur 6. Pakan burung puyuh 	Rp. 242.000/ karung

Sumber: PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang

Dapat dilihat dari tabel 1 bahwa produk yang ditawarkan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang bervariasi, harga produk lebih tinggi dari harga pesaing, produk yang berkualitas dilihat dari keberagaman produk, keistimewaan produk, merek, karakteristik dari produk dan keistimewaannya, sehingga produk yang dihasilkan telah siap untuk bersaing. Hal ini berpengaruh terhadap harga jual produk. Agar produk dapat bersaing di pasaran, maka perusahaan harus menetapkan harga yang bersaing pula. Hal lainnya yaitu produk yang ditawarkan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang tidak di ecer dan harga produk yang ditawarkan lebih mahal dari pesaing dan adanya perusahaan pesaing yang menyamai produk yaitu PT Charoen Pokphand.

Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat, maka posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Maka dengan demikian tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan akan mampu menguasai pasar kembali dan menjadi perusahaan yang lebih unggul dari perusahaan pesaingnya, oleh sebab itu perusahaan harus gencar dalam menghadapi persaingan agar dapat memenangkan persaingan, sehingga meningkatkan volume penjualan setiap tahunnya.

Hal ini mengharuskan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang sedini mungkin memikirkan strategi apa yang akan dilakukan guna menghadapi persaingan. Strategi yang dimaksud yaitu bauran pemasarannya yang dikenal dengan istilah 4P (*product, price, promotion dan place*). Terdapat empat kegiatan utama yang lazim disebut 4P antara lain *Products* (produk) yang menyangkut pemilihan barang atau jasa yang ditawarkan secara cepat, *price* (harga) menyangkut penetapan harga jual barang yang sesuai dengan kualitas barang dan dapat dijangkau oleh konsumen, *promotion* (promosi) menyangkut pemilihan kebijaksanaan promosi yang tepat, sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan dan *place* (tempat) menyangkut pemilihan cara pendistribusian barang dan jasa sehingga sampai ke tangan konsumen (Mursid, 2010:26).

Adapun cara perumusan strategi tersebut dilakukan melalui penilaian eksternal dan internal. Penilaian eksternal terdiri dari kekuatan ekonomi, kekuatan sosial, budaya dan demografi dan lingkungan,

kekuatan politik, pemerintah dan hukum, kekuatan teknologi dan kekuatan kompetitif sedangkan penilaian Internal terdiri dari pandangan berbasis sumber daya, menyatukan strategi dan budaya, manajemen, pemasaran, keuangan, produksi/operasi dan sistem informasi manajemen (David, 2009:120-176). PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang dapat menganalisis lingkungan internal perusahaan dan eksternal perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman) atau evaluasi atas kelemahan internal suatu organisasi yang dilakukan secara hati-hati dan juga evaluasi atas peluang dan ancaman dari lingkungan (Griffin, 2004:228-229).

Pihak manajemen dapat mengambil keputusan yang lebih baik lagi serta dapat memperbaharui kembali strategi pemasaran yang ada di dalam perusahaannya. Manfaat yang dapat diambil dari analisis SWOT ini, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang dapat menganalisis kembali apa saja kekurangan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan tersebut untuk merumuskan strategi yang tepat dalam memenangkan persaingan. Adapun jenis strategi yang digunakan dalam perencanaan strategis di dalam sebuah tingkat organisasional. Untuk menghindari ketidakkonsistensian, ketidakefektifan, dan kesalahpahaman (David, 2009:252-272) antara lain strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi dan strategi defensif.

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis untuk meneliti **“Analisis Strategi Pemasaran Pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Volume penjualan pakan ternak tidak stabil pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang
2. Adanya kompetitor yang memproduksi produk sejenis yang dapat menyaingi PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang
3. Produk yang ditawarkan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang tidak di ecer
4. Harga produk yang ditawarkan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang lebih mahal dari pesaing

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah di atas, maka penulis membatasi permasalahannya pada analisis strategi pemasaran pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang ditemukan di atas maka akan dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu:

“ Strategi apakah yang paling tepat guna meningkatkan volume penjualan pakan ternak pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang? ”.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas maka peneliti dapat mengemukakan tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan pakan ternak pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait yaitu :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi penulis adalah menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran dan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan di Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang
 - b. Untuk mengetahui relevansi antara materi kuliah dengan aplikasinya dalam dunia kerja
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi jurusan Pendidikan Ekonomi dan Universitas Negeri Padang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif sebagai bahan pertimbangan untuk bisa memaksimalkan potensi mahasiswa agar bisa menghasilkan lulusan yang kompeten dan profesional dibidangnya

- b. Bagi pihak pengelola sebagai masukan yang dapat menjadi pertimbangan dan menetapkan kebijakan dalam upaya memenuhi kebutuhan para konsumen, serta menetapkan kebijakan dan strategi dibidang pemasaran untuk pengembangan peluang bisnis

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada industri pakan ternak PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang maka di simpulkan Strategi yang paling tepat guna meningkatkan volume penjualan pakan ternak pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang adalah strategi intensif dan integrasi yang terdiri dari:

Strategi intensif (David,2009) yang dapat dilakukan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang antara lain:

a) Penetrasi pasar (*market penetration*)

Meningkatkan promosi

Strategi penetrasi pasar dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk lama di pasar yang lama dengan menguatkan aspek promosi.

b) Pengembangan Pasar (*market Development*)

Memperluas pasar

Saat ini pasar yang dimiliki PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang meliputi kota Payakumbuh, Jambi, Pariaman, Muaro bungo dan Gunung Medan. PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang dapat menambah pangsa dan *market share* yang baru dengan melakukan penetrasi pasar

c) Pengembangan Produk (*product development*)

Pengembangan produk (*product Development*) adalah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini .

Meningkatkan kualitas produk.

Peningkatan kualitas produk salah satu strategi yang dapat dilakukan industri pakan ternak PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang untuk meningkatkan *image* pelanggan terhadap produk PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang dan memenuhi permintaan pakan di pasaran.

Strategi integrasi (David,2009) yang dapat dilakukan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang antara lain:

a) Integrasi ke depan

Mengelola situs Web perusahaan

Dalam hal ini perusahaan memanfaatkan *Web* dan *facebook* untuk menyediakan informasi seputar perusahaan dan bauran pemasarannya.

Meningkatkan *service* pelanggan

Dalam hal ini pelayanan bertujuan untuk memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang.

B. Saran-saran

Untuk meningkatkan pengembangan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Padang maka yang harus dilakukan antara lain:

- 1) Perusahaan dapat mengecur produk kepada konsumen dalam jumlah besar maupun kecil, sehingga dapat menambah volume penjualan
- 2) Harga yang ditawarkan bersaing dengan pesaing, sehingga pasar bertambah dan volume penjualan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, unit Padang sesuai target perusahaan
- 3) Dengan banyaknya perusahaan pesaing yang menyamai produk, perusahaan harus bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan mengunggulkan produk dari pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrillita, Nur. 2013. *Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor pada PT Samekarindo Indah di Samarinda*. E-jurnal administrasi bisnis. (Vol 1 No.1). Hlm 56-70
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asfar, Andi Hasryningsih. 2015. *Strategi Pemasaran Pakan Ternak Ayam Ras pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Unit Makassar*. JBBE, (vol 08 No.1) Hal 1-35
- Armisyurita. 2014. Analisis Strategi Pemasaran Jamur Rimba Jaya Mushroom. *Jurnal ilmiah ilmu administrasi* (Vol VI No.02) Hlm 156-168
- (2011). *Strategi Management Sustainable Copetitive Advantages.*. Jakarta: Lembaga Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Assauri, Sofyan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Badan Pusat Statistik. (2016). Berita Resmi Statistik No II/2/B/Th XIX, 5 Februari 2016
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:CV Alfabeta
- David, Fred R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta :Salemba Empat
- Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Sumatera Barat (2016). No 806/Kpts/TN. 260/12/94
- Griffin, Ricky. 2004. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Hunger, J David dan Whelen, Thomas L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi
- Jauch, Laurence R dan Glueck,William F. 1988. *Manajamene Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta : Erlangga
- Keller, Kevin Lane dan Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Malang : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke Dua Belas. Jilid 1. Terjemahan dalam bahasa Indonesia: Erlangga
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prehallindo