

BAURAN PEMASARAN PADA PERUSAHAAN

PT. JAGUNG SUMBER REJEKI

Nama: Elvin Januardi

Jurusan/Program Studi: Manajemen Pemasaran

Pembimbing: Dr. Dudi Anandya, S.T., M.Si dan Silvia Margaretha, S.E., M.M., CPM
(Asia)

INTISARI

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan dipengaruhi oleh factor kemampuan perusahaan tersebut dalam memasarkan produk-produknya. Hal penting dari kegiatan pemasaran yang sangat dikenal dalam dunia pemasaran adalah Bauran Pemasaran, yang mencakup 4P, yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. PT. Jagung Sumber Rejeki sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pengumpulan hasil pertanian jagung di Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan Bauran Pemasaran dalam kegiatan pemasaran perusahaan. Berdasarkan hasil praktik kerja lapangan yang penulis telah lakukan di PT. Jagung Sumber Rejeki, diketahui bahwa penjualan dari perusahaan mengalami berbagai hambatan yang menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan penjualan perusahaan. Berdasarkan aspek dari Bauran Pemasaran penulis menemukan bahwa menurut aspek *Product*, produk jagung yang dijual oleh PT. Jagung Sumber Rejeki memiliki masalah kualitas yang kurang baik, seperti kekeringan jagung atau kadar air yang tidak rata, bij jagung yang berjamur, bahkan jagung yang berketu. Sedangkan untuk aspek *Price*, harga yang ditawarkan oleh PT. Jagung Sumber Rejeki cenderung mengikuti kondisi pasar, tetapi memiliki hambatan di system pembayaran dimana PT. Jagung Sumber Rejeki hanya mau menerima pembayaran tunai diawal saat jagung diterima oleh pelanggan. Berdasarkan aspek *Place*, saluran distribusi PT. Jagung Sumber Rejeki yaitu berbagai peternakan dan toko pengecer bahan baku pakan ternak di Jawa Timur. Dan untuk aspek *Promotion*, diketahui bahwa PT. Jagung Sumber Rejeki hanya menggunakan teknik *personal selling* dan belum memanfaatkan *e-marketing*. Penulis merekomendasikan PT. Jagung Sumber Rejeki untuk meningkatkan kualitas produk dengan kekeringan jagung yang merata, memperhatikan kebersihan dan kelembapan gudang, dan meningkatkan control kualitas penerimaan jagung dari petani, membuat system pembayaran yang lebih fleksibel dengan menawarkan tempo pembayaran, membantu pengiriman kepada pelanggan dengan mencari ekspedisi yang terpercaya, dan memanfaatkan *e-marketing* yang tersedia di internet untuk dimanfaatkan sebagai media promosi perusahaan.

Kata Kunci : Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran, *e-marketing*