

## **ABSTRACT**

### **PERFORMANCE OF MARKETING MIX CHICKEN EGG**

**By**

**DEDEN PERMANA  
NPM.135009048**

**Thesis Supervisor :  
RINA NURYATI  
D. YADI HERYADI**

Efforts to meet the need for animal protein through eggs are not only done by increasing the number of livestock raised but also must be supported by a good business management system, good distribution management and proper marketing so that the supply and demand in an area can be achieved. balanced. This research on the marketing mix of purebred chicken eggs was carried out in November 2019 at a chicken egg distribution company in Tasikmalaya, namely Cv Arfan Agro Perkasa. This study uses a qualitative-descriptive method with a case study approach. The results of this study are the marketing mix starting from product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence found in this company; first product, there is a division of product variations into 3 parts based on market segmentation, then the quality of the product is really maintained, starting from the selection of egg suppliers, egg delivery to good sorting processes. price there are 3 references to determinants of egg prices in Tasikmalaya, namely; PINSAR, Ardhi Borneo and Central Poultry and there is a determination of different selling prices according to the target market segment, Place has a strategic location because it is in the city center and the main market of Tasikmalaya as well as an extensive distribution channel. People, there is a clear division of tasks between employees so that good service is created. The process consists of systematic and well-structured stages in the implementation of company operations, seen in the smooth operation of selling and buying eggs. physical evidence, there is paperwork, buildings, large parking lots and good packaging.

Keywords: Marketing Mix, Supply and Demand, Chicken Eggs

## ABSTRAK

### KERAGAAN BAURAN PEMASARAN TELUR AYAM RAS

Oleh  
**DEDEN PERMANA**  
**NPM.135009048**

**Dosen Pembimbing :**  
**RINA NURYATI**  
**D. YADI HERYADI**

Usaha untuk memenuhi kebutuhan protein hewani melalui telur ayam ras tidak hanya dengan memperbanyak jumlah ternak yang dipelihara tetapi juga harus didukung dengan sistem manajemen usaha yang baik, manajemen distribusi yang baik dan pemasaran yang tepat agar pasokan dan kebutuhan (*supply and demand*) di suatu wilayah bisa seimbang. Penelitian bauran pemasaran telur ayam ras ini dilakukan pada bulan November tahun 2019 pada perusahaan distribusi telur ayam di Tasikmalaya yaitu Cv Arfan Agro perkasa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini adalah bauran pemasaran dimulai dari *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* yang terdapat pada perusahaan ini; pertama *product* terdapat pembagian variasi produk ke 3 bagian berdasarkan segmentasi pasar, kemudian kualitas produk yang benar-benar dijaga dari mulai pemilihan suplayer telur, pengiriman telur hingga proses sortir yang baik. *price* terdapat referensi 3 penentu harga telur di Tasikmalaya, yaitu; PINSAR, Ardhi Borneo dan Central Unggas serta terdapat penentuan harga jual yang berbeda-beda sesuai segmen pasar yang dituju, *Place* terdapat lokasi yang strategis karena berada di pusat kota dan pasar induk Tasikmalaya serta jalur distribusi yang luas. *People* terdapat pembagian tugas yang jelas antar karyawan sehingga tercipta pelayanan yang baik. *Process* terdapat tahapan-tahapan yang sistematis dan terstruktur dengan baik dalam pelaksanaan operasional perusahaan, terlihat dalam lancarnya kegiatan penjualan dan pembelian telur. *physical evidence* terdapat *paperwork*, bangunan, parkir luas serta kemasan yang baik.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, *Supply and Demand*, Telur Ayam Ras