

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)**  
**STRATEGI MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**  
**PAKAN**

**CV. KENCONO TIRTO AGUNG**



**Disusun Oleh:**

**Nova Tan Oktovianus**

**1861302**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**  
**PGRI DEWANTARA JOMBANG**

**2020/2021**

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)  
STRATEGI MARKETING UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PAKAN**

**CV. KENCONO TIRTO AGUNG**



Oleh:

**Nova Tan 1861302**

Jombang, 17 November 2021

Mengetahui/Menyetujui

**CV. KENCONO TIRTO AGUNG**

**(Rani Widjajati, S.E.)**

Pendamping Lapangan

Mengetahui/Menyetujui,

**(Drs. M. Thamrin Bey, M.Si)**

Dosen Pembimbing

Mengesahkan



**(Erminati Pancaningrum, ST, MSM.)**

Ka. Prodi Manajemen

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, karunia serta taufik dan hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan Laporan Kuliah Kerja Magang yang berjudul “strategi marketing untuk meningkatkan penjualan pakan CV. Kencono Tirto Agung”. Hal ini tidak lepas dari dukungan serta bimbingan yang sangat membangun dan membantu penulis dalam menyusun hingga menyelesaikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan KKM ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Erminati Pancaningrum, ST.,MSM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang.
2. Bapak Drs. M. Thamrin Bey, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL).
3. Ibu Rani Widjajati, S.E. selaku Manager CV. Kencono Tirto Agung
4. Semua karyawan CV. Kencono Tirto Agung serta pihak-pihak lainnya yang telah banyak membantu baik dalam pelaksanaan KKM maupun dalam penyusunan Laporan KKM ini.

Terlepas dari semua itu, Kami menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka kami menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar kami dapat memperbaiki Laporan KKM ini. Penulis sangat berharap Laporan KKM ini dapat bermanfaat dalam rangka menambah wawasan serta pengetahuan bagi pembaca.

Jombang, 17 November 2021

Penyusun,  
Nova Tan Oktovianus

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	2
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Kuliah Kerja Magang</b> .....	3
<b>1.4 Lokasi, Waktu dan Tempat Kuliah Kerja Magang</b> .....	4
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI OBJEK KKM</b> .....	5
<b>2.1 Profil Perusahaan CV. Kencono Tirto Agung</b> .....	5
<b>2.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan</b> .....	5
<b>2.3 Struktur Organisasi Perusahaan</b> .....	6
<b>2.4 Kegiatan Usaha CV. Kencono Tirto Agung</b> .....	7
<b>BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG</b> .....	9
<b>3.1 Sistem Kerja yang dilakukan di Objek KKM</b> .....	9
<b>3.2 Kajian Teori</b> .....	10
<b>3.3 Hasil Pengamatan (Masalah yang muncul selama KKM)</b> .....	15
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	17
<b>4.1 Simpulan</b> .....	17
<b>4.2 Saran</b> .....	17
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	18
<b>LAMPIRAN</b> .....	19
<b>FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA</b> .....	19
<b>DOKUMENTASI KEGIATAN</b> .....	24
<b>SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN KKM</b> .....	28

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LatarBelakang**

Di zaman era digitalisasi ini, hampir semua perusahaan baik itu bergerak di bidang jasa, dagang, maupun industri dan manufaktur mengalami persaingan yang cukup ketat dalam usahanya mencapai target perusahaan. Dengan adanya persaingan yang ketat tersebut mengakibatkan perusahaan harus cermat dan jeli dalam sebuah tindakan dan pengambilan keputusan. Dalam sebuah pengambilan keputusan tentunya didasarkan atas informasi yang akurat dan relevan. Untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan tersebut maka dibutuhkan sebuah sistem yang mengatur informasi tersebut. Sistem ini biasa dikenal dengan istilah sistem informasimanajemen.

Sistem informasi manajemen memberikan banyak manfaat yang berguna bagi perusahaan, diantaranya adalah membanru dalam proses pengambilan keputusan, membantu dalam menemukan suatu masalah, membantu dalam hal membandingkan kinerja bisnis, dan masih banyak lagi kegiatan sehubungan dengan kegiatan operasional perusahaan. Suatu keadaan keuangan perusahaan tidak dapat diukur hanya dari besarnya pendapatan dan minimnya pengeluaran saja, akan tetapi juga berkaitan secara langsung dengan keadaan asset perusahaan misalnya saja ketersediaan barang dagangan perusahaan. Pentingnya informasi mengenai ketersediaan barang ini adalah selain menghindari adanya barang hilang, juga dapat memberikan informasi mengenai barang apa saja yang paling sering dicari dan diminati oleh pelanggan. Sehingga dengan informasi tersebut perusahaan dapat mengambil keputusan apakah barang layak untuk direstok ataukahtidak.

CV. Kencono Tirto Agung merupakan distributor dan juga menjual eceran pakan ternak/unggas/ikan dan juga hewan piaraan lainnya. Selain itu perusahaan ini juga menjual berbagai obat-obatan serta peralatan untuk kebutuhan hewan ternak baik unggas, ikan maupun piaraan. Dalam hal ini CV. Kencono Tirto Agung dalam menjalankan usahanya menggunakan aplikasi software yaitu My Biz 3. Program ini sudah digunakan sejak awal berdirinya toko hingga sekarang. Jenis persediaan barang dagang yang ada sangat beraneka ragam, oleh sebab itu dibutuhkan sekali informasi yang akurat untuk mencocokkan antara persediaan dalam data dengan persediaan fisik yang ada.

Meskipun dalam hal ini perusahaan sudah menggunakan aplikasi yang cukup akurat dan relevan dalam menunjang kegiatan usahanya, terkadang masih saja ditemukan adanya selisih barang baik itu minus maupun plus yang bisa jadi salah satu faktor penyebabnya adalah human eror. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa aplikasi yang dipakai juga terdapat beberapa kekurangan yang mengakibatkan ketidakcocokan antara data pada aplikasi dengan ketersediaan fisik yang ada di gudang.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka bagian gudang harus mempertanggungjawabkan keadaan selisih barang tersebut untuk dilakukan penyesuaian. Dengan demikian tentunya informasi tersebut dapat berpengaruh terhadap produktivitas perusahaan serta karyawannya. Sehingga selain adanya sistem aplikasi yang digunakan juga diperlukan pula standar operasional yang mengatur penanggungjawab masing-masing individu dalam menjalankan tugasnya masing-masing untuk meminimalisir terjadinya selisih barang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan penjabaran latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang terjadi diantaranya:

1. Bagaimana strategi marketing yang di gunakan untuk meningkatkan konsumen pakan ayam?
2. Bagaimana proses penjangkauan penjualan agar dapat di luar kota?
3. Bagaimana tentang SOP yang dijalankan terkait dengan jobdesk masing-masingdivisi?
4. Bilamana jika keadaan selisih yang terjadi itu secara terus menerus, dan apakah solusi dari permasalahan yang terjadi?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Kuliah KerjaMagang**

#### **1.3.1 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat dibentuk sebuah tujuan penelitian antara lain:

1. Agar dapat menemukan solusi dalam mengatasi penjualan pakan ikan uang lebih tinggi dari pakan ayam.
2. Agar dapat membantu perusahaan dalam pendistribusian barang ke luar kota.
3. Untuk mengetahui SOP yang ada di perusahaan CV. Kencono Tirto Agung telah dijalankan denganbaik.
4. Untuk mencari solusi atas permasalahan yang terjadi secara kontinyu.

#### **1.3.2 Manfaat**

##### **1. BagiPerusahaan**

Dapat memberikan masukan yang positif dalam upaya pemecahan permasalahan dalam peranan sistem informasi akuntansi.

##### **2. BagiAkademis**

Memberikan informasi serta menambah pengetahuan, wawasan, dan pemahaman mengenai topik yang telah diteliti sehubungan dengan sistem informasi akuntansi persediaan barang dagang.

##### **3. BagiPeneliti**

Dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan secara teoritis serta menambah wawasan mengenai sistem informasi manajemen.

## **1.4 Lokasi, Waktu dan Tempat Kuliah KerjaMagang**

### **1.4.1 Lokasi**

Kuliah Kerja Magang ini dilaksanakan di CV. Kencono Tirto Agung yang beralamat di Jl. Laksda Adi Sucipto No. 17 Sambong Santren RT 0020/RW 002, Desa Sambong Dukuh, Jombang.

### **1.4.2 Waktu**

Kuliah Kerja Magang (KKM) ini berlangsung selama 1 bulan dimulai dari tanggal 11 Oktober 2021 sampai dengan 13 November 2021. Pelaksanaan KKM dilaksanakan setiap hari kerja yaitu senin sampai dengan sabtu pukul 08.00 WIB sampai dengan 17:00 WIB.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI OBJEK KKM**

#### **2.1 Profil Perusahaan CV. Kencono Tirto Agung**

CV. Kencono Tirto Agung didirikan pada tanggal 02 Maret 2018 yang beralamat di Jl. Laksda Adi Sucipto No. 17 Sambong Dukuh, Jombang. Perusahaan ini bergerak di bidang Budidaya Ikan Patin dan distributor pakan ternak, ikan, unggas, dan hewan piaraan beserta obat dan perlengkapannya.

#### **2.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan**

##### **2.2.1 Visi Perusahaan**

Menjadi distributor pakan, obat, serta peralatan dalam bidang perikanan, peternakan, maupun hewan piaraan yang terlengkap.

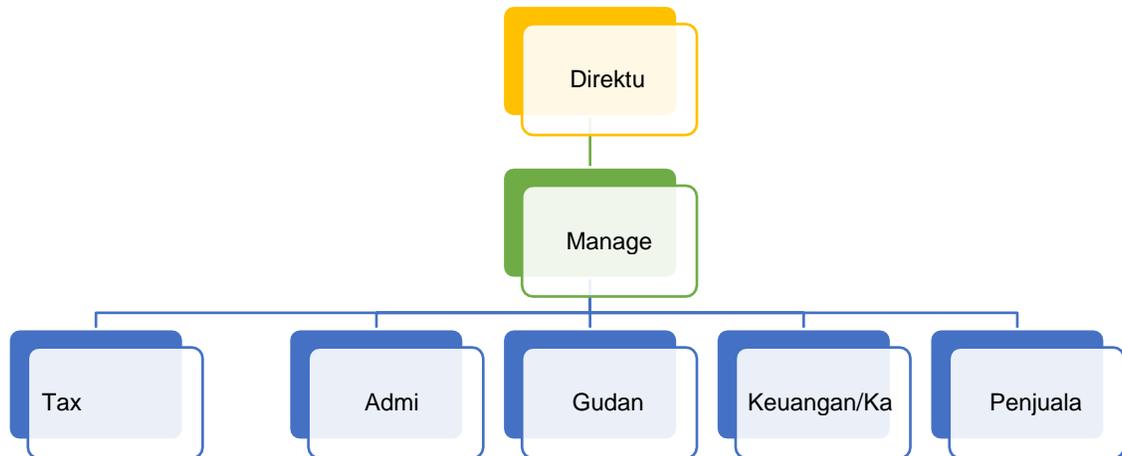
##### **2.2.2 Misi Perusahaan**

1. Mendistribusikan pakan yang berkualitas untuk ikan, ternak, unggas, dan juga hewan piaraan.
2. Memantau produk baik obat-obatan maupun vaksin berdasarkan izin depkes dan juga masadaluarsa.
3. Menyupply peralatan dan perlengkapan kebutuhan penunjang kegiatan usaha baik perikanan, peternakan, maupun hewan piaraan.

##### **2.2.3 Tujuan Perusahaan**

Melayani berbagai kebutuhan perikanan, peternakan, maupun hewan piaraan baik itu secara retail maupun grosir.

## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3.1 Struktur Organisasi pada CV. Kencono Tirto Agung

Berikut tugas dan tanggungjawab dari masing-masing divisi:

1. Direktur
  - a. Bertanggungjawab dalam memimpin dan menjalankan kegiatan usaha.
  - b. Menentukan strategi dalam menunjang keberlangsungan kegiatan perusahaan.
  - c. Pengambilan keputusan tertinggi dalam perusahaan.
2. Manager
  - a. Membuat prosedur dan standar perusahaan.
  - b. Merencanakan strategi perusahaan jangka menengah dan jangka panjang.
  - c. Merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, mengawasi, dan menganalisis semua kegiatan perusahaan.
3. Tax Accounting
  - a. Memastikan faktur pajak masukan telah diterima setiap bulan.
  - b. Membuat faktur pajak keluaran atas penjualan barang.
  - c. Menghitung, Membayar dan melaporkan SPT masa maupun tahunan.
4. Admin
  - a. Menginput barang masuk pada sistem sesuai dengan DO yang diterima.

- b. Membukukan piutangpelanggan.
  - c. Membuat order pembelian barang atas permintaangudang.
5. Gudang
- a. Bertanggungjawab terhadap persediaan barang digudang.
  - b. Melakukan stock opname setiaphari.
  - c. Membuat laporan panyesuaian bila terjadi selisih barang.
6. Keuangan/Kasir
- a. Menerima uang penjualan dan menyetorkan ke rekeningbank.
  - b. Membuat laporan keuanganharian.
  - c. Bertanggungjawab terhadap saldo kas harian besertapencatatannya.
7. Penjualan
- a. Melayani kebutuhanpelanggan.
  - b. Membuat notapenjualan.
  - c. Mempromosikan barang kepelanggan
  - d. Bertanggungjawab tehada pengiriman barang padapelanggan.

#### **2.4 Kegiatan Usaha CV. Kencono TirtoAgung**

CV. Kencono Tirto Agung adalah perusahaan yang bergerak di bidang distributor pakan ternak, ikan, unggas, dan hewan piaraan serta perlengkapan penunjangnya. Di awal tahun 2019 bidang usaha yang dijalankan tidak hanya distributor pakan saja namun merambah ke budidaya ikan patin yang terletak di Desa Karangdagangan.

Hasil panen ikan patin tersebut tidak dijual bebas namun disupply ke pabrik pengolahan ikanyaitu salah satu anak perusahaan dari PT. Central Proteina Prima, Tbk. yang merupakan pabrik pakan terbesar di Indonesia. Kegiatan usaha CV. Kencono Tirto Agung dengan PT. Central Proteina Prima, Tbk merupakan kerjasama yang berlangsung secara kontinyu karena hampir 70% pakan ternak, pakan ikan, dan hewan piaraan yang disediakan merupakan produk dari PT. Central Proteina Prima, Tbk.

Selain dari itu juga disupply oleh PT. Matahari Sakti, PT. Wonokoyo Jaya Coorporindo, PT. Cheil Jedang Feed, PT. Charoen Pokhpan, Tbk, PT. Medion Ardhika Bhakti, PT. Bina San Prima, PT. Sumber Makmur Agrikultur Indonesia dan masih banyak pabrik-pabrik yang menawarkan produknya.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG**

#### **3.1 Sistem Kerja yang dilakukan di Objek KKM**

CV. Kencono Tirto Agung adalah perusahaan yang bergerak di bidang distributor pakan ternak, ikan, unggas, dan hewan piaraan serta perlengkapan penunjangnya. Produk – produk pakan yang dijual adalah hasil dari industri dalam negeri sendiri yaitu dari PT. Charoen Pokhpan, Tbk, PT. Central Proteina Prima, Tbk, PT. Wonokoyo Jaya Corporindo, PT. Matahari Sakti, dan untuk obat – obatan serta perlengkapan juga dari industri dalam negeri yaitu dari PT. Medion Ardhika Bhakti, PT. Bina San Prima, PT. Sumber Makmur Agrikultur Indonesia, dan masih banyak lagi . perusahaan beroperasi selama 10 jam dan tidak ada ketentuan shif. Jam kerja dimulai dari pukul 07:00 WIB sampai dengan pukul 17:00 WIB untuk hari senin – sabtu, sedangkan di hari minggu dimulai dari pukul 07:00 WIB sampai dengan pukul 12:00 WIB.

CV. Kencono Tirto Agung memiliki 7 karyawan di toko dan 4 karyawan yang ada di kolam, 2 bagian penjualan, 1 kasir, 2 bagian gudang, 1 admin, 1 accounting, dan 1 manajer. Dalam kegiatan bongkar dan muat barang yang datang dan masuk perusahaan ini mempekerjakan tenaga harian kuli sedangkan untuk pengiriman dan pengambilan pakan di pabrik menggunakan tenaga sopir borongan. Sedangkan untuk pengecekan dan pengiriman barang dilakukan oleh bagian gudang. Ini dilakukan untuk meminimalisir kuli bila berbuat curang dalam memuat pakan di kendaraan. Untuk sistem aplikasi yang digunakan adalah My Biz 3, program ini digunakan untuk input pembelian, penjualan, dan juga data kas masuk serta kas keluar. Sehingga ketersediaan pakan, obat, maupun peralatan dapat dilihat di sistem.

## **3.2 Kajian Teori**

### **3.2.1 Pengertian pemasaran**

Dalam suatu usaha yang dimiliki oleh seseorang atau sekumpulan orang memiliki tujuan untuk mencari keuntungan, dalam pelaksanaannya satu hal yang pasti dilakukan oleh semua orang atau kelompok adalah melakukan pemasaran. Pemasaran dan usaha merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan dan saling melengkapi satu sama lain.

Rahmawati (2016:3) mengatakan bahwa pemasaran adalah bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi konsumen dan perusahaan. Pendapat yang serupa juga disampaikan oleh Putri (2017:1) yang mengartikan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Selain kedua pendapat tersebut Shinta (2011:2) juga menerangkan bahwa pemasaran adalah suatu proses manajerial yang memuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah kegiatan saling memenuhi kebutuhan yang dilakukan oleh produsen dan konsumennya, dimana konsumen mendapatkan produk, sedangkan produsen mendapat keuntungan dari hasil produksinya.

### **3.2.2 Strategi Pemasaran**

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan atau

individu yang memiliki usaha tidak mungkin melakukan pemasaran secara sembrono atau tanpa adanya strategi. Strategi dalam pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dalam melakukan pemasaran produk perusahaan. Yulianti (2014:8) menjelaskan bahwa strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Yulianti juga menjelaskan tiga faktor utama yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut :

- a. Daur hidup produk. Yaitu strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup yang terdiri dari pengenalan, pertumbuhan, tahap kedewasaan dan kemunduran.
- b. Posisi persaingan perusahaan di pasar. Yaitu strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil pasar.
- c. Situasi ekonomi. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.

### **3.2.3 Macam-macam strategi pemasaran**

Yulianti (2014:8) membagi strategi pemasaran sebagai berikut:

- a. Strategi kebutuhan primer. Yaitu dengan cara :
  - 1) Menambah jumlah pemakai
  - 2) Meningkatkan jumlah pemakai
- b. Strategi kebutuhan selektif, yaitu dengan cara:
  - 1) Mempertahankan pelanggan
    - a) Memelihara kepuasan pelanggan
    - b) Menyederhanakan proses pembelian
    - c) Mengurangi daya tarik atau jelang untuk beralih merk
  - 2) Menjaring pelanggan

- a) Mengambil posisi berhadapan
- b) Mengambil posisi berbeda

#### 3.2.4 Bauran pemasaran

Dalam perkembangan dunia pemasaran terjadi perkembangan dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan salah satunya adalah lahirnya konsep bauran pemasaran atau *mix marketing*. Putri (2014:81) menjelaskan bahwa *mix marketing* adalah kombinasi dari kegiatan pemasaran yang dilakukan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan barang atau jasa tertentu selama periode waktu tertentu dan pasar yang tertentu. Pada bauran pemasaran tersebut terdapat 4P yaitu *product, price, place, promotion*.

##### a. *product*

bauran pemasaran *product* atau produk merupakan bauran yang terpenting karena keberadaannya penentu dari bauran yang lain. Selain itu produk adalah hal atau benda yang bisa memenuhi kebutuhan pasar.

##### b. *Price*

Bauran *price* atau harga merupakan bauran dalam perusahaan untuk menetapkan harga suatu produk. Harga memiliki peranan yang sangat penting termasuk dalam hal pertukaran pemasaran. Pertukaran biaya konsumen itu terdiri dari pertukaran harga, waktu, aktivitas kognitif, dan usaha perilaku. Biaya yang ditambahkan atau dibandingkan dengan nilai dan manfaat produk yang ditawarkan adalah cara yang mudah untuk mempertimbangkan arti harga bagi konsumen.

##### c. *Place*

Bauran *place* atau tempat atau lebih tepatnya adalah bauran distribusi dapat diartikan dengan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan

yang diperlukan. Dapat dikatakan bahwa bauran disitribusi merupakan aktivitas yang mampu menciptakan nilai tambah melalui fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan/utilitas bentuk, tempat, waktu, dan kepemilikan, selain itu bauran distribusi mampu untuk memperlancara arus saluran pemasaran secara fisik dan non fisik, yang dimaksud arus pemasaran sendiri adalah aliran kegiatan yang terjadi diantara lembaga pemasaran yang terlibat.

*d. Promotion*

Bauran *promotion* atau promosi adalah bauran tindakan perencanaan, implemementasi dan pengendalian komunikasi dari organisasi kepada pelanggan dan audiens sasaran lainnya. Bauran promosi ini mengkombinasikan antara periklanan, penjualan secara personal, publisitas dan hubungan masyarakat, dan, pemasaran langsung dalam suatu program yang terkoordinasi untuk berkomunikasi dengan pembeli dan pihak lainnya yang penting untuk keberhasilan penjualan perusahaan.

### **3.3 Hasil Pengamatan (Masalah yang muncul selama KKM)**

Selama satu bulan melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Magang pada CV. Kencono Tirto Agung. Mahasiswa menemukan beberapa kegiatan pemasaran yang dilakukan. Kegiatan pemasaran pada CV. Kencono Tirto Agung diantaranya adalah sebagaiberikut:

- a. Pemasaran yang dilakukan CV. Kencono Tirto Agung dilakukan dan terdapat hubungan timbal balik dengan konsumennya yaitu pelanggannya mendapatkan produk pakan yang dibutuhkan untuk unggas atau ikannya, sedangkan CV. Kencon Tirto Agung mendapatkan keuntungan dari penjualan pakan karena CV. Kencono Tirto Agung tidak memproduksi produknya sendiri.
- b. Kegiatan pemasaran yang dilakukan CV. Kencono Tirto Agung tidak hanya dilakukan kepada pelanggan baru namun pemasaran dengan

mempertahankan para pelanggan lama untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.

- c. Kegiatan pemasaran yang dilakukan CV. Kencono Tirto Agung memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumennya sehingga para konsumen mendapatkan kepuasan terhadap layanan yang diberikan.
- d. Kegiatan pemasaran yang dilakukan CV. Kencono Tirto Agung meminta referal pada konsumennya, artinya konsumen aktif diberikan pengertian untuk mengajak orang lain yang membutuhkan pakan unggas dan ikan untuk membeli produk dari CV. Kencono Tirto Agung.
- e. Kegiatan pemasaran yang dilakukan CV. Kencono Tirto Agung sangat memperhatikan produknya dengan penguasaan product knowledge yang baik yang diterapkan pada setiap karyawannya.
- f. Kegiatan pemasaran yang dilakukan CV. Kencono Tirto Agung memberikan harga terbaik bagi para konsumennya.
- g. Kegiatan pemasaran yang dilakukan CV. Kencono Tirto Agung mencoba mendistribusikan produk yang dijual seluas mungkin untuk menjangkau banyak orang yang memerlukan pakan ikan dan unggas
- h. Kegiatan pemasaran yang dilakukan CV. Kencono Tirto Agung melakukan penjualan secara langsung dan juga mempromosikan dengan pemanfaatan teknologi media sosial.

## **BAB IV**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Simpulan**

CV. Kencono Tirto Agung melakukan kegiatan pemasaran guna untuk mencari keuntungan dan memberikan pemenuhan kebutuhan pelanggannya sehingga terjadi hubungan timbal balik produsen konsumen.

CV. Kencono Tirto Agung melakukan strategi pemasaran kebutuhan primer dan strategi pemasaran kebutuhan selektif pada konsumennya.

CV. Kencono Tirto Agung melakukan kegiatan pemasaran dengan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

#### **4.2 Saran**

CV. Kencono Tirto Agung perlu untuk melakukan analisa SWOT dalam melaksanakan kegiatan usahanya, diharapkan dapat membantu peningkatan pendapatan usahanya, serta perlu strategi pemasaran secara direct marketing dengan lebih gencar, serta juga perlu adanya pemanfaatan teknologi dalam indirect marketing agar segmentasi pemasaran bisa lebih luas lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

Putri, Budi. 2017. *Manajaemen Pemasaran*. Bali : Udayana Press.

Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda : Mulawarman University Press.

Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press.

Yulianti, Farida dkk. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.

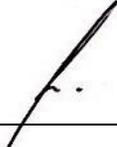
Yulius, Yudi dan Susilo, Wilhelmus. 2020. *Manajemen Pemasaran Orientasi Pasar dan Aplikasi Bisnis yang Inspiratif*. Jakarta : WHS and tim.

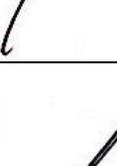
## LAMPIRAN

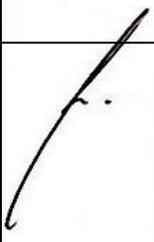
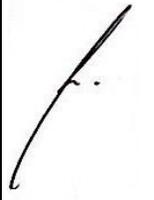
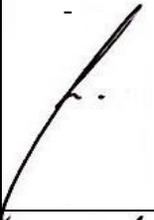
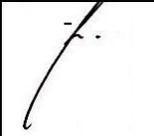
### FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA

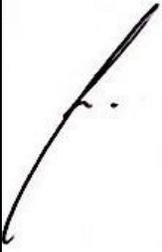
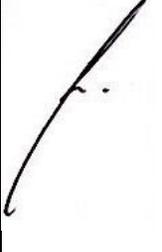
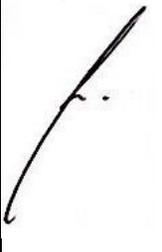
Nama : NOVA TAN OKTOVIANUS  
NIM : 1861302  
Program Studi : Manajemen  
Tempat Magang : CV. Kencono Tirto Agung  
Alamat : Jl. Laksda Adi Sucipto No. 17 Sambong Dukuh, Jombang  
Bagian/Bidang : Stock dan Gudang

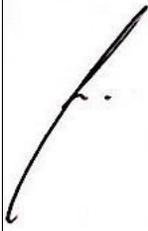
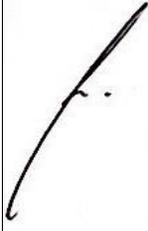
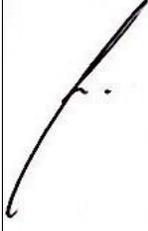
Minggu ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
I	11 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li><li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li></ul>	
	12 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li><li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li></ul>	
	13 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pengiriman ke pembeli</li><li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li></ul>	

			
	14 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	
	15 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
	16 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
II	18 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	
	19 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	

	20 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
	21 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
	22 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	
	23 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	
III	25 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
	26 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
	27 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	
	28 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	

	29 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
	30 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
IV	1 November 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	
	2 November 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	
	3 November 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
	4 November 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li> <li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li> </ul>	
	5 November 2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiriman ke pembeli</li> <li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li> </ul>	

	6 November 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pengiriman ke pembeli</li><li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li></ul>	
V	8 November 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li><li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li></ul>	
	9 November 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li><li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li></ul>	
	10 November 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pengiriman ke pembeli</li><li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li></ul>	

	11 November 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pengiriman ke pembeli</li><li>- Melakukan kontrol pakan di tambak ikan patin</li></ul>	
	12 November 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li><li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li></ul>	
	13 November 2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pencatatan stock barang masuk dan keluar</li><li>- Penginputan data stock pada aplikasi</li></ul>	

Jombang, 17 November 2021  
Pendamping Lapangan,



(Rani Widjajati, S.E.)

**DOKUMENTASI KEGIATAN**

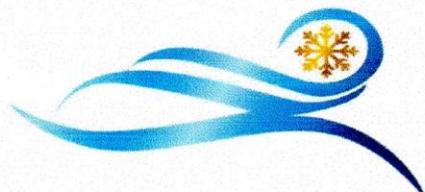
Gambar 5.1 Kegiatan menginput pembelian barang dagang dan membuat nota penjualan



Gambar 5.2 Kegiatan mengecek jadwal pengiriman dan menghitung stok fisik pakan



Gambar 5.4 Gudang Stock Pakan

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN KKM****CV. KENCONO TIRTO AGUNG**

Jl. Laksda Adi Sucipto No.17, Jombang-61419  
Telp: 08123289047, 081252001199  
e-mail: kenconotirtoagung01041822@gmail.com

**SURAT KETERANGAN**

No. 00019/KTA/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RANI WIDJAJATI

Jabatan : Manager

dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : NOVA TAN OKTOVIANUS

NIM : 1861302

Program Studi : Manajemen Pemasaran

telah melakukan kegiatan Kuliah Kerja Magang di CV. Kencono Tirto Agung terhitung mulai tanggal 11 Oktober 2021 – 13 November 2021.

Demikian surat keterangan ini kami buat agar dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Jombang, 17 November 2021

**CV. KENCONO TIRTO AGUNG**Rani Widjajati

Manager