



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Strategi Penjualan dan Pemasaran Produk Pakan Ayam Petelur PT. XYZ**  
Muhammad Anis, B. M Purwanto, Dr., M.B.A., Ph.D.  
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN PRODUK PAKAN AYAM PETELUR PT. XYZ**

**Muhammad Anis**  
21/489706/PEK/27999

Penelitian berjudul Strategi Pemasaran Produk Pakan Ayam Petelur PT. XYZ ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi pemasaran produk pakan ayam petelur terkait dengan aktivitas *push* dan *pull*, serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi peternak dalam memilih pakan ternak ayam petelur. Penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sejenis untuk menganalisis strategi yang digunakan saat ini, serta perbaikan strategi pemasaran dengan menggunakan strategi *push* dan *pull*.

Komunikasi pemasaran adalah proses penyampaian pesan dari perusahaan kepada target pelanggan dengan menggunakan berbagai media komunikasi. Efektivitas dan media komunikasi memiliki peranan penting untuk memastikan pesan yang diberikan oleh perusahaan dapat tersampaikan dengan baik. Strategi *push* akan mempertimbangkan peran agen dalam proses distribusi produk. Program loyalitas yang digunakan oleh PT. XYZ berusaha menjaga loyalitas agen, sekaligus memastikan volume penjualan lebih terukur dengan memberikan target pada agen-agen tertentu sebagai pelanggan yang dianggap *strategic*.

Strategi *pull* untuk menarik minat peternak akan menghasilkan distribusi produk yang luas, serta hubungan perusahaan dengan pelanggan yang baik. Strategi yang dibahas ini mencakup kualitas produk, layanan pendampingan, dan program-program lain yang dibuat oleh PT. XYZ. *Pull* program yang baik akan meningkatkan minat peternak untuk membeli produk yang dipasarkan.

Kata kunci: pakan ayam petelur, pemasaran, *push* dan *pull*, loyalitas, distribusi, agen, peternak

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY OF LAYING HEN FEED PRODUCTS PT. XYZ**



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Strategi Penjualan dan Pemasaran Produk Pakan Ayam Petelur PT. XYZ**

Muhammad Anis, B. M Purwanto, Dr., M.B.A., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**Muhammad Anis**

21/489706/PEK/27999

Research entitled Marketing Strategy of Laying Chicken Feed Products PT. XYZ is a qualitative descriptive research using data collection methods through in-depth interviews. The purpose of this study is to identify marketing strategies for laying hen feed products related to push and pull activities, as well as analyze the factors that influence farmers in choosing laying hen feed. This research can be used by similar companies to analyze the strategies used today, as well as improve marketing strategies using push and pull strategies.

Marketing communication is the process of delivering messages from the company to target customers using various communication media. Effectiveness and communication media have an important role to ensure the message given by the company can be conveyed properly. A push strategy will consider the role of agents in the product distribution process. The loyalty program used by PT. XYZ strives to maintain agent loyalty, while ensuring more measurable sales volume by targeting certain agents as customers who are considered *strategic*.

A *pull* strategy to attract farmers will result in wide product distribution, as well as good company relationships with customers. The strategies discussed include product quality, mentoring services, and other programs created by PT. XYZ. A good *pull* program will increase the interest of farmers to buy marketed products.

**Keywords:** laying hen, marketing, push dan pull, loyalty, distribution, agent, farmer



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Strategi Penjualan dan Pemasaran Produk Pakan Ayam Petelur PT. XYZ**

Muhammad Anis, B. M Purwanto, Dr., M.B.A., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>