

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP NILAI FISIK DALAM VOLUME PENJUALAN PRODUK BERAS KEMASAN DI PT JAYA AGRO PERSADA SUMATERA SELATAN

IMPACT ANALYSIS OF MARKETING MIX STRATEGIES ON PHYSICAL VALUE IN THE SALES VOLUME OF PACKAGED RICE PRODUCTS AT PT JAYA AGRO PERSADA SOUTH SUMATRA



**Frisca Oktaviani
05011282126086**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

SUMMARY

FRISCA OKTAVIANI. Impact Analysis Of Marketing Mix Strategies On Physical Value In The Sales Volume Of Packaged Rice Products At Pt Jaya Agro Persada South Sumatra (Supervised by **ANDY MULYANA**).

Sales volume is an achievement of sales which is quantitatively expressed in terms of physical or units or volume in a product. The ups and downs of a sale can be seen from the units, kilograms, liters of product sales, sales volume can also be said to be a measure that shows the amount of goods and services that have been sold, this is intended in economic value. Sales volume greatly affects the size and size of the profit to be obtained. The marketing mix is a series of tools used by companies to pursue their target company goals, consisting of 7P, namely product, price, promotion, place, process, physical facilities and people or personality. The objectives to be achieved in this research are as follows: (1) Identify the marketing mix strategy for packaged rice products (2) analyze the influence of the marketing mix on the sales volume of packaged rice products (3) Calculate the amount of profit obtained by PT Jaya Agro Persada from the production of packaged rice products that are marketed. This research was conducted at PT Jaya Agro Persada located in Babatan Saudagar village, Pemulutan sub-district, Ogan Ilir district, South Sumatra province, using the case study method, sampling using the census method, data processing using SPSS and Excel. The sales volume made at PT Jaya Agro Persada for the three products differs based on the weight of the type of rice. the use of the marketing mix, namely 7P, in this company on the sales volume of packaged rice. The production of packaged rice, discounts, distributors, employees and distribution processes show a positive direction towards sales volume while promotion and packaging production show a negative direction towards sales volume.

Keywords: marketing mix, packaged rice, profits, rice marketing, sales volume

RINGKASAN

FRISCA OKTAVIANI. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Nilai Fisik Dalam Volume Penjualan Produk Beras Kemasan di PT Jaya Agro Persada Sumatera Selatan (Dibimbing oleh **ANDY MULYANA**).

Volume penjualan merupakan pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dalam bentuk fisik atau unit atau volume dalam suatu produk. Naik turunnya suatu penjualan dapat dilihat dari unit, kilogram, liter penjualan produk, volume penjualan juga dapat dikatakan sebagai suatu ukuran yang menunjukkan jumlah barang dan jasa yang telah terjual, hal ini dimaksudkan dalam nilai ekonomis. Volume penjualan sangat mempengaruhi besar kecilnya laba yang akan diperoleh. Bauran pemasaran merupakan serangkaian alat yang digunakan perusahaan untuk mengejar target tujuan perusahaan, yang terdiri dari 7P, yaitu produk, harga, promosi, tempat, proses, fasilitas fisik dan orang atau personal. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Mengidentifikasi strategi bauran pemasaran produk beras kemasan (2) Menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan produk beras kemasan (3) Menghitung besarnya laba yang diperoleh PT Jaya Agro Persada dari hasil produksi produk beras kemasan yang dipasarkan. Penelitian ini dilakukan pada PT Jaya Agro Persada yang berlokasi di Desa Babatan Saudagar, Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, dengan menggunakan metode studi kasus, pengambilan sampel dengan metode sensus, pengolahan data menggunakan SPSS dan Excel. Volume penjualan yang dilakukan di PT Jaya Agro Persada untuk ketiga produk tersebut berbeda berdasarkan berat jenis beras. penggunaan bauran pemasaran

Kata Kunci: bauran pemasaran, beras kemasan, keuntungan, pemasaran beras, volume penjualan

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP NILAI FISIK DALAM VOLUME PENJUALAN PRODUK BERAS KEMASAN DI PT JAYA AGRO PERSADA SUMATERA SELATAN

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya**



**Frisca Oktaviani
05011282126086**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP NILAI FISIK DALAM VOLUME PENJUALAN PRODUK BERAS KEMASAN DI PT JAYA AGRO PERSADA SUMATRA SELATAN

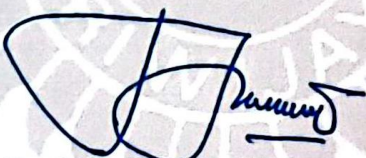
SKRIPSI

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh :
Frisca Oktaviani
05011282126086

Indralaya, April 2025

Pembimbing


Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP. 196012021986031003

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian Unsri



Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan Judul “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Nilai Fisik dalam Volume Penjualan Produk Beras Kemasan di PT Jaya Agro Persada Sumatera Selatan.” oleh Frisca Oktaviani telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 13 Maret 2025 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Indri Januarti, S.P., M.Sc. Ketua (.....)
- NIP. 198301092008122002
2. Dr. Agustina Bidarti, S.P., M.Si. Penguji (.....)
- NIP. 197708122008122001
3. Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc. Pembimbing (.....)
- NIP. 196012021986031003

Indralaya, April 2025
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian


Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

ILMU ALAT PENGABDIAN

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Frisca Oktaviani

NIM : 05011282126086

Judul : Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Nilai Fisik
Dalam Volume Penjualan Produk Beras Kemasan Di PT Jaya Agro
Persada Sumatera Selatan

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat didalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, April 2025

Frisca Oktaviani

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Frisca Oktaviani, adalah anak pertama dari dua bersaudara, merupakan anak dari pasangan suami istri Bapak Jaya Kelana dan Ibu Bunayah. Dilahirkan di Palembang pada tanggal 20 Oktober 2003, penulis dibesarkan di kota Palembang dan hingga saat ini penulis berdomisili di Palembang tepatnya pada Lorong Kapitan Kecamatan Seberang Ulu 1.

Riwayat pendidikan penulis dimulai pada RA Hijriyah 2 Palembang (2008 - 2009), MI Hijriyah 2 Palembang (2009 - 2015), MTsN 1 Palembang (2015 - 2018), MAN 3 Palembang (2018-2021), Saat lulus SMA penulis langsung melanjutkan pendidikan ke PTN favorit di Sumatera Selatan, yaitu Universitas Sriwijaya. Pada tahun 2017 penulis diterima untuk menimba ilmu disana dengan Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian. Dan saat tulisan ini dibuat penulis sudah menginjak semester 6.

Penulis memiliki keaktifan dalam organisasi yang ada di prodi agribisnis yaitu organisasi HIMASEPERTA (Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian) penulis sudah aktif berorganisasi sejak di ruang lingkup sekolah menengah keatas dimana penulis mengikuti organisasi PMR atau disebut dengan palang merah remaja.

Penulis juga sempat menjadi asisten dosen pada Mata Kuliah Digital Marketing pada tahun 2023 saat penulis duduk di Semester 5. Penulis mencoba mencari pengalaman dalam mengajar melalui pendaftaran menjadi asistensi dosen, menurut penulis hal ini sangat baik karena dapat mengembangkan cara komunikasi serta penyampaian pesan kepada audiens melalui pemilihan kata-kata yang tepat agar dapat dipahami oleh para audiens.

KATA PENGANTAR

Segala pujian hanyalah milik-Nya. Tidak ada yang lebih menguasai sesuatu apapun di muka bumi selain Allah SWT. Dialah yang Maha melihat, Maha mendengarkan, dan Maha Sempurna atas segalanya. Puji dan syukur hanya shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan untuk-Nya dan stersampaikan kepada Rasulullah SAW sebagai utusannya. Berkah limpahan rahmat dan karunia-Nya lah, yang telah melancarkan segala urusan hamba-Nya hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini ditulis sebagai hasil dari tinjauan selama kegiatan penelitian yang dilakukan penulis di PT Jaya Agro Persada di Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orangtua Ayahanda Jaya Kelana, Ibunda Bunayah, adik Frederick Farrel, keluarga, pasangan dan sahabat yang telah memberi semangat dan dukungan moril sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan nikmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kedua orang tua, adik serta keluarga yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta dukungan doa dan moril serta material kepada penulis. Kepada mama dan papa telah mensupport penulis selama penulisan skripsi berlangsung.
3. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan dukungan serta bantuan sehingga dapat terlaksana dengan baik kegiatan lapangan ini.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan bimbingan serta arahan dalam menyusun skripsi ini hingga penulis bisa menyelesaikannya.
5. Bapak freddy dan bapak Albert selaku pimpinan PT Jaya Agro Persada yang telah memberikan izin kepada penulis dalam kegiatan penelitian di perusahaan tersebut serta memberikan informasi terkait kebutuhan data yang diperlukan oleh penulis.

6. Admin Jurusan sosial ekonomi pertanian yang telah banyak membantu mengenai surat perizinan serta administrasi kelancaran skripsi ini.
7. Kepada seseorang yang telah hadir serta menemani penulis selama proses kegiatan pelaksanaan skripsi berlangsung yaitu Jazuli Anwar, dalam membangun serta menumbuhkan rasa percaya diri dan semangat pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah hadir sebagai salah satu pendukung penulis serta kelancaran skripsi serta dalam kegiatan skripsi ini berlangsung
8. Kepada sahabat terbaik saya yaitu Novita yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
9. Teman-teman yang memberikan dukungan serta bantuan selama menjalankan proses skripsi ini.

Besar harapan penulis agar laporan ini dapat bermanfaat untuk kita semua untuk kita semua, meski tak dapat dipungkiri masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena ini penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun agar dapat dijadikan pelajaran dalam penulisan berikutnya.

Indralaya, April 2025

Frisca Oktaviani

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Konsepsi Beras.....	5
2.1.2. Konsepsi Produk Beras Kemasan	6
2.1.3. Konsepsi Strategi Pemasaran	7
2.1.4. Konsepsi Bauran Pemasaran	8
2.1.5. Konsepsi Volume Penjualan	11
2.1.6. PT Jaya Agro Persada	13
2.2. Model Pendekatan.....	14
2.3. Hipotesis.....	14
2.4. Batasan Operasional.....	15
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	18
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	18
3.2. Metode Penelitian.....	18
3.3. Metode Penarikan Sampel.....	18
3.4. Metode Pengumpulan Data	19
3.5. Metode Pengolahan Data	19
3.5.1. Analisis Deskriptif	19
3.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda	20
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
1.1. Gambaran Umum PT Jaya Agro Persada	26

	Halaman
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	26
4.1.2. Visi dan Misi PT Jaya Agro Persada.....	27
4.1.3. Struktur Organisasi dan Kepemimpinan PT Jaya Agro Persada.....	27
4.1.4. Proses Produksi Beras Kemasan di PT Jaya Agro Persada	31
4.2. Strategi Bauran Pemasaran PT Jaya Agro Persada	34
4.2.1. Strategi Produk (<i>Product</i>)	35
4.2.3. Strategi Promosi (<i>Promotion</i>)	36
4.2.4. Strategi Tempat (<i>Place</i>)	37
4.2.5. Strategi Orang atau Personality (<i>People</i>).....	38
4.2.6. Strategi Proses (<i>Process</i>)	39
4.2.7. Strategi Berdasarkan Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	40
4.3. Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Volume Penjualan Produk Beras Kemasan di PT Jaya Agro Persada.....	41
4.3.1. Uji Asumsi Klasik.....	42
4.3.2. Uji Hipotesis	48
4.4. Keuntungan Hasil Produksi Produk Beras Kemasan	53
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. Kesimpulan	58
5.2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan	15
Gambar 4.1. Gambar PT Jaya Agro Persada.....	25
Gambar 4.2. Struktur Organisasi.....	26
Gambar 4.3. Hasil Uji Heterokedastisitas	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel 4.1. Daftar Harga Produk Beras PT Jaya Agro Persada.....	47
Tabel 4.2. Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.3. Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.4. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	55
Tabel 4.5. Hasil Autokorelasi.....	57
Tabel 4.6. Tabel uji Autokorelasi dengan metode <i>Run test</i>	58
Tabel 4.7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
Tabel 4.8. Hasil dari Uji F.....	59
Tabel 4.9. Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.10. Perhitungan Total Biaya Pemasaran	64
Tabel 4.11. Perhitungan Total Penerimaan	64
Tabel 4.12. Perhitungan Pendapatan.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Dokumentasi Bersama Pemilik Perusahaan	61
Lampiran 2. Dokumentasi Bersama Sales Perusahaan	62
Lampiran 3. Dokumentasi Produksi Beras Kemasan.....	63
Lampiran 4. Dokumentasi Kegiatan Distribusi.....	64
Lampiran 5. Data Hasil Wawancara	65
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
Lampiran 7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Lampiran 8. Hasil Perhitungan Terhadap Keuntungan.....	71

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan lahan pertanian yang sangat luas, memiliki sumber daya alam lainnya yang berlimpah serta didukung oleh iklim yang bagus untuk perkembangan usaha pertanian, oleh karena itu Indonesia memiliki potensi yang besar untuk pengembangan produk pertanian dan memiliki peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional, sehingga sektor pertanian diharapkan dapat berperan dalam meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan nilai gizi, ketahanan pangan serta menurunkan angka kemiskinan. Penduduk Indonesia mengonsumsi hasil dari pertanian mereka sebagai bahan makanan pokok. Oleh karena itu pertanian di Indonesia perlu ditingkatkan dengan semaksimal mungkin (Rhofita, 2022).

Beras merupakan salah satu komoditi pangan serta mempunyai peranan penting dari berbagai sisi, diantaranya konsumen, produsen, pemerintah serta masyarakat. Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar orang di Asia Tenggara. Bagi masyarakat yang ada di Indonesia, beras merupakan bahan utama sebagai konsumsi pangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Beras juga memiliki peran sebagai pangan pokok tunggal, bukan hanya sebagai bahan pokok utama. Ditunjukkan sebagai sumber daya alam dimana bertugas sebagai penunjang penyediaan, sehingga makin banyak konsumsi beras yang ada maka akan meningkatkan jumlah produksi beras, konsumsi beras di Indonesia akan semakin meningkat seiring dengan laju pertumbuhan penduduk yang ada di Indonesia (Rohman dan Maharani, 2018).

Penggilingan padi merupakan proses pengolahan gabah menjadi beras konsumsi, penggilingan padi merupakan salah satu usaha yang berguna sebagai tempat atau wadah pengolahan padi menjadi beras dan akan dilanjutkan melalui pemasaran ke konsumen. Proses penggilingan padi yang meliputi pembersihan, pengupasan, pemisahan sekam, pemolesan serta pemutihan dan penghalusan. Peranan penggilingan padi ikut menjaga mutu pangan, harga pangan

serta membuka lapangan pekerjaan. Proses pengilingan padi menjadi beras merupakan tahap awal sebelum melakukan penjualan terhadap beras kemasan (Muhararisa *et al.*, 2022).

Pemasaran merupakan proses sosial yang didalamnya individual kelompok dalam mendapatkan apa yang dibutuhkan atau yang di inginkan. Perekonomian yang ada di indonesia sudah memasuki era globalisasi, dimana adanya perdagangan bebas yang mengakibatkan terbukanya persaingan antara perusahaan sehingga para perusahaan akan berlomba-lomba dalam mencapai tujuan mereka yang meliputi volume penjualan, membuat daya saing lebih tinggi serta meminimalkan biaya produksi guna mencapai laba yang maksimal. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih bisa kritis serta lebih tanggap dan kreatif dalam merubah suatu hal yang berdampak lebih baik kedepannya, hal yang harus diperusahaan yaitu dengan mengembangkan produk, meningkatkan kualitas pelayanan, serta pemasaran produk (Kotler dan Armstrong, 2016).

Volume penjualan merupakan pencapaian terhadap penjualan dimana dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau unit atau volume dalam suatu produk. Naik turun dari sebuah penjualan dapat dilihat dari unit, kilogram, liter dari hasil penjualan produk. Volume penjualan juga dapat dikatakan sebagai ukuran yang menunjukkan banyaknya jumlah barang maupun jasa yang telah terjual hal ini ditujukan dalam nilai ekonomi. Volume penjualan sangat berpengaruh terhadap besar maupun kecilnya laba yang akan diperoleh, maka dari itu para pelaku usaha akan terkena kenaikan laba yang berpengaruh terhadap volume penjualan produk (Masan *et al.*, 2020.).

Suatu perusahaan melakukan suatu kegiatan pemasaran tentunya memiliki tujuan dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang. Adapun tujuan jangka waktu pendek yaitu berguna untuk menarik minat para konsumen baru, untuk tujuan jangka panjang dilakukan guna ketahanan produk agar tetap terjual dipasaran. Strategi umum yang di pakai oleh perusahaan yaitu bauran pemasaran atau marketing mix sebagai fondasi awal kegiatan operasional bisnis mereka. Bauran pemasaran merupakan serangkaian alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar target tujuan perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran ini terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi

(*promotion*) serta tempat (*place*) dan seiring berjalannya waktu terdapat perkembangan pada bauran pemasaran yaitu adanya penambahan 3P yaitu proses (*process*), fasilitas fisik (*physical evidence*) serta orang atau personality (*people*) (Rosdiyanti *et al.*, 2022).

PT Jaya Agro Persada merupakan perusahaan penggilingan dan pemasaran produk beras dengan 3 kualitas beras berdasarkan persentase jumlah beras pada setiap produknya, produk pada PT Jaya Agro Prersada terdiri dari beras lemak merah, beras lemak hijau dan JAP Cap Jengkol. Ketiga produk beras ini dibedakan dari jumlah segi persentase pecahan beras dan adanya perbedaan harga pada ketiga produk beras.

Berdasarkan pada uraian diatas yang membuat penulis tertarik untuk memilih judul Analisis Bauran Pemasaran Produk Beras Kemasan di Pt Jaya Agro Persada Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, Adapun rumusan masalah yang dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada produk beras kemasan di PT Jaya Agro Persada?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap volume penjualan produk beras kemasan di PT Jaya Agro Persada?
3. Berapa keuntungan yang didapat PT Jaya Agro Persada terhadap hasil produksi produk beras kemasan yang dipasarkan?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, adapun tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) produk beras kemasan di PT Jaya Agro Persada.
2. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap volume penjualan produk beras kemasan di PT Jaya Agro Persada.
3. Menghitung besar keuntungan yang didapat PT Jaya Agro Persada terhadap

hasil produksi produk beras kemasan yang dipasarkan.

Adapun kegunaan yang didapat pada penelitian ini antara lain:

1. Berguna untuk memberikan informasi bagi PT Jaya Agro Persada terhadap strategi bauran pemasaran yang digunakan pada PT Jaya Agro Persada pada pemasaran beras kemasan.
2. Digunakan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dalam menyelesaikan studi serta menjadi kajian keputusan terhadap peneliti selanjutnya sebagai salah satu informasi dan sumber pustaka dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Armansyah, A. 2020. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Transaksional Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Hirarki. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1): 90-94.
- Anjani, H. D., Irham, I., dan Waluyati, L. R. 2019. Relationship of 7P Marketing Mix and Consumers' Loyalty in Traditional Markets. *Agro Ekonomi*, 29(2): 261.
- Chotimah, C., Prayitno, S. A., dan Utami, D. R. 2024. Pengaruh Frekuensi Pencucian Beras Terhadap Kadar Vitamin B1, Serat Kasar, Dan Total Gula Pada Nasi. *Justi (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 4(2): 160.
- Dewi, R. P. 2019. Studi Kasus-Metode Penelitian Kualitatif.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H. dan Nugroho, A. 2023. *Strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Ernanda, D. 2017. Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. 6.
- Fernanda, A. 2018. Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Pt. Takafur Keluarga Cabang Palembang.
- Jamilah, J., Putra, A. R., dan Ernita, M. 2018. Penambahan Nitrogen Pada Pupuk Organik Cair Untuk Padi Ratoon (*Oryza Sativa L.*). *Jurnal Bibiet*, 3(1): 25-32.
- Keller, P. M. K. L., dan Hansen , B. G. M. 2019. *Marketing Management 4th European Edition* European Edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. 2018. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Erlangga.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing*. Pearson.
- Lastinawati, E., Mulyana, A., Zahri, I., dan Sriati, S. 2019. Model ARIMA untuk Peramalan Harga Beras di Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan. In *Seminar Nasional Lahan Suboptimal* (No. 1, pp. 192)
- Masan, C. D., Fanggidae, R. E., Kurniawati, M., dan Bunga, M. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Angkasa Baru Kota Kupang. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 1(1): 857-862.

- Muharraris, A., Dasrizal, D., dan Rezki, A. 2022. Analisis Spasial Tempat Penggilingan Padi Di Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(2): 744–752.
- Murtini, A. 2019. Analisa Bauran Pemasaran (7p) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Homeindustry Cv Melati Kota. 6(2).
- Prasetyo, A., Supriyadi, T., dan Suryaningsih, A. T. 2023. Kepuasan Konsumen Muda Terhadap Desain Kemasan Beras Organik Di Indonesia. *Agrisaintifika. Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 7(2): 205–211.
- Putra, S. A. 2019. Analisa Peramalan Penjualan Dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 1(3): 142–160.
- Rahayu, S., Nurani, P. G. A., dan Pranata, M. A. 2017. Kajian potensi beberapa varietas unggul tanaman padi (*Oryza sativa* L.) berbasis viabilitas. *Jurnal Agri-Tek*, 17(2).
- Rhofita, E. I. R. 2022. Optimalisasi Sumber Daya Pertanian Indonesia Untuk Mendukung Program Ketahanan Pangan Dan Energi Nasional. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 28(1): 82.
- Rohman, A., dan Maharani, A. D. 2018. Proyeksi Kebutuhan Konsumsi Pangan Beras Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Caraka Tani. Journal Of Sustainable Agriculture*, 32(1): 29.
- Rosdiyanti, E., Nuryanti, E., Yani, M., dan Yusuf, Y. 2022. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan. *Business Management*, 1(2).
- Septiadi, D., Harianto, H., dan Suharno, S. 2016. Dampak Kebijakan Harga Beras Dan Luas Areal Irigasi Terhadap Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 4(2): 91.
- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., Purwasih, R., dan Syaharuddin. 2021. *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Jawa Tengah : CV. Pena Persada.
- Suardika, I. K., dan Sari Dewi, M. 2021. The Influence of Brand, Product Quality and Price on Sales Volume of Samana Mart Stores. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2): 256–261.
- Sugiyono., 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarmizi, T. 2021. Marketing Strategy To Increase Sales Volume. *Jurnal Ilmiah Teunuleh*, 2(2): 321–328.