

RINGKASAN

Evaluasi Penerapan *Segmenting, Targeting, dan Positioning* pada PT. Ciomas Adisatwa Unit Pemalang, Yennis Caprina Dwi Yulianti, NIM D41201879, Tahun 2024, Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, dibawah bimbingan dosen pembimbing Dr. Ir. Ridwan Iskandar, MT.

PKL merupakan kegiatan akademik yang wajib dilaksanakan oleh setiap mahasiswa/mahasiswi Politeknik Negeri Jember. Kegiatan PKL bertujuan agar mahasiswa mendapatkan pengalaman dan keterampilan khusus di dunia kerja sesuai dengan bidang keahliannya. Selama mengikuti kegiatan PKL mahasiswa diharapkan mampu menerapkan ilmu-ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan untuk menyelesaikan tugas sesuai dengan lokasi PKL. Kegiatan PKL ini dilaksanakan selama 900 jam dan dilaksanakan di PT. Ciomas Adisatwa Pemalang, Jawa Tengah.

PT. Ciomas Adisatwa Pemalang adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri peternakan yaitu Rumah Potong Ayam (RPA). PT. Ciomas Adisatwa Pemalang menyediakan produk-produk daging ayam seperti produk ayam utuh, ayam cut up, parting, bonles dalam bentuk fresh dan frozen. Produk tersebut diperdagangkan dan didistribusikan sebagai produk perusahaan kepada pasar lokal dan ekspor. Ciomas beroperasi sebagai anak usaha dari PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Perusahaan didirikan pada tahun 1987 dan memiliki kantor pusat di Jakarta, Indonesia.

Pada Laporan Magang ini penulis lebih berfokus pada penerapan *Segmenting, Targeting, dan Positioning* pada PT. Ciomas Adisatwa Unit Pemalang. Penerapan *Segmenting* dan *Positioning* di PT. Ciomas Adisatwa Unit Pemalang sudah berjalan cukup baik terutama pada *Positioning* PT. Ciomas Adisatwa Unit Pemalang memiliki rekam jejak (*Traceability*) atas persediaan dan pemasaran karkas ayam yang segar, higienis, dan terjamin kualitasnya, namun terdapat permasalahan pada *targeting*. Selama 4 bulan target penjualan pada PT. Ciomas Adisatwa Unit Pemalang belum memenuhi target yang telah ditentukan. Hal

tersebut disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya : Harga, Stok, *Service Level*, *Man Power*.

Dari permasalahan tersebut dapat diperoleh solusi yaitu: Lebih menekankan kualitas produk dan branding yang lebih unggul dari produk pesaing, melakukan *stock opname* secara berkala, melakukan pengecekan kembali produk yang akan dikirim agar sesuai dengan PO kustomer, menambah tenaga kerja khususnya bagian *sales marketing* agar sesuai dengan segmen yang ada di perusahaan.

(Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember)