

# Abstrak

PT Bhakti Karya Mulia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi produk pakan ternak dalam bentuk susu bubuk yang akan dikonsumsi oleh semua jenis hewan seperti sapi, kerbau, kambing, kuda, kucing, anjing, babi, ikan, lele, unggas dan hewan lainnya, manfaatnya tidak untuk mengenyangkan hewan namun dapat melengkapi atau memaksimalkan nutrisi yang dibutuhkan oleh hewan tersebut sehingga dampaknya akan berpengaruh terhadap peningkatan kesehatan dan bobot hewan tersebut serta perkembangbiakannya pun ikut meningkat. Bahkan dapat juga digunakan sebagai pengganti susu induk atau eksklusif.

Dalam proses bisnisnya system pemasaran yang diterapkan pada PT Bhakti KaryaMulia masih menggunakan system pemasaran konvensional atau secara tatap muka seperti membagikan informasi dari mulut kemulut, maka dari itu penulis tertarik untuk membuat rancangan sistem pemasaran *E-Commerce* yang berdasarkan pada metode *Marketing Mix 4P (product, price, place and promotion)*, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh sehingga dapat meningkatkan kuantitas penjualan produk dan membuat system pemasaran online berupa *Email, Instagram* dan *Website* perusahaan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel yang paling berpengaruh dalam peningkatan kuantitas produk adalah variabel promosi dengan nilai pengujian scoring hanya mencapai bobot 1,80 pada butir pertanyaan 9 dan 1,74 pada butir pertanyaan 10, dimana artinya konsumen sangat tidak puas terhadap promosi yang dilakukan karena belum efektif dalam menarik minat konsumen dan belum mencakup keseluruhan mengenai produk yang dipromosikan. Sedangkan untuk variabel lainnya sudah tepat dan telah menunjukkan kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** *Marketing Mix 4P, E-Commerce, Produk Pakan Ternak*