

ABSTRAK

SULASTRI A. KASIM. Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur Pada Perusahaan Bintang Gorontalo Di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. Di bawah bimbingan Abd. Hamid Arsyad sebagai Pembimbing I, dan Sri Yenny Pateda sebagai Pembimbing II

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal yang dimiliki perusahaan Bintang Gorontalo dalam pemasaran telur ayam ras, merumuskan strategi pemasaran yang paling sesuai bagi perusahaan Bintang Gorontalo dalam merespon persaingan pasar.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan observasi, wawancara serta pengisian angket. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisa dengan melakukan analisis *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS), Eksternal *Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS), dan Analisis SWOT. Hal ini dilakukan untuk mengetahui posisi perusahaan Bintang Gorontalo di dalam diagram SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada matriks SWOT terlihat beberapa alternatif strategi, yang paling efektif dilakukan oleh usaha peternakan Bintang Gorontalo dengan menggabungkan antara unsur kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan peluang serta ancaman yang dihadapi perusahaan yaitu strategi S-O atau mendukung strategi yang agresif dengan cara peningkatan kapasitas produksi yaitu dengan menambah jumlah kandang, karena perusahaan Bintang Gorontalo masih memiliki lahan kosong yang belum dimanfaatkan. Strategi ini dilakukan untuk mengambil peluang yang ada yakni masih banyaknya permintaan pasar akan telur ayam ras cukup tinggi tetapi belum seluruhnya terpenuhi. Apabila strategi ini benar dilaksanakan, maka perlu diperhatikan oleh perusahaan Bintang Gorontalo mengenai penambahan jumlah modal pinjaman dari pihak lembaga keuangan. Selain itu strategi yang dapat diambil oleh perusahaan Bintang Gorontalo adalah strategi W-T, strategi ini bertujuan untuk meminimalkan kelemahan serta menghindari berbagai ancaman. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi untuk melakukan promosi. Promosi dianggap penting mengingat akan ditambahnya kapasitas produksi dan diversifikasi produk.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran dan Analisis SWOT*

ABSTRACT

SULASTRI A. KASIM. Marketing Strategy of Layer Eggs On Bintang Gorontalo Company In Pulubala District Gorontalo Regency. Under the guidance of Abd. Hamid Arsyad as Supervisor I, and Sri Yenny Pateda as Supervisor II

This research is quantitative descriptive research that aims to analyze the external and internal factors of Bintang Gorontalo company's in marketing eggs, to formulate the most appropriate marketing strategy for the Bintang Gorontalo company's in response to market competition.

Collecting data in this study using observation, interview and questionnaire filling. The data were then analyzed by an analysis of Strategic Internal Factors Analysis Summary (IFAS), External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS), and a SWOT analysis. This is done to determine the Bintang Gorontalo company's position in the SWOT diagram.

The results showed that the SWOT matrix seen some alternative strategies that most effectively done by farm Bintang Gorontalo company's by combining the elements of the strengths and weaknesses of the company with opportunities and threats facing the company is SO strategy or support an aggressive strategy by increasing capacity production is to increase the amount of cage, because the Bintang Gorontalo company's still has vacant land untapped. This strategy is to take the chance that there is still much demand for eggs is quite high but not entirely fulfilled. If the strategy is properly implemented, it is necessary to be considered by the company regarding the addition of Bintang Gorontalo company's loan capital of the financial institution. In addition to the strategies that can be taken by the Bintang Gorontalo company's WT strategy, this strategy aims to minimize weaknesses and avoid threats. Strategy to do that is with the use of technology to promote. Promotion is important to remember adding production capacity and product diversification.

Keywords: *Marketing Strategy and SWOT Analysis*