

ABSTRAK

ISHAK RAHMAN. 2016. Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Di Ud Budi Karsa Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bonebolango. Dibimbing Oleh La Ode Sahara dan Sri Yenny Pateda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, strategi pemasaran telur ayam ras, dan strategi pemasaran paling sesuai untuk pemasaran telur ayam ras di UD Budi Karsa Desa Tamboo Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango. Penelitian telah dilaksanakan selama 2 (dua) bulan yakni dari bulan September sampai Oktober 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Populasi dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua) yaitu internal dan eksternal. Penentuan sampel internal dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan cara menentukan target elemen populasi yang diperkirakan paling cocok untuk dikumpulkan datanya, dengan jumlah responden sebanyak 10 orang, sedangkan eksternal sampel menggunakan teknik *accidental sampling* yakni teknik penentuan sampel secara kebetulan dengan jumlah responden sebanyak 10 orang. Data yang dihimpun dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threath*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, strategi prioritas yang dapat dijalankan oleh UD Budi Karsa adalah sebagai berikut Peningkatan kapasitas produksi. dengan penambahan kandang karena perusahaan masih memiliki lahan kosong yang dapat dimanfaatkan. Peningkatan jumlah karyawan. Melakukan diversifikasi usaha seperti menjual sarana dan prasarana berupa pakan. Pemanfaatan teknologi untuk melakukan promosi. Strategi pemasaran yang digunakan di UD Budi Karsa adalah strategi bauran pemasaran (marketing mix) yaitu produksi jumlah ayam pada UD Budi Karsa berkisar antara 34.000 ekor, price penjualan telur per butir mencapai 1000-1300/butir, place pada UD Budi Karsa tidak menetap pada satu tempat dan promosi dilakukan dengan cara menawarkan telur ke beberapa konsumen dan super market yang ada di wilayah gorontalo.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Telur Ayam Ras

ABSTRACT

ISHAK RAHMAN. 2016. Marketing Strategy Of Chicken Egg Race In Budi Karsa Bonebolango County Tlongkabila. Principal Supervisor is La Ode Sahara and Co-Supervisor SriYennyPateda.

This research aims to know the chicken egg, marketing strategies, and marketing strategy is most suitable for marketing egg race in UD Budi Karsa Tamboo Village sub district Tlongkabila District Bone Bolango. Research has been carried out during 2 (two) months i.e. from September to October 2015. The methods used in this research is a survey method. The population in this research is divided into 2 (two), namely internal and external. Determination of internal samples done by using purposive sampling technique the technique of determination of sample with specific considerations with how to determine the target element of the population that is estimated to be the best fit for the data collected, with the total number of respondents as many as 10 people, while the external samples using the technique of accidental sampling techniques i.e. determination of the sample by chance by the number of respondents as many as 10 people. The data collected in this research in the form of primary data and secondary data, with data collection techniques are observation, interview, questionnaire, and documentation. The analysis of the data used in this research is the SWOT analysis. SWOT analysis is a strategic planning method used to evaluate the strengths, Weakness, Opportunities, and Threat. The results showed that, the strategy priority that can be run by UD Budi Karsa is as follows an increase in production capacity. with the addition of the Coop because the company still has vacant land which can be utilized. The increase in the number of employees. Diversified businesses such as selling the facilities and infrastructure in the form of feed. The utilization of technology to do the promotion. Marketing strategies used in the UD Budi Karsa is a strategy the marketing mix (the marketing mix), namely the number of chicken production at UD Budi Karsa ranged from 34,000 tail, egg sales price per 1000-1300 grains/granules, place on UD Budi Karsa was not settled in one place and promotion done by offering eggs to some consumers and super market that exists in the region of Gorontalo.

Keywords: Marketing Strategy, Chicken Egg Race

PERSETUJUAN PEMBIMBING

STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM RAS
DI UD BUDI KARSA KECAMATAN TILONGKABILA
KABUPATEN BONE BOLANGO

ISHAK RAHMAN
NIM 621411020

SKRIPSI

Menyetujui
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



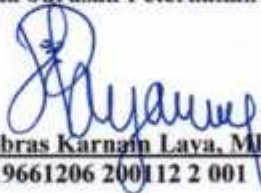
La Ode Sahara, S.Pt, M.Si
NIP 19771215 200604 1 002

Pembimbing II



Sri Yenny Pateda, S.Pt, M.Si
NIP 19690104 200501 2 001

Mengetahui
Ketua Jurusan Peternakan



Ir. Nibras Karnain Laya, MP
NIP 19661206 200112 2 001

v

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM RAS DI UD BUDI KARSA
KECAMATAN TILONGKABILA KABUPATEN BONE BOLANGO

SKRIPSI

Oleh :





ISHAK RAHMAN
Nim 621411020

Telah disidangkan dan dipertahankan di depan dewan penguji

Hari/Tanggal :

Pukul :

Dewan penguji :

Nama	Jabatan	Tandatangan
1. La Ode Sahara, S.Pt, M.Si NIP 19771215 200604 1 002	Penguji I	(..... )
2. Sri Yenny Pateda, S.Pt, M.Si NIP 19690104 200501 2 001	Penguji II	(..... )
3. Abdul Hamid Arsyad, S.Pt, M.Si NIP 19661006 200501 1 001	Penguji III	(..... )
4. Ir. Hj. Fahria Datau M.Si NIP 19640209 199403 2 001	Penguji IV	(..... )

Gorontalo, Agustus 2016
Dekan Fakultas Pertanian




Dr. Mohamad Ikbah Bahua, SP, M.Si
NIP 197204252001 2 1003