

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SAPI KURBAN  
PT AMANAH BERSAMA AGRO KOTA BEKASI**

**SKRIPSI**



**Oleh  
Sri Rahayu  
NPM : 41185009160011**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM "45"  
BEKASI  
2023**

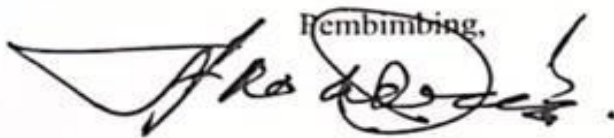


## LEMBAR PENGESAHAN


Judul : Analisis Strategi Pemasaran Sapi Kurban PT Amanah Bersama  
Agro Kota Bekasi  
Nama : Sri Rahayu  
NPM : 41185009160011  
Program Studi : Agribisnis

Telah Diuji dalam Sidang Komprehensif  
Pada Tanggal 04 Agustus 2023

Menyetujui dan Mengesahkan,

Pembimbing,  



Dr. Haris Budiyono, Ir., M.T.  
Pembimbing I dan Penguji

  
Ahya Kamilah, Ir., M.Si.  
Pembimbing II dan Penguji

Penguji,



Dr. Nana Danapriatna, Ir., M.P.  
Penguji I

  
Ridwan Lutfiadi, Ir., M.T.  
Penguji II



Is Zunaini Nursinah, Dra., M.Si.  
Penguji III

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

  
Ahya Kamilah, Ir., M.Si.

Ketua Program Studi  
Agribisnis,

  
Ismarani, S.Si., M.Si.



## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Rahayu  
NPM : 41185009160011  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian yang berjudul **Analisis Strategi Pemasaran Sapi Kurban PT Amanah Bersama Agro Kota Bekasi** adalah hasil karya penulis sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah pada perguruan tinggi atau lembaga manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya orang lain yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Bekasi, Agustus 2023  
Yang membuat pernyataan



Sri Rahayu



# **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SAPI KURBAN PT AMANAH BERSAMA AGRO KOTA BEKASI**

*Analysis Of The Marketing Strategy Of Sacrificial Cattle  
PT Amanah Bersama Agro Bekasi City*

**Sri Rahayu<sup>1</sup>, Haris Budiyo<sup>2</sup>, dan Ahya Kamilah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Pembuat Skripsi, <sup>2</sup>Pembimbing Pertama, dan <sup>3</sup>Pembimbing Kedua  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi  
Jl. Cut Meutia No. 83 Bekasi 117113

## **ABSTRACT**

*This study aims to: (1) Determine the condition of internal factors and external factors found in PT Amanah Bersama Agro Bekasi City. (2) Knowing the position of PT Amanah Bersama Agro Bekasi City in the IE matrix. (3) Knowing the marketing strategy that can be applied to PT Amanah Bersama Agro Bekasi City. The research method used in this research is the case study method. The data analysis used is the analysis of the IFE and EFE matrices, the IE Matrix, and the SWOT matrix. The results showed that based on PT Amanah Bersama Agro IFE and EFE matrices, the strongest was maintenance without cost after purchase. Weaknesses include the unavailability of land for forage. The big opportunity for PT Amanah Bersama Agro is the increase in market demand ahead of Eid al-Adha and good relations with business partners. Threats to PT Amanah Bersama Agro include the existence of similar business competition. The results of the IE matrix analysis show that PT Amanah Bersama Agro is in cell 1, namely the position of growth and development. The most relevant alternative strategy used is promotion and marketing expansion.*

*Keywords: Sacrificial Cattle, Marketing Strategy, IFE, EFE, SWOT*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mengetahui kondisi faktor internal dan faktor eksternal yang terdapat pada PT Amanah Bersama Agro Kota Bekasi. (2) Mengetahui posisi PT Amanah Bersama Agro Kota Bekasi pada matriks IE. (3) Mengetahui strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada PT Amanah Bersama Agro Kota Bekasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Analisis data yang digunakan adalah analisis matriks IFE dan EFE, Matriks IE, dan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan matriks IFE dan EFE PT Amanah Bersama Agro yang paling kuat yakni pemeliharaan tanpa biaya setelah pembelian. Kelemahan meliputi tidak tersedia lahan untuk pakan hijauan. Peluang besar bagi PT Amanah Bersama Agro yakni kenaikan permintaan pasar menjelang hari Raya Idul Adha dan hubungan baik terjalin dengan mitra bisnis. Ancaman bagi PT Amanah Bersama Agro meliputi adanya persaingan usaha yang sejenis. Hasil analisis matriks IE menunjukkan PT Amanah Bersama Agro berada pada sel 1, yaitu posisi tumbuh dan membangun. Alternatif strategi yang paling relevan digunakan adalah melakukan promosi dan perluasan pemasaran.

Kata kunci : Sapi Kurban, Strategi Pemasaran, IFE, EFE, SWOT.





## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin puji syukur penulis panjatkan ke khadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian.

Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Sapi Kurban PT Amanah Bersama Agro Kota Bekasi”. Penulisan skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Ahya Kamilah, Ir., M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi sekaligus Dosen Pembimbing II.
2. Ibu Ismarani, S.Si., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Bapak Dr. Haris Budiyono, Ir., M.T selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi sekaligus Dosen Pembimbing I.
4. Dosen, Staff TU, Civitas Akademika Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan motivasi selama proses kuliah.
5. Kedua orang tua, kakak, adik serta keluarga besar yang telah mendidik, mendoakan, dan membesarkan penulis hingga seperti saat ini.
6. Teman-teman angkatan 2016, sahabat, dan adik-adik yang telah memberikan semangat, dukungan, dan do'a dalam membuat skripsi ini.
7. Bapak Drs. H. Saeful Kohar., M.Si selaku Manajer PT Amanah Bersama Agro yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini.

Semoga segala bentuk dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasannya dari Allah SWT.

Bekasi, Agustus 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	v
ABSTRAK .....	vii
RINGKASAN .....	ix
LEMBAR PENGESAHAN .....	xiii
KATA PENGANTAR .....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR .....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Konsep Agribisnis .....	5
2.2 Pengertian Budidaya Sapi Potong .....	6
2.3 Penggemukan Sapi Potong.....	7
2.3.1 Pembelian Sapi Bakalan .....	8
2.3.2 Pemeliharaan.....	10
2.3.3 Pakan.....	10
2.3.4 Pengendalian Penyakit.....	11
2.4 Pemasaran.....	11
2.4.1 Tujuan Pemasaran .....	12
2.5 Strategi Pemasaran .....	13
2.6 Analisis SWOT .....	14
2.7 Penelitian Terdahulu .....	16

2.8 Kerangka Pemikiran .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Metode Penelitian .....	19
3.2 Objek Penelitian.....	19
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.4 Sumber dan Jenis Data.....	20
3.5 Analisis Data.....	20
3.5.1 Analisis Kualitatif .....	21
3.5.2 Analisis Data IFE dan EFE .....	21
3.5.3 Matriks SWOT.....	24
3.6 Jadwal Penelitian .....	25
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	27
4.1.1 Profil Perusahaan .....	27
4.1.2 Visi dan Misi PT Amanah Bersama Agro.....	27
4.1.3 Struktur Organisasi dan Tenaga Kerja .....	27
4.1.4 Waktu Operasional.....	28
4.1.5 Deskripsi Usaha PT Amanah Bersama Agro .....	28
4.1.6 Tren Perkembangan Usaha .....	29
4.1.7 Tatalaksana Penggemukan.....	29
4.1.8 Tatalaksana Pemasaran .....	31
4.2 Internal dan Eksternal Usaha .....	31
4.2.1 Analisis Internal Usaha .....	32
4.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	36
4.3 Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan pada Faktor Internal .....	39
4.3.1 Kekuatan pada Faktor Internal .....	39
4.3.2 Kelemahan Pada Faktor Internal .....	41
4.4 Identifikasi Faktor Strategi Eksternal .....	43
4.4.1 Peluang Usaha Pada Faktor Eksternal.....	44
4.4.2 Ancaman Usaha pada Faktor Eksternal .....	46

4.5 Analisis Data IFE dan EFE .....	48
4.5.1 Hasil Analisis Matriks IFE .....	48
4.5.2 Hasil Analisis Matriks EFE .....	49
4.5.3 Hasil Analisis Matriks IE.....	50
4.5.4 Matriks <i>Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> (SWOT) .	52
4.6 Perumusan Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	56
4.7 Implikasi Manajerial .....	57
BAB V SIMPULAN .....	59
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN.....	67



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Sapi Potong di Jawa Barat Tahun 2017-2021.....	2
Tabel 2. Perkembangan Populasi Ternak Sapi di Kota Bekasi.....	3
Tabel 3. Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 4. Penilaian Bobot Faktor Strategis Internal dan Eksternal Perusahaan.....	22
Tabel 5. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) .....	23
Tabel 6. Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) .....	24
Tabel 7. Penyusunan Strategi yang Diterapkan berdasarkan Matriks SWOT .....	25
Tabel 8. Jadwal Penelitian.....	25
Tabel 9. Harga Sapi Kurban di PT Amanah Bersama Agro .....	35
Tabel 10. Pesaing Usaha Penggemukan Sapi Potong atau Sapi Kurban di Kota Bekasi .....	38
Tabel 11. Hasil Matriks IFE pada usaha PT Amanah Bersama Agro.....	49
Tabel 12. Hasil Analisis Matriks EFE pada PT Amanah Bersama Agro .....	49
Tabel 13. Hasil Analisis Matriks SWOT pada PT Amanah Bersama Agro .....	53
Tabel 14. Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	57





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sistem Agribisnis Peternakan Sapi .....	6
Gambar 2. Matriks Analisis SWOT .....	16
Gambar 3. Kerangka Pemikiran .....	18
Gambar 4. Struktur Organisasi PT Amanah Bersama Agro .....	28
Gambar 5. Penjualan Sapi PT Amanah Bersama Agro.....	29
Gambar 6. Tatalaksana Penggemukan Sapi Potong di PT Amanah Bersama Agro ...	30
Gambar 7. Media Promosi untuk Pemasaran Sapi PT Amanah Bersama Agro .....	31
Gambar 8. Matriks IE (Internal – Eksternal) .....	51



# ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SAPI KURBAN PT AMANAH BERSAMA AGRO KOTA BEKASI

## ORIGINALITY REPORT

34%

SIMILARITY INDEX

33%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repo.unand.ac.id">repo.unand.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://repository.widyatama.ac.id">repository.widyatama.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://dkp3.tasikmalayakota.go.id">dkp3.tasikmalayakota.go.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://repository.uksw.edu">repository.uksw.edu</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://vdokumen.com">vdokumen.com</a> Internet Source	<1%
6	<a href="http://pojokbacapintar.blogspot.com">pojokbacapintar.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://jurnal.ipb.ac.id">jurnal.ipb.ac.id</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://journal.uii.ac.id">journal.uii.ac.id</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://kehidupanpeternakan1.blogspot.com">kehidupanpeternakan1.blogspot.com</a> Internet Source	<1%