

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Peternakan Itik Petelur Zhianfa Farm di Nagari Tigo Koto Silungkang Kecamatan Palembang Kabupaten Agam". Disusun oleh Dessi Mayunis Nim 3722281 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi atas bimbingan dari Bapak Yuwarman Mansur, SE, MM.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya permasalahan yang dihadapi oleh usaha peternakan itik petelur Zhianfa Farm, antara lain terjadinya kenaikan pendapatan bersih yang semakin berkurang pada tahun 2023, Kurangnya tenaga kerja dalam mendistribusikan produk, serta kegiatan promosi yang belum dilakukan secara maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada usaha peternakan itik petelur Zhianfa Farm. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini terdiri atas pemilik usaha dan dua orang pelanggan usaha peternakan itik petelur. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT yang dilanjutkan dengan penyusunan matriks IFE, matriks EFE, matriks SWOT, serta analisis tabel bobot skor. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Berdasarkan hasil penelitian pada usaha peternakan itik petelur Zhianfa Farm, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang paling tepat untuk meningkatkan penjualan adalah strategi SO dengan nilai skor sebesar 3,59. Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk menangkap peluang yang dimiliki oleh usaha peternakan itik petelur Zhianfa Farm. Adapun strategi SO yang dapat diterapkan meliputi: (1) mempertahankan dan meningkatkan kualitas telur itik unggul untuk memenuhi pasar yang masih luas, (2) memanfaatkan manajemen peternakan yang baik dan lokasi yang strategis, (3) menjaga harga tetap relative terjangkau untuk mempertahankan loyalitas konsumen, serta (4) mengembangkan produk itik bernilai tambah dengan memanfaatkan kualitas telur yang unggul.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Omzet Penjualan, Analisis SWOT