

2. “Djion Puyuh Makassar” sebaiknya melengkapi fasilitas sarana dan prasarana misalnya alat pencampur pakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M, dan Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran jelajahi dan rasakan*.Edisi 1. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anwar, A, A. 2012. *Persepsi masyarakat terhadap keberadaan peternakan burung puyuh kecamatan palangga kabupaten gowa*.Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin.Makassar.
- Ashar, A. 2012. *Analisis penetapan harga telur burung puyuh di Kecamatan Palangga, Kabupaten Gowa*. Skripsi. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Assauri, S. 2013. *Manajemen pemasaran*.Rajawali pers. Jakarta.
- Arif, H. M. 2016. *Analisis strategi pemasaran mobil merk Toyota innova pada PT. Hadji Kalla cabang Alauddin di kota Makassar*. Skripsi.Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.Makassar.
- Ardani, G. K. S., dan Widianara, N. P. 2017. *Analisis strategi pemasaran (Studi kasus di Desa Pesedahan dan Desa Bugbug, Kabupaten Karangasem)*. *Jurnal Manajemen unud* .6(7). 3766-3793.
- David, F, R. 2004. *Manajemen strategi*. PT. Naragita dinamika. Jakarta.
- David, F, R. 2006. *Manajemen strategi*.Edisi kesepuluh.Salempa empat. Jakarta.
- David, A. 2012. *Manajemen pemasaran strategis*. Edisi 8. Jakarta.



o, C. 2004. *Manajemen strategik : konsep, kasus dan implementasi*. Pt amedia. Jakarta.

R. 2015. *Strategi pemasaran dalam meningkatkan hasil produk pada orik garmen PT. putrid doro thea*. Skripsi.Kemetrician agama

Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Cirebon.

Guntur, A, F. 2014. Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan gas elpiji 3 kg pada PT. Putra Sinbar gas Di Kabupaten Sinjai. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.Makassar.

Jatmiko, R. D. 2004. Manajemen strategik. Edisi pertama. UMM Press. Malang.

Halid. 1990. Buku monograf teknologi penyimpanan pangan. Laboratorium rekayasa pangan dan gizi, Institut Pertanian. Bogor.

Hutama, C. L.S. 2014. Analisa pengaruh dining experience. terhadap behavioral intention dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening. Jurnal manajemen pemasaran petra. 2(1): 21-30.

Hartadi, R dan Haspari T, D. 2016. Kajian pemasaran telur ayam ras dan prospek pengembangannya di perusahaan Gracia farm Timor-Leste. Jurnal Pemasaran. 9(2): 2-46.

Hafid, H, dan Ade, R. 2017. Analisis kelayakan finansial usaha peternakan puyuh kelompok peternak tunas mekar kota kendari. Jurnal ilmu dan teknologi peternakan tropis.4(1).

Irawan, B dan S. 1999. Manajemen pemasaran modern. Edisi 2, liberty. Jakarta.

Irawan, B. 2010. Genetika penjelasan mekanisme pewarisan sifat. Airlangga University Press. Surabaya.

Kotler, P. 2005. Manajemen pemasaran, Jilid1 dan 2. PT indeks. Jakarta.

Kotler, P. dan Keller. 2007. Manajemen pemasaran. Jilid 1, edisi kedua belas, PT. indeks. Jakarta.

Kamaruddin. 2017. Pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan gas elpiji perspektif ekonomi islam. Jurnal ekonomi islam. 4(1): 81-96.

Kalangi, L.S dan Lisa W, N, M. 2018. Analisis margin of safety usaha peternakan puyuh “Merryland” di desa kali Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. Jurnal Zootek. 38(1): 183-191.

Litiyowati dan Roospitasari. 2007. Puyuh tata laksana budi daya secara komersial. Edisi revisi salemba empat. Jakarta.



S. 2009. Analisis strategi pengembangan usaha telur puyuh (kasus: peternakan puyuh bintang tiga/PPBT, Kecamatan Cibungbulang, kabupaten Bogor.Skripsi. Bogor.

- Mardikarani, D. A. P. 2018. Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pakaian pada toko serba 35.000 di Munjungan Trenggelek (menurut perspektif ekonomi syariah). Skripsi. jurusan ekonomi syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN. Jawa Timur.
- Nicholson dan Walter. 1995. Teori ekonomi mikro prinsip dasar dan pengembangannya. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Nasition. 2007. Pengaruh suplementasi mineral dalam ransum terhadap performa dan iofc burung puyuh umur 0-42 hari. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Niati, R. 2012. Strategi pemasaran rumah makan wong solo. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta.
- Olson, P, J, P dan Jerry C. 2010. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Costumer behavior. Edisi keempat. Erlangga.
- Panekanan 2013. Pengaruh rasio panjang dan lebar kandang terhadap produktivitas burung puyuh (*coturnix coturnix japonica*) periode produksi. Jurnal Peternakan Nusantara. 3(2). 2442-2541.
- Purnomo, S, H. 2017. Penerapan Teknologi pengolahan limbah ternak feses dan urin sebagai usaha pembentukan wirausaha kampus di Jatikuwung Mini Farm Universitas Sebelas Maret.
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Cetakan kelima belas. Gramedia pustaka utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2008. Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia pustaka utama. Jakarta.
- Rahmat, R, M. 2012. Analisis strategi pemasaran pada PT. koko jaya prima Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Rezeki 2016. Analisis harga dan elastisitas pemasaran telur ayam ras Kabupaten Langkat. Jurnal Peternakan Integratif. 4(2):120-132.
- Raharjo, S, B. 2016. Analisis kelayakan investasi peternakan puyuh petelur. Skripsi. Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Jawa Tengah.
- Topan. 2007. Sukses beternak puyuh. Agromedia pustaka. Jakarta.



F. 2008. Strategi pemasaran. Edisi ketiga. Andi. Yogyakarta.

B dan Irawan. 2008. Manajemen pemasaran modern. Edisi kedua, aakan ketiga. Yogyakarta.

- Swasta, B dan Basu. 1997. Manajemen pemasaran modern. Cetakan kelima. Liberty. Yogyakarta.
- Swastha, B. 2008. Manajemen pemasaran modern. Liberty. Yogyakarta.
- Sari, M. 2009. Analisis strategi pemasaran telur puyuh pada peternakan puyuh bintang tiga (PPBT) di Desa Situ Ilir Kecamatan Cibungbulang Kabupaten Bogor. Skripsi . Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Sunarti dan Dimas, H, W. 2015. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (studi pada batik diajeng solo). Jurnal administrasi bisnis.29(1).
- Sanjaya. R. S. 2017. Strategi pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan penjualan unit usaha aqiqah pada laz nurul hayat Medan (pendekatan analisis swot). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Setiawan, D. 2017. Performa produksi burung puyuh (*Coturnix coturnix japonica*) pada perbandingan jantan dan betina yang berbeda. Skripsi. Program Studi Teknologi Produksi Ternak Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor.
- Yasid, H dan Boni, S. 2016. Analisis kelayakan usaha burung puyuh petelur (*Coturnix coturnix japonica*) di kelurahan tebing tinggi okura kecamatan rumbai pesisir kota pekanbaru. Jurnal ilmiah pertanian.13(1).



Lampiran 1. Deskripsi Responden

Nama responden	Jenis kelamin	Agama	Pekerjaan	Pendidikan terakhir
Ir. Widjiono	L	Islam	Wiraswasta	S1
Usman	L	Islam	Mahasiswa	SMA
Dr. Sugiarti	P	Islam	PNS	S2
Ibnu Talib	L	Islam	TS Pakan New Hope	S1
Ahmad Raqib Rahman	L	Islam	Wiraswasta	S1



Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

STRATEGI PEMASARAN TELUR “DJION PUYUH MAKASSAR” DI KECAMATAN SOMBA OPU KABUPATEN GOWA (STUDI KASUS) Oleh : Ramlah

A. Identitas Responden

Nama :

Pekerjaan/Jabat:

No. Hp :

Petunjuk pengisian:

1. Berikan tanda (√) pada kolom **kekuatan**, apabila faktor tersebut menjadi **kekuatan** dalam strategi pemasaran telur “Djion Puyuh Makassar”.
2. Berikan tanda (√) pada kolom **kelemahan**, apabila faktor tersebut menjadi **kelemahan** dalam strategi pemasaran telur “Djion Puyuh Makassar”.
3. Tentukan nilai peringkat (Rating) dengan memberikan tanda (√) terhadap faktor- faktor kekuatan dan kelemahan dalam strategi pemasaran telur “Djion Puyuh Makassar”. Penentuan nilai ranting berdasarkan pada ketentuan



Penilaian: a. Nilai 4 (Sangat penting)

b. Nilai 3 (Penting)

c. Nilai 2 (Kurang penting)

d. Nilai 1 (Tidak penting)

Faktor-faktor internal

Penentuan faktor eksternal dan penentuan rating terhadap faktor-faktor eksternal

Petunjuk pengisian

1. berikan tanda (√) pada kolom **Peluang**, apabila faktor tersebut menjadi **Peluang** dalam strategi pemasaran telur “Djion Puyuh Makassar” di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (studi kasus).
2. Berikan tanda (√) pada kolom **Ancaman**, apabila faktor tersebut menjadi **Ancaman** dalam strategi pemasaran telur “Djion Puyuh Makassar” di (√) Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (studi kasus).

Faktor-faktor internal

Faktor internal	Kekuatan	Kelemahan	Peringkat (rating)
Kualitas produk	√		
Kuantitas produk	√		
Labelisasi produk		√	
Fasilitas produksi		√	
Harga telur	√		
Penetapan harga	√		
Saluran distribusi	√		
Lokasi penjualan	√		
entuk promosi		√	



Faktor-faktor eksternal

Faktor eksternal	Peluang	Ancaman	Peringkat (rating)			
			1	2	3	4
Pendapatan perkapita	√					
Permintaan telur	√					
Selera	√					
Teknologi pengembangan telur puyuh	√					
Cuaca		√				
Kebijakan pemerintah		√				
Pesaing Substitusi telur puyuh		√				



Lampiran 3. Peringkat (Rating) Faktor Internal

No	Faktor internal	Penilaian responden					Total	Rating
		1	2	3	4	5		
	Kekuatan							
1	Kualitas produksi	4	4	4	4	4		4
2	Kuantitas produksi	4	3	3	3	3		3
3	Harga telur	3	4	3	3	4		3
4	Penerapan harga	4	3	3	3	4		3
5	Saluran distribusi	3	3	4	3	3		3
6	Lokasi penjualan	3	4	4	4	3		4
	Kelemahan							
1	Labelisasi produk	3	3	3	3	3		3
2	Fasilitas produksi	3	3	3	3	3		3
3	Bentuk-bentuk promosi	4	3	3	3	3		3

Lampiran 4. Peringkat (Rating) Faktor Eksternal

No	Faktor eksternal	Penilaian responden					Total	Rating
		1	2	3	4	5		
	Peluang							
	Pendapatan perkapita	3	3	4	3	4		3
	Permintaan telur	3	4	4	4	4		4
	Permodalan	4	3	3	3	4		3
	Perkembangan teknologi pengembangan	4	3	4	3	4		4



telur							
Ancaman							
Cuaca	3	3	3	4	3		3
Kebijakan pemerintah	2	2	3	2	2		2
Pesaing Substitusi telur puyuh	2	3	3	3	3		3

Lampiran 5. Kuisiener Identifikasi Faktor Internal Dan Eksternal

Identitas responden

Nama :

Jenis kelamin :

Agama :

Pekerjaan :

Tempat/tanggal lahir :

Pendidikan terakhir :

PETUNJUK PENGISIAN

Isilah kolom di bawah ini menurut anda apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan dan ancama, peluang dalam Strategi pemasaran telur “Djion Puyuh Makassar” di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (studi kasus).

No.	Variabel
1.	Kekuatan
	-
	-
	-
	emahan



	- - - -
No.	Variabel
1.	Peluang - - - -
2.	Ancaman - - - -



Tanda tangan

(.....)

Lampiran 6. Kuisisioner Penentuan Bobot dan Peringkat Faktor-Faktor Internal dan Eksternal

Penentuan bobot rating faktor internal dan eksternal

Dimohon kepada bapak/ibu memberikan bobot faktor internal dan eksternal dalam strategi pemasaran telur “Djion Puyuh Makassar” di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (Studi kasus).

Identitas responden

- Nama :
- Jenis kelamin :
- Agama :
- Pekerjaan :
- Tempat/tanggal lahir :
- Pendidikan terakhir :

Petunjuk pengisian

1. Pertanyaan diajukan berbentuk perbandingan antar elemen baris (x) dengan kolom (y) pada tabel yang disediakan.
2. Masing-masing kotak diberikan nilai berdasarkan tingkat kepentingan elemen yang dibandingkan.
3. Responden hanya mengisi kotak yang berwarna putih dengan salah satu tingkat kepentingan dari elemen yang dibandingkan.
4. Nilai perbandingan yang diberikan mempunyai skala 1 s/d sebaliknya 1/9, 1/8,....1/2 seperti diidentifikasi pada tabel berikut:

	Keterangan
1	Elemen x sama dengan pentingnya (equal) dengan elemen y
2	Elemen x sedikit lebih penting (moderat) dengan elemen y



5	Elemen x jelas lebih penting (strong) dengan elemen y
7	Elemen x sangat jelas lebih penting (very strong) dengan elemen y
9	Elemen x lebih penting (extreme) dengan elemen y
2,4,6,8	Nilai ragu-ragu antara nilai yang berdekatan
1/(1-9)	Kebalikan bobot eksternal

a. Penentuan bobot faktor internal

Elemen x		Elemen y							
		Faktor internal							
		A	B	C	D	E	F	G	H
Faktor internal	A	1							
	B		1						
	C			1					
	D				1				
	E					1			
	F						1		
	G							1	
	H								1

b. Penentuan bobot faktor eksternal

Elemen x		Elemen y							
		Faktor eksternal							
		A	B	C	D	E	F	G	H
Faktor eksternal	A	1							
	B		1						
	C			1					
	D				1				
	E					1			
	F						1		
	G							1	
	H								1



PENENTUAN RATING FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

Petunjuk pengisian:

Berikan nilai peringkat (rating) dari masing-masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) berdasarkan tingkat pengaruh tersebut terhadap Strategi Pemasaran Telur “Djion Puyuh Makassar” di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (Studi Kasus)

Pilihan rating yang akan digunakan menggunakan skala 1 sampai 4:

- 1= tidak penting
- 2= kurang penting
- 3= penting
- 4= sangat penting

c. Penentuan Rating Faktor Eksternal

No	Faktor Internal	Tingkat pengaruh (rating)
Kekuatan		
1	Kekuatan 1	
2	Kekuatan 2	
3	Kekuatan <i>ke-n</i>	
Kelemahan		
1	Kelemahan 1	
2	Kelemahan 2	
3	Kelemahan <i>ke-n</i>	

d. Penentuan Rating Faktor Eksternal

No	Faktor Internal	Tingkat Pengaruh (Rating)
Peluang		
	uang 1	
	uang 2	
	uang <i>ke-n</i>	
Ancaman		
	aman 1	



2	Ancaman 2	
3	Ancaman <i>ke-n</i>	

Tanda tangan

(.....)

Lampiran 7. Perumusan Alternatif Strategi

PERUMUSAN ALTERNATIF STRATEGI

Dimohon kepada Bapak/Ibu untuk merumuskan alteratif strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah teridentifikasi dalam Strategi Pemasaran Telur “Djion Puyuh Makassar” di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (Studi Kasus).

No.	Faktor
Kekuatan (S)	
1	Kekuatan 1
2	Kekuatan 2
3	Kekuatan <i>ke-n</i>
Kelemahan (W)	
1	Kelemahan 1
2	Kelemahan 2
3	Kelemahan <i>ke-n</i>
Alternatif strategi SW	
1	
2	
3	
4	
5	



No.	Faktor
Kekuatan (S)	
1	Kekuatan 1
2	Kekuatan 2
3	Kekuatan <i>ke-n</i>
Ancaman (T)	
1	Ancaman 1
2	Ancaman 2
3	Ancaman <i>ke-n</i>
Alternatif strategi ST	
1	
2	
3	
4	
5	



No.	Faktor
Kelemahan (W)	
1	Kelemahan 1
2	Kelemahan 2
3	Kelemahan <i>ke-n</i>
Peluang (O)	
1	Peluang 1
2	Peluang 2
3	Peluang <i>ke-n</i>
Alternatif strategi WO	
1	
2	
3	
4	
5	



No.	Faktor
Kelemahan (W)	
1	Kelemahan 1
2	Kelemahan 2
3	Kelemahan <i>ke-n</i>
Ancaman (T)	
1	Ancaman 1
2	Ancaman 2
3	Ancaman <i>ke-n</i>
Alternatif strategi WT	
1	
2	



3	
4	
5	

Tanda tangan

(.....)

Lampiran 8. Kuesioner Penentuan Nilai Daya Tarik

Dimohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan nilai daya tarik (Attractiveness Score/AS) dari masing-masing alternatif Strategi Pemasaran Telur “Djion Puyuh Makassar” di Kecamatan Somba Opu Kabupaten gowa (Studi Kasus).

Identitas responden

- Nama :
- Jenis kelamin :
- Agama :
- Pekerjaan :
- Umur/empat/tgl lahir :
- Pendidikan terakhir :



Penentuan nilai daya tarik (attractiveness score/as) alternatif strategi pemasaran telur “djion puyuh makassar” di kecamatan somba opu kabupaten gowa (studi gowa).

Petunjuk pengisian

Berikan nilai daya tarik (Attractiveness Score/AS) dari masing-masing alternatif Strategi Pemasaran Telur “Djion Puyuh Makassar” di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (Studi Kasus). Pilihan nilai daya tarik (attractiveness score)/AS) menggunakan skala 1 sampai 4:

Nilai daya tarik:

1. Tidak penting
2. Kurang penting
3. Penting
4. Sangat penting

No.	Alternatif Strategi	Nilai Daya Tarik (Attractiveness Score)/AS)
1.		
2.		
3.		

Tanda tangan

(.....)

Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan







RIWAYAT HIDUP



Ramlah lahir di Datara, 11 Oktober 1996. Penulis adalah anak dari pasangan Jarre dan Pasa. Penulis merupakan anak ke-3 dari empat bersaudara, dua perempuan dan dua laki-laki, dimana saudara laki-laki atas nama Jumadi dan Ardi, saudara perempuan atas nama Rahmawati. Penulis tinggal di Desa Datara, Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa dan alamat sekarang di Jl. Politeknik pintu nol di pondok Pasompe. Pendidikan formal dijalani di SDN Jaleko, menjalani pendidikan selama 6 tahun saya lulus di SDN jaleko pada tahun 2009, dan melanjutkan sekolah menengah pertama di SMPN 3 Tinggimoncong selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan sekolah menengah ke atas di SMAN 1 Tinggimoncong dan lulus pada tahun 2015. Pada saat lulus di SMA memilih prodi peternakan pada pilihan pertaman di UNHAS kemudian pilihan kedua UNHAS FIKP dan pilihan ketiga Pertanian di UNM. Dan Alhamdulillah lulus pada pilihan pertama dan sekarang melanjutkan S1 di Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin. Di fakultas peternakan saya memilih Himpunan (HIMSENA) himpunan mahasiswa sosial ekonomi peternakan (SOSEK). Motto hidup jalani hidup dengan sebaik-baiknya selama tuhan masih memberi kesempatan, maka gunakan kesempatan itu dengan sebaik-baiknya.

