



RINGKASAN

RAGA ADJITAMA. Perluasan Pemasaran Melalui *E-Commerce* Shopee Pada PT Anugerah Agri Niaga Sejahtera Kota Bogor. *Marketing Expansion through Shopee E-Commerce at PT Anugerah Agri Niaga Sejahtera Bogor City* Dibimbing oleh JUNIAR ATMAKUSUMA.

Ayam kampung probiotik adalah ayam yang ditenak secara alami, dan selama masa peternakannya, ayam tersebut tidak terpapar bahan kimia apapun. Sejak menetas dari dalam telur, ditenak dan dibesarkan juga perawatannya dengan bahan-bahan organik serta memiliki ketahanan yang cukup baik dalam menghadapi iklim yang sulit, seperti musim kemarau yang panjang. Oleh karena itu, ayam kampung probiotik merupakan ternak yang cukup mudah beradaptasi di daerah lahan kering.

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis pada Kampoeng Chicken (PT. Anugerah Agri Niaga Sejahtera) adalah merumuskan ide perluasan pemasaran melalui *e-commerce* shopee pada Kampoeng Chicken (PT. Anugerah Agri Niaga Sejahtera) dan menyusun perencanaan pengembangan bisnis perluasan pemasaran melalui *e-commerce* shopee pada Kampoeng Chicken (PT. Anugerah Agri Niaga Sejahtera) berdasarkan aspek *non* finansial dan aspek finansial. Sumber data dan informasi yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, sedangkan metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif disajikan dalam bentuk data deskriptif dengan melakukan analisis SWOT berupa mengidentifikasi berbagai faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan untuk merumuskan strategi yang bermanfaat bagi perusahaan yang meliputi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) perusahaan. Selain itu, menganalisis aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumberdaya manusia dan aspek kolaborasi. Metode kuantitatif yang digunakan meliputi aspek finansial yang terdiri dari analisis labarugi, analisis parsial, dan analisis R/C *Ratio*.

Rumusan ide pengembangan bisnis pada Kampoeng Chicken (PT. Anugerah Agri Niaga Sejahtera) berdasarkan hasil identifikasi lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah strategi W-O dengan memperluas pemasaran melalui *e-commerce* shopee. Perubahan gaya hidup konsumen, dan kemudahan pemasaran menggunakan *e-commerce* shopee dapat menjadi peluang bagi Kampoeng Chicken untuk memperluas pemasarannya sehingga pendapatan perusahaan mengalami peningkatan dan menjangkau lebih banyak konsumen.

Rencana pengembangan bisnis ini layak untuk dijalankan berdasarkan aspek *non* finansial dan aspek finansial. Aspek *non* finansial yang dianalisis meliputi aspek produk didasarkan pada konten dan informasi produk ayam kampung probiotik yang diunggah di *e-commerce* shopee, aspek pemasaran didasarkan pada STP dan *marketing mix* 7P, aspek produksi didasarkan pada langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan pemasaran *online* di *e-commerce* shopee, aspek organisasi dan manajemen didasarkan pada penambahan tenaga kerja baru yaitu admin pemasaran *online*, aspek sumberdaya manusia didasarkan pada kualifikasi dan tugas admin pemasaran *online*, aspek kolaborasi didasarkan pada kerja sama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



yang dilakukan Kampoeng Chicken dengan Shopee, *Grab*, *Gojek*, JNE, J&T, dan Agen di sekitar Bogor. Aspek finansial yang dianalisis meliputi analisis labarugi yang diperoleh laba bersih sebesar Rp1.196.455.841, dari sisi analisis parsial diperoleh keuntungan tambahan sebesar Rp131.166.600, dan analisis R/C *ratio* setelah dilakukan pengembangan bisnis yaitu 2,03. Nilai R/C *ratio* yang diperoleh setelah pengembangan bisnis ini lebih dari 1 sehingga dapat dikatakan pengembangan bisnis berupa perluasan pemasaran melalui *e-commerce* shopee di Kampoeng Chicken layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : analisis SWOT, ayam kampung probiotik, *e-commerce*



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.