

**JALUR ENTREPRENEURSHIP - BUSINESS PLAN**  
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN**  
**PENJUALAN PADA USAHA DJAMIN FARM**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1

Pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Disusun oleh:

Kuncoro Bayu Aji

18.92.0071

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA USAHA DJAMIN FARM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

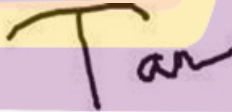
**Kuncoro Bayu Aji**

**18.92.0071**

Telah disetujui oleh Dosen pembimbing skripsi

Pada tanggal 6 Juni 2023

**Dosen Pembimbing**



**Tanti Prita Hapsari, SE, Msi**

**NIK. 190302303**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA USAHA DJAMIN FARM**

**Kuncoro Bayu Aji**

**18.92.0071**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 21 Juni 2023

**Susunan Dewan Penguji**

Nama Penguji

Tanda Tangan

**Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI**  
**NIK. 190302303**

*Tanti*

**Suyatmi, S.E., M.M**  
**NIK.190302019**

*Suyatmi*

**Reza Widhar Pahlevi. S.E. M.M**  
**NIK.190302587**

*Reza*

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Bisnis

Tanggal 21 Juni 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.**  
**NIK. 190302125**

# LEMBAR PERNYATAAN

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Kuncoro Bayu Aji  
NIM : 18.92.0071  
Program Studi : S1-Kewirausahaan  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 05 Juni 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Kuncoro Bayu Aji

NIM. 18.92.0071

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Suyatmi, S.E., M.M selaku Kaprodi Kewirausahaan, Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan pelajaran yang sangat berguna bagi saya dan teman – teman lainnya.
4. Tanti Prita Hapsari, SE, MSi selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan serta bimbingan untuk proses penyusunan skripsi ini.
5. Kedua Orang tua, kakak dan adik adik saya serta Keluarga Besar yang selalu support dan selalu mendoakan untuk penyusunan skripsi ini sehingga saya selalu semangat dalam mengerjakannya.
6. Teman – teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih karena selalu memberi doa, semangat, saling mendukung dan membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini.
7. Terakhir saya ingin mengucapkan terimakasih untuk diri saya sendiri, terimakasih banyak sudah bertahan sejauh ini untuk apapun yang terjadi dimasa depan teruslah bersyukur dan bersemangat.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
BAB II.....	3
MASALAH, SOLUSI, DAN PRODUK/JASA .....	3
2.1 Permasalahan.....	3
2.2 Solusi.....	3
2.3 Produk/Jasa .....	4
BAB III.....	7
SUMBER DAYA.....	7
3.1 Bahan Baku .....	7
3.2 Alat Bantu .....	9
3.3 Tim Bisnis .....	12
BAB IV .....	14

PESAING DAN KEUNGGULAN PESAING .....	14
4.1 Pesaing dan Produk .....	14
4.2 Keunggulan dan Kelemahan Produk Pesaing .....	16
BAB V.....	20
TARGET PELANGGAN DAN KETERSEDIAAN PASAR.....	20
5.1 Target Pelanggan.....	20
5.2 Ketersediaan Pasar .....	20
BAB VI.....	22
STRATEGI PEMASARAN DAN AKUISISI PASAR .....	22
6.1 Strategi Pemasaran .....	22
6.2 Akuisisi Pasar.....	26
BAB VII.....	28
BUSINESS MODEL CANVAS .....	28
7.1 Business Model Canvas (BMC).....	28
7.2 Milestone.....	31
7.3 Strategi Pencapaian Milestone .....	32
BAB VIII.....	34
RENCANA PENGEMBANGAN.....	34
8.1 Rencana Pengembangan Bisnis 3 Bulan Kedepan.....	34
8.2 Rencana Pengembangan Bisnis 1 Tahun Kedepan .....	34
BAB IX .....	36
LAPORAN KEUANGAN .....	36
9.1 Laporan Keuangan .....	36
DAFTAR PUSTAKA .....	39
LAMPIRAN.....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kamlang kering kemasan 4 butir.....	4
Gambar 2. 2 Kamlang kering kemasan 20 butir.....	5
Gambar 2. 3 Kamlang kering kemasan 50 butir.....	5
Gambar 2. 4 Kamlang kering kemasan 100 Butir.....	5
Gambar 2. 5 Foto kamlang kering.....	6
Gambar 5. 1 Populasi ayam buras di Kabupaten Sukoharjo.....	21
Gambar 6. 1 Toko pakan unggas mas dwi.....	25
Gambar 6. 2 Toko pakan unggas putri canary.....	25
Gambar 6. 3 Pemasaran secara langsung kepada penghobi ayam.....	26



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Bahan Baku .....	7
Tabel 3. 2 Alat Bantu Produksi .....	9
Tabel 3. 3 Alat Bantu <i>Packaging</i> .....	10
Tabel 3. 4 Alat Bantu Pemasaran .....	11
Tabel 3. 5 Tim Bisnis .....	12
Tabel 4. 1 Pesaing dan Produk .....	14
Tabel 4. 2 Keunggulan dan Kelemahan Produk Pesaing .....	16
Tabel 4. 3 Analisis SWOT .....	18
Tabel 6. 1 Harga Bahan Baku .....	23
Tabel 7. 1 Business Model Canvas .....	28
Tabel 7. 2 Milestone Jangka Pendek .....	31
Tabel 7. 3 Milestone Jangka Panjang .....	32
Tabel 8. 1 Rencana Pengembangan 3 Bulan .....	34
Tabel 8. 2 Rencana Pengembangan 1 Tahun .....	34
Tabel 9. 1 Laporan Perubahan Modal .....	36
Tabel 9. 2 Laba Rugi .....	36
Tabel 9. 3 Neraca Saldo .....	37
Tabel 9. 4 <i>Return Of Investment (ROI)</i> .....	38
Tabel 9. 5 <i>Break Even Point (BEP)</i> .....	38

## ABSTRAK

Peternakan merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar dan menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi pada suatu wilayah, salah satunya unggas ayam. Secara khusus untuk unggas yang perlu perhatian serius adalah masalah kesehatan. Pemberian jamu atau doping tambahan untuk ayam menjadi hal yang harus dilakukan guna menjaga kondisi ayam tetap prima. Djamin Farm merupakan usaha yang bergerak dibidang obat tradisional untuk kesehatan ayam yang berada dikabupaten Sukoharjo. Obat tradisional atau jamu yang diproduksi untuk ayam berbahan baku dari rempah – rempah alami yang biasa disebut kamlang. Dalam menjalankan usahanya Djamin Farm mengalami kendala dalam proses pemasarannya. Permasalahan tersebut berdampak kurang maksimalnya penjualan pada usaha Djamin Farm. Oleh karena itu perlu dilakukan strategi pemasaran pada Djamin Farm untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran baik jangka panjang dan jangka pendek untuk meningkatkan penjualan pada usaha Djamin Farm.

*Kata kunci* : Jamu Ayam, Pemasaran, Meningkatkan Penjualan

## **ABSTRACT**

*Livestock is one sector that makes a major contribution and is the main driver of economic growth in a region, one of which is poultry. Especially for poultry that need serious attention is health problems. Provision of herbal medicine or additional doping for chickens is something that must be done to keep the chickens in prime condition. Djamin Farm is a business engaged in traditional medicine for chicken health in Sukoharjo district. Traditional medicines or herbs that are produced for chicken are made from natural spices which are commonly called kamlang. In carrying out its business, Djamin Farm experienced problems in its marketing process. These problems have resulted in less than optimal sales of the Djamin Farm business. Therefore it is necessary to carry out a marketing strategy at Djamin Farm to increase sales. This study aims to determine both long-term and short-term marketing strategies to increase sales at Djamin Farm business.*

*Keywords: Chicken Herbs, Marketing, Increasing Sales*