

**ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DAN BAURAN PRODUK
PADA EKSISTENSI USAHA AYAM BANGKOK JAWARA PERAK FARM
PONOROGO**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Moh. Fauzi

NIM : 19415005

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi *Digital Marketing* dan Bauran Produk Pada
Eksistensi Usaha Ayam Bangkok Jawara Perak Farm
Ponorogo
Nama : Moh. Fauzi
NIM : 19415005
Tempat, tanggal lahir : Ponorogo, 12 Juni 1994
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
Diuji guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Titi Rapini, S.E., MM
NIDN. 0005056301

Ponorogo,

Pembimbing II



Fery Setiawan, S.E., MM
NIDN. 0720128904

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 09760508 200501 1 002

Dosen Penguji



Titi Rapini, S.E., MM
NIDN. 0005056301



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601



Dr. Sri Hartono, SE., MM
NIDN. 0730127102

**PERYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK
PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 20 Februari 2024



Moh. Fauzi
Nim. 19415005

MOTTO

“Bukan seberapa jauh kita berjalan dan bukan seberapa cepat kita berlari. Tapi yang terpenting dari semua itu adalah seberapa besar kita mau berdiri lagi saat kita terjatuh untuk memulai langkah kita untuk mencapai cita-cita itu sendiri”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ketulusan hati skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. (Alm) Bapak Moh. Subur, Ibu Musrikah berkat doanya Skripsi dapat tersusun dengan baik dan lancar.
2. Seluruh anggota keluarga yang saya cintai.
3. Teman-teman seperjuangan yang memberikan support dalam penyusunan Skripsi ini.
4. Kelas Manajemen Prosus K-2 yang luar biasa



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat ALLAH SWT atas segala Rahmat, Karunia, serta Hidayah-Nya sehingga penulis dapat Menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun guna untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan program Pendidikan Strata 1 pada Jurusan Manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dengan penelitian berjudul **“ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DAN BAURAN PRODUK PADA EKSISTENSI USAHA AYAM BANGKOK JAWARA PERAK FARM PONOROGO”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Titi Rapini, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar serta memberikan banyak bimbingan, arahan, masukan, saran, serta pertimbangan dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Fery Setiawan, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar serta memberikan banyak bimbingan, arahan, masukan, saran, serta pertimbangan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
7. Kedua orang tua saya Alm. Bapak Subur dan Ibu Musrikah serta keluarga tercinta yang dengan penuh mendukung, memotivasi dan mendoakan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kawan – kawan Angkatan 2019 yang telah memberikan warna warni selama 4 tahun.
9. Sertas seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini yang penulis susun dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Konsep Manajemen Pemasaran	9
3. Perencanaan Pemasaran.....	10
4. Bauran Pemasaran.....	11
5. Strategi Pemasaran.....	13
6. <i>Digital Marketing</i>	15

7. Bauran produk.....	18
8. Pengertian eksistensi.....	22
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pikir	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	29
B. Jenis dan Sumber Data.....	29
C. Informan Penelitian.....	30
D. Metode Pengambilan Data.....	30
E. Definisi Operasional	31
F. Metode Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	41
B. Temuan Data.....	63
C. Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2. Total Jumlah Keseluruhan Pejantan dan Indukan Jawara Perak Farm.	43



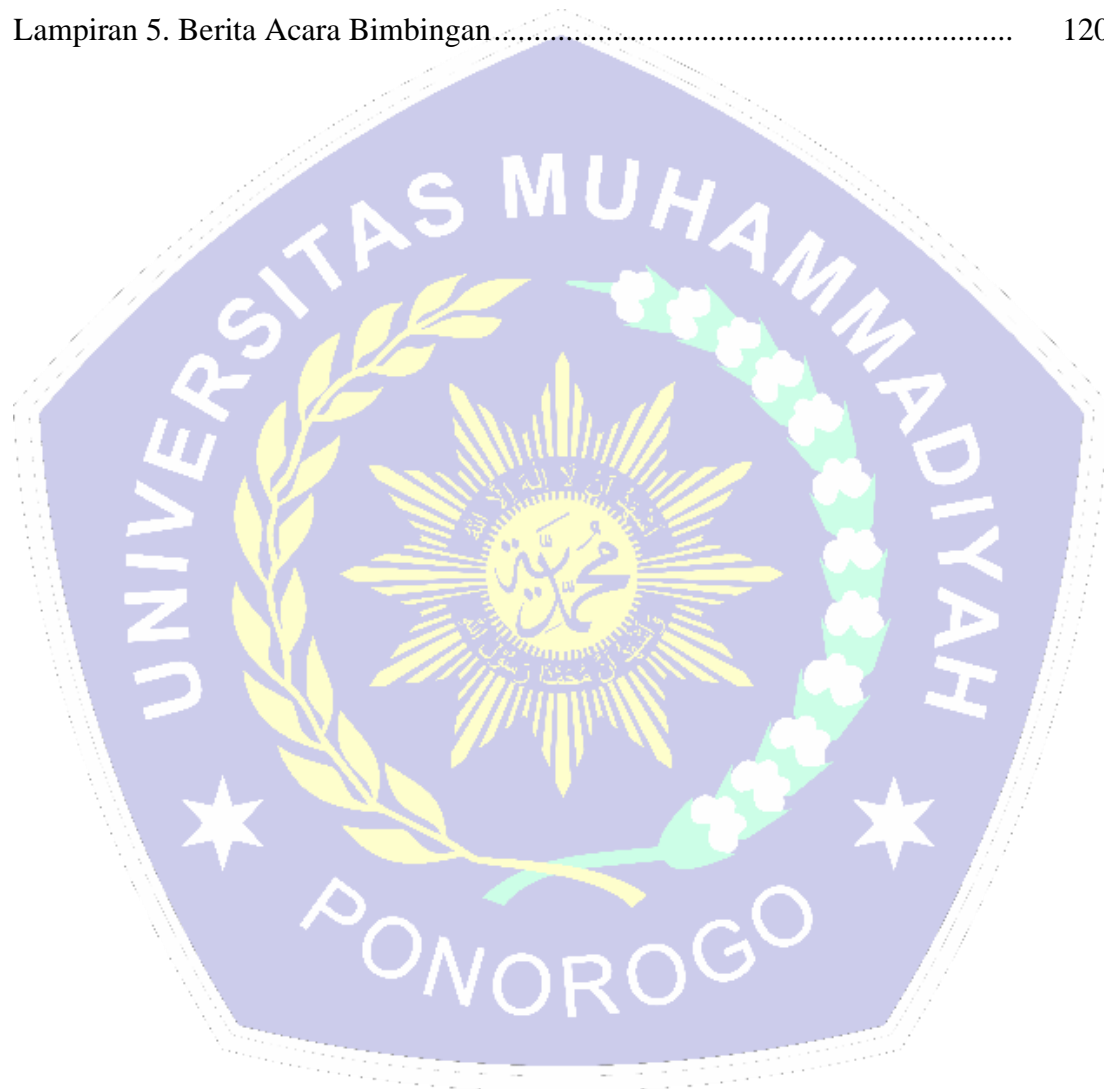
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Silsilah Keturunan Ayam Bangkok Jawara Perak Farm	43
Gambar 2. Promosi Jawara Perak Farm Melalui situs <i>Facebook</i>	47
Gambar 3. Promosi Pemasaran Jawara Perak Farm Melalui <i>WhatsApp Messenger</i>	
Gambar 4. Promosi Pemasaran Jawara Perak Farm Melalui <i>Telegram</i>	48
Gambar 5. Promosi/Diskon Jawara Perak Farm Melalui Facebook, WhatsApp Messenger dan Telegram	51
Gambar 6. Pelayanan Jawara Perak Farm melalui Facebook dan WhatsApp Messenger.....	52
Gambar 7. Rutinitas Setiap Hari Jawara Perak Farm Dalam Proses Pengecekan Kesehatan Ayam Bangkok	56
Gambar 8. Kondisi Kebersihan Kandang Jawara Perak Farm.....	57
Gambar 9. Jawara Perak Farm dalam Proses Pemberian Pakan Ayam Bangkok	58
Gambar 10. Ciri Khas Warna, Postur Tubuh, Paruh dari Peternakan Ayam Bangkok Jawara Perak Farm	61
Gambar 11. Alur Proses Pemasaran Digital Marketing Jawara Perak Farm Ponorogo	77
Gambar 12. Alur Proses Pemasaran Bauran Jawara Perak Farm Ponorogo.....	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	97
Lampiran 2. Lembar Wawancara.....	100
Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian.....	117
Lampiran 4. Hasil Plagiasi.....	119
Lampiran 5. Berita Acara Bimbingan.....	120



Analysis of Digital Marketing Strategy and Product Mix on the Existence of Bangkok Chicken Breeders Jawara Perak Farm Ponorogo

Moh. Fauzi

Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRACT

This research was conducted to find out how the Digital Marketing and Product Mix Marketing strategies carried out by the Bangkok Chicken farm “Jawara Perak Farm” so that it can continue to exist until now. This research was conducted at the residence of the farmer “Jawara Perak Farm” located in Duri Village, Slahung, Ponorogo Regency. The method in this research is a qualitative descriptive design. Data collection is done through interviews, observation, and documentation. And using the data analysis method from Miles and Huberman which includes data collection, data reduction, data display, verification and drawing conclusions.

This result showed that: (1) Digital Marketing efforts made by Bangkok Chicken breeders Jawara Perak Farm, namely the selection of digital media to be used for marketing, following the online community and understanding the latest trends developing in society, promoting products through visual-based uploads and discounts, establishing communication with potential customers or customers through media that has been determined for marketing media, conducting evaluations to be able to know the advantages and disadvantages of a series of processes that have been implemented. (2) Product mix marketing efforts made by Bangkok Chicken breeders Jawara Perak Farm, namely determining the quality and foundation of male and female breeds, innovating through the crossbreeding process to produce superior seeds, good at building characteristics to be recognised by prospective buyers, providing services to prospective buyers and regular customers, providing guarantees as a form of responsibility of breeders to buyers to provide a sense of security and comfort, conducting evaluations to be able to find out the advantages and disadvantages of a series of processes that have been implemented.

Keywords: Digital Marketing, Product Mix, Bangkok Chicken

Analisis Strategi *Digital Marketing* dan Bauran Produk Pada Eksistensi Usaha Ayam Bangkok Jawara Perak Farm Ponorogo

Moh. Fauzi
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran *Digital Marketing* dan Bauran Produk yang dilakukan oleh peternakan Ayam Bangkok Jawara Perak Farm sehingga dapat terus eksis sampai sekarang ini. Penelitian ini dilakukan di kediaman peternak Jawara Perak Farm bertempat di Desa Duri, Slahung, Kabupaten Ponorogo. Metode dalam penelitian ini adalah rancangan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Serta menggunakan metode analisis data dari Miles Dan Huberman yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, mendisplay data, verifikasi dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Upaya pemasaran *Digital Marketing* yang dilakukan peternak Ayam Bangkok Jawara Perak Farm yaitu pemilihan media digital yang akan digunakan untuk pemasaran, mengikuti komunitas online serta memahami trend terbaru yang berkembang di masyarakat, melakukan promosi produk melalui unggahan berbasis visual maupun diskon, menjalin komunikasi dengan calon pelanggan atau pelanggan melalui media yang telah ditetapkan untuk media pemasaran, melakukan evaluasi untuk dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari serangkaian proses yang telah dilaksanakan. (2) Upaya pemasaran bauran produk yang dilakukan peternak Ayam Bangkok Jawara Perak Farm yaitu menentukan kualitas dan pondasi dari indukan pejantan dan betina, melakukan inovasi melalui proses kawin silang untuk menghasilkan bibit yang unggul, pandai dalam membangun ciri khas untuk dapat dikenali oleh para calon pembeli, memberikan layanan kepada calon pembeli dan pelanggan tetap, memberikan garansi sebagai rasa bentuk tanggung jawab peternak kepada pembeli untuk memberikan rasa aman dan nyaman, melakukan evaluasi untuk dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari serangkaian proses yang telah dilaksanakan.

Kata Kunci : Digital Marketing, Bauran Produk, Ayam Bangkok