JURNAL BIOINDUSTRI
Fakultas Bioindustri - Universitas Trilogi
Jalan Taman Makam Pahlawan No. 1 Kalibata Pancoran, RT.4/RW.4, Duren Tiga, Pancoran, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12760
E-mail: jbio@trilogi.ac.id
Web: http://trilogi.ac.id/journal/ks/index.php/jbi/

Jakarta, 02 Oktober 2020

Nomor : 05/TRILOGI/JBIO/LOA/Vol3-NO1/2020
Perihal : Pemberitahuan Penerimaan Jurnal
Lampiran : -

Kepada Yth. Arbi Robiansyaha, Muhamad Karima, dan Arman

Di Universitas Trilogi

Dengan hormat,

Makalah Bapak/Ibu dengan judul "**Strategi Pemasaran Domba Garut (Ovies Aries) Di SBA Farm Kabupaten Garut**" telah kami terima dan sudah di review oleh mitra bestari. Makalah tersebut akan diterbitkan di JBio (Jurnal Bioindustri) pada Volume 3, No 1.

Demikian informasi yang kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Ketua Dewan Editor,

Dr. Inanpi Hidayati Sumiasih
NIK. 130509

Gmail arbirobiansyah7@gmail.com Active

12 Mail

Chat

Spaces

Meet

Compose

Inbox 12

Starred

Snoozed

Sent

Drafts 11

More

Labels

Lain2 134

2 of 3

Jurnal Bioindustri 2020

External Inbox ×

Arbi Robiansyah <arbirobiansyah7@gmail.com> Jul 11, 2020, 2:44 PM

to me

Indonesian English Translate message Turn off for: Indonesian

Assalamualaikum w.w.,
selamat siang
mohon maaf mengganggu waktunya

berikut saya lampirkan jurnal bioindustri atas :
Nama : Arbi Robiansyah
NIM 16105027
Prodi : Agribisnis

Terima kasih sebelumnya

2 Attachments • Scanned by Gmail

JURNAL ARBI RO...

JURNAL ARBI RO...

STRATEGI PEMASARAN DOMBA GARUT *(OVIES ARIES)* DI SBA FARM KABUPATEN GARUT

MARKETING STRATEGY OF DOMBA GARUT (OVIES ARIES) IN SBA FARM GARUT

ABSTRAK

SBA *Farm* merupakan perusahaan yang begerak di bidang agribisnis peternakan khususnya dalam bidang penggemukan domba Garut. Salah satu kegiatannya adalah melakukan pemasaran dengan menawarkan produk domba hidup dan siap potong. Perusahaan menghadapi permasalahan seperti adanya perusahaan sejenis yang juga sudah lama beroperasi, sehingga terjadi persaingan. Kemudian kurangnya mempromosikan produk domba sehingga menyebabkan distribusinya terbatas. Tujuan penelitian ini: (i) mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal pada kegiatan perusahaan SBA *Farm* dan, (ii) merencanakan alternatif strategi pemasaran yang bersifat prioritas. Kesimpulan penelitian ini: (i) hasil analisis IFE diperoleh bahwa sumber kekuataan yang berpengaruh terhadap perusahaan yaitu pelanggan tetap untuk pasar qurban sedangkan sumber kelemahannya yaitu siklus produksi yang berlangsung enam bulan sekali. Sementara hasil analisis EFE peroleh bahwa sumber peluang perusahaan yaitu adanya kewajiban mayoritas umat Islam untuk qurban, aqiqah dan hajatan sedangkan ancamannya adalah adanya pesaing yang memiliki usaha sejenis dengan kapasitas yang lebih besar. (ii) Hasil total skor matriks IFE dan EFE menempatkan perusahaan dalam sel II dengan skor masing masing 2.486 dan 3.051. Hasil ini mengandung arti bahwa perusahaan sedang tumbuh dan membangun usahanya. Hasil analisis QSPM diperoleh strategi pemasaran prioritas yaitu menambah tenaga kerja dari lulusan perguruan tinggi peternakan yang berpengalaman, berkompeten dalam penggemukan domba Garut dan dokter hewan sebagai tenaga kesehatan hewan yang memiliki total nilai daya tarik (TAS) sebesar 6.348.
Kata kunci: Analisis EFE, Analisis IFE, Analisis SWOT, Analisis QSPM, Domba Garut

(komentar reviewer: abstrak melebihi maks 200 kata dan belum menjelaskan metodologi penelitian)

ABSTRACT

SBA farm is a firm running in animal husbandry agribusiness, especially in fattening of domba Garut. One of its activity is to do the marketing by offering alive and ready to cut sheeps. This firm deals with some problems, such as having competitiors in the same business which have been long-operated and limited distribution due to the lack of product promotion. The aims of this research are: (i) to identitfy the internal and external invironment factors on SBA Farm activity and, (ii) to the plan the prioritized alternative marketing strategy. The research conclusions are: (i) the analysis result is having regular costumers for qurban, aqiqah and hajatan becomes the strength of this company, whereas the weakness is carrying out an every six-months product cycle. Meanwhile, the EFE analysis resoult shows that the company's source opportunity is the duty of moeslems to do qurban, aqiqah and hajatan while the menace is facing the competitors in the same business with bigger capacities. (ii) The result of the total IFE and EFE matrix scores place the firm in the cell II with scores of 2.486 and 3.051 respectively. This means the company is growing and building its business. The QSPM analysis is obtained by recruiting experienced, employees from animal husbandry college, being competent in fattening of domba Garut, and hiring the veterinarians as animal health workers having a total attraction value (TAS) of 6.348 as prioritized marketing strategy.

Key words: *Domba Garut, IFE Analysis, EFE Analysis, SWOT Analysis, QSPM Analysis*

PENDAHULUAN

(Komentar reviewer: -

Pendahuluan sama sekali belum mensitasi isu yang berkaitan dengan strategi pemasaran (teori maupun kajian empiris), tambahkan dari jurnal atau buku sehingga penulis mempunyai dasar untuk membahas isu strategi pemasaran dalam hasil penelitian

Pendahuluan sudan menyajikan data-data dari instatsi terkait, namun demikian masih minim dalam mensitasi penelitian terdahulu seperti dari jurnal)

Peternakan memberikan kontribusi yang besar pada perekonomian Indonesia. Salah satu kontribusinya berupa Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional yang menjadi indikator yang berguna dalam memberikan informasi kondisi perekonomian suatu negara pada periode tertentu. Pada tahun 2018 jumlah kontribusi PDB Nasional sebesar 231.71 triliun atau 16.35% (Ditjen PKH 2018). Menurut Badan Pusat Statistik (2019) produk domestik regional bruto (PDRB) pada triwulan III, jumlah kontribusi di Provinsi Jawa Barat sebesar 27.1 triliun rupiah/tahun. Adapun distribusi PDRB Peternakan di Kabupaten Garut pada tahun 2018 dengan persentase 38% (BPS 2018). Subsektor tersebut menjadi peluang usaha yang menjanjikan untuk dikembangkan dalam mendukung keberlangsungan pengembangan usaha peternakan. Menurut Anugrah (2017), sektor peternakan mampu menjadi sumber pertumbuhan ekonomi yang mampu berkontribusi sebesar 5.07 % terhadap PDB Nasional di tahun 2017. Dengan demikian, sektor peternakan menjadi prospek strategis dalam pembangunan perekonomian.

Prospek peternakan sangat menjanjikan yang ditandai dengan permintaan cukup tinggi. Salah satunya adalah usaha ternak domba dengan populasi yang tersebar dibeberapa wilayah di Indonesia. Hal ini dikarenakan kemampuannya berkembangbiak sesuai dengan kondisi keberadaannya (Fitrial 2009). Jumlah populasi domba sebesar 17.1 juta ekor dengan peningkatan 9.1% (Ditjen PKH 2018). Terdapat tiga sentra populasi peternakan domba terbesar di Indonesia seperti di Provinsi Jawa Barat dengan peningkatan jumlah populasi domba pada tahun 2018 mencapai 11.608.559 ekor. Kemudian diikuti oleh Provinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur dengan populasi masing-masing sebanyak 2.395.355 dan 1.378.409 ekor (Ditjen PKH 2018), sehingga menjadikan usaha ternak domba sangat potensial. Populasi domba di Kabupaten Garut, Jawa Barat terutama ditemukan di kecamatan yang paling potensial untuk diusahakan seperti di Kecamatan Malangbong mencapai 30.257 ekor/tahun (Disnakan 2020). Hal tersebut terjadi akibat peningkatan

jumlah daging yang disediakan oleh peternak domba maupun perusahaan agribisnis dalam bidang peternakan yang dapat memenuhi kebutuhan permintaan daging domba.

Daging domba sebagai sumber protein hewani memiliki permintaan terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini disebabkan tingginya kebutuhan rumah makan (restoran), aqiqah dan kurban. Tingginya permintaan kebutuhan daging tersebut sangat terkait dengan, jumlah penduduk Indonesia. Pada tahun 2018 jumlah penduduk Indonesia mencapai 260 juta jiwa dengan tingkat konsumsi daging domba per kapita mencapai 0.5 kg/tahun (Ditjen PKH 2018). Adanya permintaan daging domba tersebut berpengaruh pada produksi daging di suatu wilayah, sehingga diperlukan informasi mengenai produksi daging domba. Jumlah produksi daging domba terbesar di Indonesia adalah Provinsi Jawa Barat yang mencapai 26.465 juta ton. Selama periode 2014-2018 perkembangan produksi daging di Jawa Barat bersifat fluktuatif (Ditjen PKH 2018). Sementara di wilayah Jawa Barat jumlah produksi daging domba tersebar di Kabupaten Garut sebesar 2.304.911 kg/tahunnya. Selain daging domba di Kabupaten Garut juga terdapat komoditi daging unggulan lainnya seperti jumlah daging ayam merupakan komoditas dengan tingkat ketersediaan terbesar yang disusul daging sapi. Jumlah ketersediaan daging domba di Kabupaten Garut pada tahun 2019 yang berasal dari produksi dalam daerah berjumlah 18.07 ton/tahun. Meskipun ketersediaannya berada di urutan ketiga, namun daging domba tetap krusial karena tidak adanya pasokan dari luar daerah sehingga berpotensi memberi keuntungan bagi peternak atau pengusaha agribisnis peternakan dalam melakukan kegiatan pembibitan atau penggemukan sampai pemasaran produk daging domba Garut.

SBA *Farm* merupakan perusahaan yang bergerak pada peternakan domba khususnya penggemukan domba Garut. Salah satu kegiatan adalah melakukan pemasaran dengan menawarkan produk domba hidup dan siap potong. Perusahaan tersebut bertujuan memenuhi kebutuhan daging untuk rumah makan, kurban dan aqiqah serta kebutuhan hajatan. Seiring perjalanannya selama lima tahun terakhir, SBA *Farm* menghadapai permasalahan seperti adanya perusahaan sejenis yang juga sudah lama beroperasi, sehingga terjadi persaingan. Hal ini menyebabkan SBA *Farm* mengalami penurunan pembelian produk daging domba. Permasalahan selanjutnya ialah kurangnya mempromosikan produk domba sehingga menyebabkan distribusinya terbatas. Oleh karena itu, perusahaan SBA *Farm* perlu rencana alternatif strategi prioritas dalam pemasaran terhadap kondisi yang dialaminya. Permasalahan inilah yang menjadi alasan penulis untuk melakukan penelitian pada perusahaan tersebut.

METODOLOGI

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada peternakan SBA Farm dimulai dari bulan Januari 2020 hingga Juni 2020. Lokasinya di Jalan Raya Malangbong-Ciawi, Rt/Rw 001/003 Desa Cikarag, Kecamatan Malangbong, Kabupaten Garut, Jawa barat.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer berasal dari observasi, wawancara mendalam, dan pembagian kuisioner. Selanjutnya data sekunder berasal berupa pengumpulan dokumen berupa data perusahaan, seperti profil perusahaan dan diperkuat dari sumber literatur yang terkait dengan topik penelitian, Bahan Pustaka, Ditjen PKH, Disnakan, skripsi, jurnal-jurnal dan kajian penelitian.

Metode Pemilihan Responden

Pemilihan responden dalam penelitian ini berasal dari internal dan eksternal perusahaan. Pemilihan responden internal berjumlah empat orang yaitu pemilik perusahan, divisi produksi, keuangan dan pemasaran yang ahli atau *expert adjusment*. Kemudian enam responden eksternal dipilih dengan metode *purposive sampling* yaitu secara sengaja dimulai dari pengamat atau pakar ahli ternak domba yang terdiri dari Unit Pelaksana Teknis Dinas Perikanan dan Peternakan Wilayah 1 Garut, Unit Pelaksana Teknis Dinas-Balai Pengembangan Pembitan Ternak Domba (UPTD-BPPTD) Domba Margawati Garut dan Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Garut (Disnakan) dan pemasok bibit domba serta pelanggan dari perwakilan Yayasan Rumah Yatim Arrohman Indonesia.

Metode Pengolahan Data

Semua pengolahan data dilakukan dengan cara membuat kategori-kategori data untuk memisahkan jenis-jenis data sesuai kebutuhan yang diperlukan dalam penelitian. Data dilakukan pengelolaan menggunakan *software Microsoft Excel* yang sesuai.

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah sebuah analisis yang memberikan gambaran berupa visi, misi, tujuan dan kegiatan perusahaan serta mengidentifikasi kondisi dalam maupun luar suatu perusahaan.

Identifikasi Faktor-Faktor Internal

Kekuatan dan kelemahan suatu organisasi perusahaan dapat di analisis dari manajemen, produksi, SDM, dan keuangan serta pemasaran. Dalam pemasaran dilakukan kembali analisis *marketing mix 4P (Product, Price, Place, Promotion).*

Identifikasi Faktor-Faktor Eksternal

Peluang dan ancaman dari eksternal suatu organisasi perusahaan menujuk pada lingkungan mikro meliputi pesaing, pemasok dan pelanggan sedangkan lingkungan makro meliputi kondisi teknologi, ekonomi, sosial, politik dan hukum.

Analisis Matriks IFE

Analisis *Internal factor evaluation* (IFE) termasuk input data *(Input Stage)* yang tersusun dari tahap mengidentifikasi lingkungan perusahaan dalam menghitung matriks IFE yang terdiri atas kekuatan dan kelemahaan perusahaan (David 2009). Berikut bentuk tabel penilaian dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini.

Tabel 1 Penilaian Bobot Faktor Strategi Internal

	Faktor Strategi Internal	A	…	Total (Xi)	Bobot (ai)
A =	…		…	…	…
Dst	…	…		…	…
Total		…	…	N	1.0

Sumber: David (2009)

Tabel 2 Analisis Matriks IFE *(Internal Factor Evaluation)*

Faktor Internal Kunci	Bobot *(Weight)*	Peringkat *(Rating)*	Total Skor Bobot*Peringkat *(Bobot*Rating)*
Kekuatan			
A = …	…	…	…
Dst. …	…	…	…

Kelemahan				
A =	…	…	…	…
Dst.	...	…	…	…

Sumber: David (2009)

Analisis Matriks EFE

Matriks EFE adalah analisis yang digunakan untuk merumuskan faktor-faktor eksternal perusahaan yang meliputi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan luar perusahaan (Saputro *et al* 2016).

Tabel 3 Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	A	…	Total (Xi)	Bobot (ai)
A = …		…	…	…
Dst …	…		…	…
Total			N	1.0

Sumber: David (2009)

Tabel 4 Analisis Matriks EFE *(Eksternal Factor Evaluation)*

Faktor Eksternal Kunci	Bobot (*Weight)*	Peringkat *(Rating)*	Total Skor Bobot *(Bobot*Rating)*
Peluang			
A = …	…	…	…
Dst. …	…	…	…
Ancaman			
A = …	…	…	…
Dst. …	…	…	…

Sumber: David (2009)

Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Pada tahap matriks IE adalah menggambungkan hasil dari IFE dan EFE, kemudian memasukannya kedalam sembilan sel untuk mengetahui posisi perusahaan (David 2009).

			Internal Facrtor Evaluation		
			Kuat	Rata-Rata	Lemah
		4.0	3.0-4.0	2.0-2.99	1.0-1.99
			3.0	2.0	1.0
Eksternal Factor Evaluation	Tinggi 3.0-4.0	3.0	I *grow and build*	II *grow and build*	III *hold and maintain*
	Sedang 2.0-2.99	2.0	IV *grow and build*	V *hold and maintain*	VI *harvest or divest*
	Rendah 1.0-1.99	1.0	VII *hold and maintain*	VIII *harvest or divest*	IX *harvest or divest*

Gambar 1 Analisis Matriks IE *(Internal-Eksternal)*

Sumber: David (2009)

Analisis Matriks SWOT

Kunci utama dari analisis matriks SWOT adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan. Pengolahan faktor internal dan eksternal perusahaan didalam analisis matriks SWOT dapat diolah pada tabel 5 berikut:

Analisis Matriks SWOT	*Strenght* (Kekuatan) Indikator 1-5 …	*Weakness* (Kelemahan) Indikator 1-5 …
Opportunity (Peluang) Indikator 1-5 …	Strategi (S-O) : Menggunakan kekuatan untuk menarik peluang	Strategi (W-O) : Memanfaatkan peluang untuk memperbaiki kelemahan
Threath (Ancaman) Indikator 1-5 …	Strategi (S-T) : Mengunakan kekuatan untuk	Strategi (W-T) : Mengurangi kelemahan untuk

	menghindari dampak ancaman	menghindari ancaman

Sumber: David (2009)

Analisis Matriks QSPM

QSPM adalah alat yang berguna untuk menyusun suatu strategi dalam mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif. Evaluasi perlu dilakukan untuk mengetahui strategi yang masih dapat bersaing dalam pasar (Saputro *et al* 2016).

Tabel 6 Analisis Matriks QSPM

Faktor Kunci	Bobot *(Weight)*	Strategi Alternatif					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi n	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan	…	…	…	…	…	…	…
Kelemahan	…	…	…	…	…	…	…
Peluang	…	…	…	…	…	…	…
Ancaman	…	…	…	…	…	…	…
Total							

Sumber: David (2009)

HASIL DAN PEMBAHASAN

(Komentar reviewer: hasil yang diperoleh penulis sebaiknya dibandingkan dengan penelitian sejenis yang relevan, supaya pembaca mengetahui posisi hasil penelitian ini dalam kasanah ilmu pengetahuan)

Tahap Input Data *(Input Stage)*

Peternakan SBA Farm

Visi
1. Menjadikan Peternakan Sari Buana Alam sebagai Pusat Produksi Domba Garut Indonesia di Tahun 2025
2. Menciptakan Lapangan Pekerjaan Bagi Masyarakat Kabupaten Garut

Misi
1. Penyedia Daging Domba Garut yang Unggul dan Berkualitas
2. Menyediakan Domba Garut yang murah, aman dan terpercaya supaya dapat diterima oleh masyarakat Indonesia

Tujuan
1. Pemenuhan ketersediaan produksi daging domba di Kabupaten Garut
2. Peningkatan produksi daging domba lokal dalam memenuhi kebutuhan pasar musiman kurban dan pasar harian aqiqah, rumah makan serta hajatan

Kegiatan

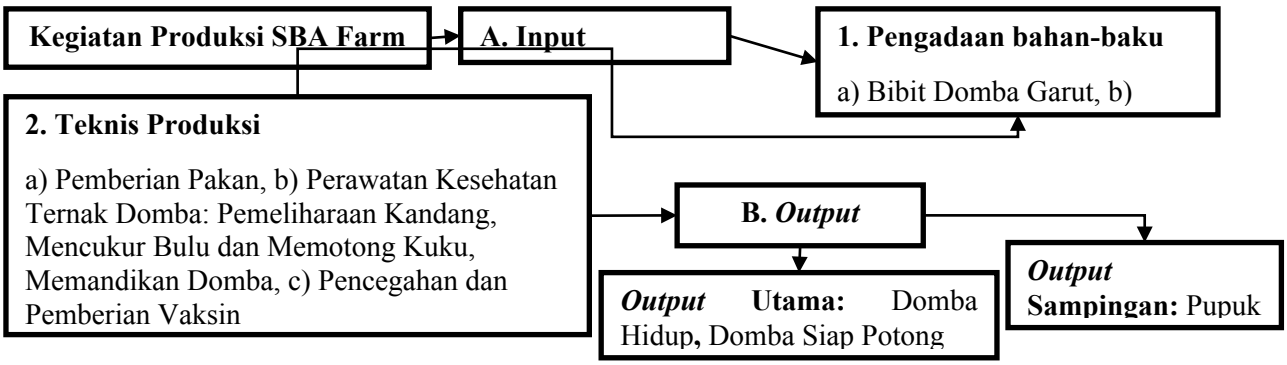
1. Fokus melakukan kegiatan penggemukan domba Garut dalam rangka memperoleh daging yang ASUH (Aman, Sehat, Utuh dan Halal)
2. Menjual domba Garut Pedaging yang masih hidup dan siap potong
3. Perencanaan Pengembangan Kebun Koleksi Pakan Hijauan Ternak

Analsisis Faktor - Faktor Internal

Manajemen pada Perusahaan SBA Farm

Manajemen perencanaan berdasarkan pengalaman pada tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 dengan periode penggemukan dilakukan sekitar enam bulan sekali sebelum berlangsungnya hari raya idul adha. SBA Farm telah melakukan penjualan domba Garut untuk pasar musiman qurban sebanyak 500 ekor, pasar harian hajatan sebanyak 63 ekor, aqiqah 2 ekor sedangkan untuk rumah makan tidak ada penjualan.

Produksi pada Perusahaan SBA Farm



Gambar 2 Diagram Alir Produksi Perusahaan SBA Farm

Sumberdaya Manusia (SDM)

Sumberdaya manusia pada perusahaan terdiri dari 16 orang. Tingkat pendidikan pegawai umumnya masih minim. Mayoritas tenaga kerja lebih berpendidikan SD sampai SMP. Walaupun demikian, tingkat pendidikan pegawai tidak terlalu dipentingkan atau tidak menjadi tolak ukur perusahaan.

Keuangan

Modal yang dibutuhkan dalam mendirikan perusahaan SBA *Farm* untuk pembiayaan penggemukan domba diperoleh dari keuntungan penjualan bahan bangunan dan penggergajian kayu serta dengan pembiayaan pribadi.

Pemasaran

a. **Segmentasi:** (1) Segmentasi geografik yang dipilih oleh perusahaan adalah konsumen yang berada di Jawa Barat. (2) Segmentasi demografik yang dipilih oleh perusahaan dalam memasarkan produk domba hidup dan siap potong adalah memilih segmen keluarga dari kelas menengah bawah sampai menengah ke atas. (3) Segmentasi psikografik yang dipilih oleh perusahaan adalah kelas sosial dengan gaya hidup menengah ke atas. (4) Segmentasi tingkah laku dipilih oleh perusahaan berdasarkan manfaat yang dicari konsumen dari produk daging domba yang aman, sehat, utuh dan halal (ASUH).

b. ***Targeting*** yang di pilih perusahaan dalam mendistribusikan produk daging domba hidup maupun siap potong adalah Kabupaten/Kota Bandung.

c. ***Positioning*** perusahaan memposisikan domba hidup dan siap potong sebagai produk aman, sehat, utuh dan halal yang unggul, berkualitas, terjamin untuk dikonsumsi dengan harga yang terjangkau serta memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Marketing Mix 4P

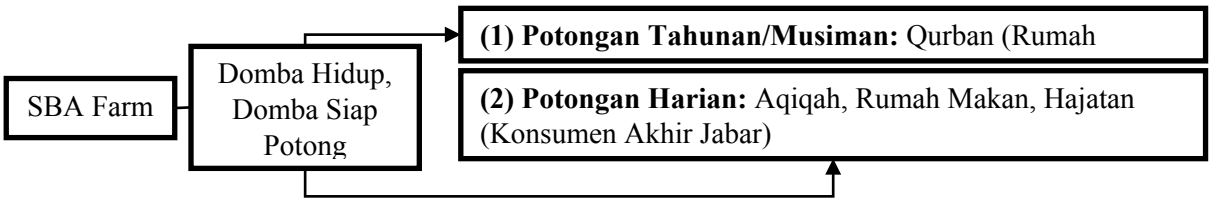
1. **Strategi produk** dengan menawarkan produk utama dan sampingan. Produk utama yaitu domba hidup dan siap potong. Sementara, produk sampingannya adalah pupuk kandang dari limbah kotoran ternak domba.
2. **Strategi Harga**

Tabel 7 Kelas/Grade Produk Domba Garut SBA Farm

		Bobot Hidup dan siap potong (kg)	Harga (Rp)
No.	**Tipe**		
1.	Grade A	30-35	2.600.000
2.	Grade B	26-30	2.300.000
3.	Grade C	22-25	1.900.000

Sumber: SBA Farm

3. **Strategi Distribusi**



Gambar 3 Saluran Distribusi SBA Farm

4. **Strategi Promosi** secara langsung dilakukan melalui mulut ke mulut sedang secara tidak langsung yaitu dengan media online dengan fitur google business, instagram business dan facebook yang saling terhubung.

Identifikasi Faktor-Faktor Eksternal

Pesaing: PT. Agro Investama dan Untung Tani yang menjadikan persaingan ketat dalam memperebutkan pasar. Pesaing utamanya adalah PT. Agro Investama yang memiliki pemasaran yang kuat dan luas di seluruh Indonesia. Sementara, SBA *Farm* hanya mampu memasarkan sekitar Jawa Barat.

Pemasok: Pemasok bibit domba Garut berasal dari Bapak Agus dari Tasikmalaya. Pasokan bibit yang diperoleh antara 60 sampai 240 ekor tergantung dari permintaan perusahaan.

Pelanggan: Yayasan Rumah Yatim Arrohman di Kota Bandung untuk kebutuhan domba hidup atau siap potong berkisaran 100 ekor per tahun tergantung permintaannya.

Teknologi: Perusahaan SBA *Farm* menggunakan 2 teknologi yaitu teknologi produksi mesin pencaacah hijauan/rumput dan jerami supaya pakan menjadi halus. Sementara teknologi internet digunakan untuk pemasaran secara *online* dengan fitur *google business*, *instagram business* dan *facebook* yang saling terhubung.

Ekonomi: Kondisi ini digunakan untuk memperoleh informasi seberapa besar daya beli masyarakat di suatu wilayah. Tingkat inflasi yang meningkat akan mempengaruhi harga produk sehingga menyebabkan harga naik dan menurunkan daya beli konsumen terhadap produk domba. Tingkat inflasi dalam negeri pada bulan Juni 2018 hingga Januari 2020 berdasarkan data dari Bank Indonesia, mengalami fluktuasi dengan persentase 3.27%. Hal tersebut mendorong harga produk – produk lainnya naik.

Sosial: Kondisi ini bertujuan untuk mengetahui perilaku dan gaya hidup konsumen produk domba. Perilaku dan gaya hidup konsumen ini mempengaruhi kebijakan pengembangan suatu unit usaha. Besarnya angka kelahiran di wilayah Kabupaten Garut yang mempengaruhi pengembangan perusahaan. Pada tahun 2015 rata – rata dilahirkan 57.5374 bayi. Hal tersebut memberi peluang yang dapat dimanfaatkan sebagai target aqiqah.

Politik: Kondisi ini berupa dukungan pemerintah terhadap perusahaan yang bergerak di peternakan termasuk SBA *Farm.* Beberapa program dari Dinas Peternakan terkait domba yaitu pencegahan dan penanggulangan penyakit ternak. Dalam program ini dokter hewan melakukan kunjungan ke peternakan domba setiap satu bulan sekali.

Hukum: Hukum dari badan pemerintah mempengaruhi pengembangan usaha yaitu terhadap legalisasi usaha. Perusahaan wajib mendaftarkan usahanya pada Dinas Peternakan Kabupaten Garut sesuai dengan domisilinya. Sampai saat ini perusahaan SBA Farm sedang melakukan proses untuk mengupayakan aspek legal tersebut.

Analisis Matriks IFE

Tabel 8 Hasil Analisis Matriks IFE

No		Faktor Kunci Internal	Bobot Rata – Rata	Peringkat Rata - Rata	Total Skor
		Kekuatan			
A	=	Pelanggan tetap untuk pasar qurban	0.084	3.75	0.314
B	=	Pemanfaatan teknologi	0.081	3.25	0.265
C	=	Pemasok bibit/bakalan domba dengan harga lebih murah dan kualitas baik	0.087	3.5	0.304
D	=	*Grade/*kelas domba beragam dengan harga bersaing	0.081	3.75	0.303
		Kelemahan			
E	=	Manajemen perusahaan sederhana	0.063	1.75	0.11
F	=	Penggunaan teknologi media online yang belum maksimal	0.09	2.25	0.202
G	=	Administrasi pengelolaan perusahaan SBA Farm masih sederhana	0.078	2.25	0.175
H	=	Masih mengandalkan dengan sistem tongkrongan/tampilan performa	0.078	1.75	0.136
I	=	Bakalan/bibit dengan sistem hunting (berburu di pasar)	0.06	2.5	0.15
J	=	Siklus Produksi Enam Bulan Sekali	0.081	2.75	0.222
K	=	SDM tenaga kerja masih kurang dan tidak berkompeten di bidangnya	0.075	1.5	0.112
L	=	Tidak adanya persediaan fasilitas obat-obatan untuk kesehatan ternak	0.066	1.75	0.115
M	=	Sistem recording modern belum dilakukan perusahaan	0.078	1	0.078

TOTAL	1	31.75	2.486

Sumber: Hasil Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan pada matriks IFE dari aspek kekuatan dan kelemahan secara keseluruhan diperoleh total skor sebesar 2.486. Kategori ini mengandung arti bahwa SBA Farm memiliki keunggulan yang dapat dikembangkan lagi karena mampu merespon kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Analisis Matriks EFE

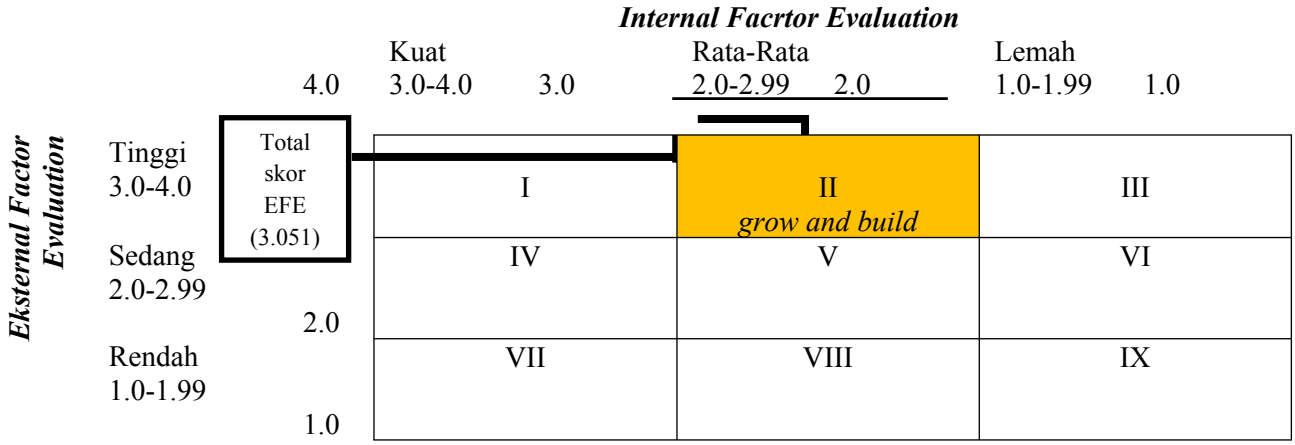
Tabel 9 Hasil Analisis Matriks EFE

No		Faktor Kunci Eksernal	Bobot Rata – Rata	Peringkat Rata - Rata	Total Skor
		Peluang			
A	=	Kewajiban mayoritas umat Islam untuk qurban, aqiqah dan hajatan	0.101	3.8	0.385
B	=	Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi	0.108	3.2	0.346
C	=	Sistem *maparoh* sebagai kegiatan sosial kekeluargaan yang terjalin kuat di Kabupaten Garut	0.071	3.8	0.269
D	=	Banyaknya yang ingin menjadi pelanggan tetap untuk produk domba hidup	0.086	3.8	0.328
E	=	Banyaknya pemilihan pemasok bibt/bakalan domba Garut	0.081	3.6	0.29
		Ancaman			
F	=	Ancaman produk – produk pengganti (subtitusi) daging domba	0.066	1.8	0.119
G	=	Ketersediaan bahan baku pakan masih terbatas pada perusahaan	0.082	2	0.165
H	=	Perusahaan sejenis sebagai pemain lama yang menguasai Kabupaten Garut	0.113	3	0.339
I	=	Mudahnya pemain baru masuk pada usaha penggemukan domba Garut	0.101	2.8	0.282
J	=	Terjadinyaa perubahan cuaca yang sulit diprediksi di Kabupaten Garut	0.073	2.4	0.175
K	=	Persaingan dengan kapasitas jumlah ternak lebih besar	0.118	3	0.354
		TOTAL	**1**	**33.2**	**3.051**

Sumber: Hasil Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis matriks EFE dari aspek peluang dan ancaman secara keseluruhan diperoleh total skor sebesar 3.051 yang menunjukkan bahwa SBA memiliki keunggulan perusahaan.

Analisis Matriks IE (Penentuan Posisi Perusahaan SBA Farm)



Gambar 4 Hasil Analisis Matriks IE *(Internal-Eksternal)*
Sumber: Hasil Data (2020)

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa posisi SBA Farm berada pada sel II yang berarti perusahaan sedang tumbuh dan membangun usahanya *(Grow and Build)*. Strategi prioritas yang harus dilakukan untuk memasuki sel II adalah melakukan penentrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Tahap Pencocokan data *(Matching Stage)*

Analisis SWOT (Perumusan Strategi Perusahaan)

Tabel 10 Hasil Analisis Matriks SWOT

Analisis Lingkungan Internal / **Analisis Lingkungan Eksternal**	***Strenght* (Kekuatan)** (1) Pelanggan tetap untuk pasar qurban, (2) Pemanfaatan teknologi, (3) Pemasok bibit/bakalan domba harga lebih murah dan kualitas baik,(4) Grade/Kelas domba Beragam dengan harga yang bersaing	***Weakness* (Kelemahan)** (1) Manajemen perusahaan sederhana, (2) Penggunaan teknologi media *online* yang belum maksimal, (3) Administrasi perusahaan SBA Farm masih sederhana, (4) Masih mengandalkan dengan sistem tongkrongan/tampilan performa, (5) Bakalan/bibit dengan sistem *hunting* (berburu di pasar), (6) Siklus produksi enam bulan sekali, (7) SDM tenaga kerja masih kurang dan tidak berkompeten di bidangnya, (8) Tidak adanya persediaan fasilitas obat-obatan untuk kesehatan ternak, (9) Sisitem *recording* modern belum dilakukan perusahaan
Opportunity (Peluang) (1) Kewajiban mayoritas umat Islam untuk	Strategi (S-O) : 1. Memperluas	Strategi (W-O) : 1. Menerapkan sistem *recording* untuk

qurban, aqiqah dan hajatan, (2) Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, (3) Sistem maparoh sebagai kegiatan sosial kekeluargaan yang terjalin kuat di Kabupaten Garut, (4) Banyaknya yang ingin menjadi pelanggan tetap untuk produk domba hidup, (5) Banyaknya pemilihan pemasok bibt/bakalan domba Garut	dan meningkatkan *networking*/jaringan pemasaran produk domba Garut (S1, S4,O1,O4,)	proses penggemukan domba Garut yang modern (W1, W3,W4,W6,W7,W8,W9, O2,O3,O5)
Threath (Ancaman) (1) Ancaman produk – produk pengganti (subtitusi) daging domba, (2) Ketersediaan bahan baku pakan masih terbatas pada perusahaan, (3) Perusahaan sejenis sebagai pemain lama yang menguasai Kabupaten Garut, (4) Mudahnya pemain baru masuk pada usaha penggemukan domba Garut, (5)Terjadinyaa perubahan cuaca yang sulit diprediksi di Kabupaten Garut, (6) Persaingan dengan kapasitas jumlah ternak lebih besar	Strategi (S-T) : 1. Menambah olahan produk daging domba baru atau menambah produk daging domba dalam bentuk *frozen* (S1,S2,S3,S4,T1, T3,T4,T6)	Strategi (W-T) : 1. Menambah tenaga kerja dari lulusan peternakan yang berpengalaman, berkompeten di penggemukan domba Garut dan menambah dokter hewan yang terlatih sebagai tenaga kesehatan hewan (W1,W2,W3,W4,W5,W6,W7,W8,W9, T1,T2,T3,T4,T5,T6)

Sumber: Data Diolah (2020)

Tahapan Pengambilan Keputusan Data *(Decision Stage)*

Analisis QSPM

Tabel 11 Hasil Analisis Matriks QSPM

No	Alternatif Strategi	TAS	Peringkat
1	Memperluas dan meningkatkan *networking*/jaringan pemasaran produk domba Garut	5.792	Ke – 3
2	Menambah olahan produk daging domba baru atau menambah produk daging domba dalam bentuk *frozen*	5.707	Ke – 4
3	Menerapkan sistem *recording* untuk proses penggemukan domba Garut yang modern	6.199	Ke – 2
4	Menambah tenaga kerja dari lulusan peternakan yang berpengalaman, berkompeten di penggemukan domba Garut dan dokter hewan sebagai tenaga kesehatan hewan	6.348	Ke – 1

Sumber: Hasil Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis QSPM yang di peroleh oleh SBA Farm memiliki empat keputusan strategi untuk mengimplementasikan proritas strategi pemasaran dalam perusahaannya. Namun, pada awal mengeksekusi stateginya harus melakukan perbaikan internal perusahaan meliputi tahap pengembangan SDM dan produksi penggemukan domba.

Strategi ke – 1 yaitu: Menambah tenaga kerja dari lulusan peternakan atau pertanian yang berpengalaman, berkompeten dalam penggemukan domba Garut dan dokter hewan sebagai tenaga kesehatan hewan

Supaya perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang, maka perusahaan harus memiliki sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas sebagai tenaga kerjanya. SBA Farm memiliki jumlah tenaga kerja yang kurang dengan tingkat pendidikan yang rendah. Perusahaan ini juga belum memiliki tenaga kerja berpendidikan tinggi dari lulusan fakultas peternakan atau pertanian yang ahli dalam bidangnya. Oleh karena itu, saat ini membutuhkan tenaga kerja yang berkompeten sehingga dapat meningkatkan kapasitas produksinya. Selain itu, perusahaan juga membutuhkan dokter hewan sejumlah 1 sampai 2 orang yang bertugas untuk mencegah dan menangani penyakit hewan sehingga dapat menjamin kestabilan kesehatan ternak domba. Sebenarnya alternative lain dapat dilakukan oleh perusahaan SBA Farm yaitu dapat mengedukasi kepada para pegawai – pergawai yang sudah ada mengenai teknik penggemukan domba garut, pemasaran melalui media online, pencegahan dan penanganan penyakit ternak dengan mendatangkan penyuluh ternak, *marketing* dan tenaga kesehatan ternak seperti dokter hewan yang memiliki keahlian dibidangnya. Hal tersebut, dapat memberikan keuntungan dari segi penggeluaran keuangan perusahaan supaya dapat menghemat pembiayaan dalam proses melakukan penggemukan domba garut tanpa harus menambah tenaga kerja.

Strategi ke – 2: Menerapkan sistem *recording* untuk proses penggemukan domba Garut secara modern

Perusahaan SBA Farm melakukan strategi ke-2 dengan cara menerapkan sistem *recording* dalam proses penggemukan domba. Sistem *recording* adalah pembukuan data – data yang dapat dipertanggungjawabkan, dipercaya dan aktual setiap hari. Dengan melakukan r*ecording* maka perusahaan SBA Farm mengetahui informasi kegagalan maupun keberhasilan proses penggemukan dombanya, terutama tiga faktor penting yang sederhana yaitu bibit, pakan, dan pemeliharaan. Komponen yang dicatat dalam *recording* agar lebih lengkap adalah dimulai dari jumlah populasi, pemberian pakan, jumlah produksi harian yang dihasilkan, tenaga kerja yang diperlukan, tingkat kematian atau mortalitas ternak yang dipelihara, penyakit yang menyerang, riwayat kesehatan *(medical record)* domba, pencegahan dengan jenis obat yang diperlukan dan pemberian vaksinisasi. Dengan adanya sistem *recording* akan memperbaiki manajemen dan tatakelola perusahaan SBA Farm.

Strategi ke – 3: Memperluas dan meningkatkan *networking*/jaringan pemasaran produk domba Garut

Penetrasi pasar dan pengembangan pasar dilakukan oleh perusahaan SBA Farm dengan menambah *networking* atau jaringan distribusi pemasaran sebagaimana disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 5 Tambahan Jaringan Distribusi pemasaran SBA Farm

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa terdapat pemotongan daging domba untuk pasar tahunan/musiman yang menjadi penetrasi dalam memenuhi kebutuhan daging di pasar konvensional. Mekanismenya dilakukan dengan membuka lapak domba di beberapa lokasi yang disediakan pemerintah setempat. Pengembangan pasar bisa juga dilakukan dengan menambah jaringan distribusi ke seluruh Provinsi Jabar yang baru meliputi wilayah Kota/Kabupaten seperti Subang, Purwakarta, Cianjur, dan Banjar. Pemasaran di wilayah Jabodetabek menjadi rencana pengembangan pasar berikutnya untuk jenis domba hidup karena memiliki permintaan yang sangat tinggi. Pemasaran untuk ekspor bisa diupayakan perusahaan SBA Farm jika, jumlah ternaknya telah mencapai ribuan ekor dengan volume kandang berkapasitas besar. Saluran kedua yaitu pemotongan harian yang dapat dijadikan penetarasi pasar melalui *meat shop*, pasar tradisional dan tukang sate atau pasar sate kiloan (PSK) yang memiliki permintaan daging yang tinggi. Pengembangan jaringan dan akses pasar sama halnya dengan pemotongan musiman atau tahunan yang meliputi wilayah baru di Jabar dan Jabodetabek.

Strategi ke - 4: Menambah olahan produk daging domba baru atau menambah produk daging domba dalam bentuk *frozen*.

Perusahaan SBA Farm belum mampu memenuhi pasar rumah makan dalam lima tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh perusahaan tidak mampu bersaing dengan perusahaan pesaing yang usahanya sejenis dan lebih dulu memasok ke beberapa restoran. Solusi yang ditawarkan adalah mengembangkan produk yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen khususnya rumah makan untuk memenuhi kebutuhan dagingnya. Untuk itu, SBA Farm dapat menambah produk daging domba dalam bentuk *frozen* yang sesuai kebutuhan masyarakat khususnya rumah makan atau restoran. Perusahaan juga menambah olahan produk domba untuk pasar aqiqah dengan membuat paket yang sudah dimasak sehingga menarik konsumen untuk membelinya disertai pelayanan yang prima. Strategi berikutnya, perusahaan dapat menambah olahan produk domba dengan melakukan kerjasama dengan jasa *catering* atau wirausaha makanan dalam membuat sop daging domba atau baso aci domrut.

KESIMPULAN

1. Hasil analisis IFE diperoleh bahwa sumber kekuataan yang berpengaruh terhadap perusahaan yaitu pelanggan tetap untuk pasar qurban sedangkan sumber kelemahannya yaitu siklus produksi yang berlangsung enam bulan sekali. Sementara hasil analisis EFE peroleh bahwa sumber peluang perusahaan yaitu adanya kewajiban mayoritas umat Islam untuk qurban, aqiqah dan hajatan sedangkan ancamannya adalah adanya pesaing yang memiliki usaha sejenis dengan kapasitas yang lebih besar.
2. Hasil total skor matriks IFE dan EFE menempatkan perusahaan dalam sel II dengan skor masing masing 2.486 dan 3.051. Hasil ini mengandung arti bahwa perusahaan sedang tumbuh dan membangun usahanya.
3. Strategi pemasaran prioritas terbesar yaitu menambah tenaga kerja dari lulusan peternakan yang berpengalaman, berkompeten dalam penggemukan domba Garut dan dokter hewan sebagai tenaga kesehatan hewan total nilai daya tarik (TAS) sebesar 6.348.

SARAN

1. Perusahaan SBA Farm perlu menerapkan strategi prioritas utama dalam meningkatkan kapasitas produksi dengan menambah tenaga kerja yang berpengalaman, berkompeten dalam penggemukan domba Garut.
2. Diperlukan penambahan tenaga kerja dokter hewan yang bertugas dalam manajemen *quality control* daging dan mengupayakan pencegahan dan penanganan kesehatan ternak.
3. Perlunya perusahaan menerapkan sistem *recording* modern supaya terukur dalam kegiatan proses penggemukan domba dalam jangka panjang.
4. Perusahaan perlu mempertahankan pasar yang sudah dilayani seperti pasar kurban, pasar aqiqah dan hajatan.
5. Apabila volume penjualan lebih sedikit dibandingkan kurban maka perusahaan disarankan memaksimalkan pemasaran melalui media *online* untuk mendapat konsumen baru agar bisa meningkatkan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Anugrah A. 2017. Strategi Pemasaran Domba pada Peternakan Barkoh Farm, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor [skripsi]. Bogor (ID): Insitut Pertanian Bogor.

[BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut. 2018. Kontibusi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Kabupaten Garut (ID). Badan Pusat Statistik.

[BPS] Badan Pusat Statistik. 2019. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2019. Jakarta (ID). Badan Pusat Statistik.

David FR. 2009. Manajemen Strategis. Jakarta (ID): Penerbit Salemba Empat. Edisi ke-12

[DISNAKAN]Dinas Perikanan dan Perikanan Kabupaten Garut. 2017. Jumlah Populasi Ternak Besar Menurut Jenis di Garut. [Internet]. [diunduh pada tanggal 20 Oktober 2019] Tersedia pada: https://garutkab.bps.go.id/statictable/2018/04/16/348/jumlah-populasi-ternak-besar-menurut-jenis-di-garut-tahun-2017.html

[DITJEN PKH] Direktorat Jenderal Peternakan, dan Kesehatan Hewan. 2017. Produk Domestik Bruto atas dasar tahun harga konstan 2010. [Internet]. [diunduh pada tanggal 21 Oktober 2019] Tersedia pada: http://ditjenpkh.pertanian.go.id

[DITJEN PKH] Direktorat Jenderal Peternakan, dan Kesehatan Hewan. 2018. Produksi Daging Domba Menurut Provinsi. [Internet]. [diunduh pada tanggal 21 Oktober 2019] Tersedia pada: http://ditjenpkh.pertanian.go.id

[DITJEN PKH] Direktorat Jenderal Peternakan, dan Kesehatan Hewan. 2018. Populasi dan Konsumsi Daging Domba dan Kambing Perkapita. [Internet]. [diunduh pada tanggal 22 Desember 2019] Tersedia pada: http://ditjenpkh.pertanian.go.id

Fitrial. 2009. Analisis Tingkat Kelayakan Finansial Penggemukan Kambing dan Domba pada Mitra Tani Farm, di Kecamtan Ciampea, Kabupaten Bogor [skripsi] Bogor (ID): Insitut Pertanian Bogor.

Saputro AS, Hidayat K, Yulianto E. 2016. Perenanaan Strategi Pemasaran Paket Data Kampus Dalam Persaingan Di Bidang Paket Data Internet (Studi Kasus Pada PT. Telkomsel Cabang Malang). Jurnal Administrasi Bisnis. 36(1): 165 & 128.

JURNAL BIOINDUSTRI
Fakultas Bioindustri Universitas Trilogi
Jalan Taman Makam Pahlawan No. 1 Kalibata Pancoran, RT.4/RW.4, Duren Tiga, Pancoran, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12760
E-mail: jbio@trilogi.ac.id
Web: http://trilogi.ac.id/journal/ks/index.php/jbi/

FORM PENILAIAN NASKAH

Judul: "Strategi Pemasaran Domba Garut (Ovies Aries) Di Sba Farm Kabupaten Garut."

Tanggal Terima: 19 Oktober 2020, Tanggal Kembali: ……

	KRITERIA PENILAIAN	Ya	Tidak
1.	Judul tepat, singkat, jelas dan mewakili.	…√…	……
2.	Isi artikel bersifat baru dan orisinal.	…√…	……
3.	Abstrak lengkap dalam menggambarkan isi artikel, akan tetapi ringkas.	……	…√…
4.	Konten sudah tersusun secara sistematika (kaedah penulisan).	√	……
5.	Bagian Pendahuluan	…√…	……
	a. Ketepatan konten, metode, fakta	…√…	……
	b. Tujuan penelitian jelas	…√…	……
	c. Didukung oleh hasil kajian pustaka	……	…√…
6.	Kalimat di dalam naskah bersifat ambigu.		√
7.	Rancangan penelitian diuraikan secara jelas.	…√…	……
8.	Prosedur penelitian secara jelas.	…√…	……
9.	Pembahasan sesuai dengan ruang lingkup penelitian.	…√…	……
10.	Hasil penelitian dibandingkan dengan teori dan temuan penelitian yang relevan.	……	…√…
11.	Hasil analisis data dimaknai dengan benar.	…√…	……
12.	Simpulan didasarkan atas hasil analisis data dan pembahasan.	…√…	……
13.	Hasil penelitian memberi kontribusi terhadap aplikasi dan/atau pengembangan ilmu.	…√…	……

* Mohon memberi tanda *check list* (√) di kolom Ya/Tidak untuk setiap item.

REKOMENDASI

Judul: "Strategi Pemasaran Domba Garut (Ovies Aries) Di Sba Farm Kabupaten Garut "

Mohon berilah tanda *check list* (√) pada pilihan yang tersedia.

(.....) 1. Naskah dapat dimuat tanpa perubahan

(... √) 2. Naskah dapat dimuat dengan perbaikan berikut:

- Abstrak 226 kata (revisi aga tidak lebih dari maks 200 kata)
- Abstrak belum menyebutkan metode penelitian, agar ditambahkan
- Pendahuluan sama sekali belum mensitasi isu yang berkaitan dengan strategi pemasaran (teori maupun kajian empiris), tambahkan dari jurnal atau buku
- Pendahuluan juga masih minim referensi ke jurnal, hanya menyadur data dari BPS dan dari instansi pemerintah lainnya
- Hasil dan pembahasan belum dibandingkan dengan hasil penelitan peneliti lain, agar dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang relevan

(.....) 3. Naskah tidak dapat dimuat karena:

.....

.....

Jakarta, 20 Oktober 2020
Mitra Bebestari/Pembahas,

(Ir. Yodfiatfinda, MM, Ph.D)

Nama Mitra Bebestari : Yodfiatfinda.
Alamat : Komplek Laladon Permai, Jl. Aggrek Blok A No.6
Ciomas - Bogor
Telepon : 081287530422
e-mail : yodfi@trilogi.ac.id

jbio@trilogi.ac.id

Label | Dari | Kepada | Lampiran | Tan

HASIL PENELUSURAN DI EMAIL

saya, Jurnal 2 — 13/7/2020
Jurnal Bioindustri_Arbi Robiansyah
kepadda Yth. Arbi Robiansyah, Muhamad K... Kotak Masuk
LoA 56 Arbi Robi... | JURNAL ARBI RO... | +3

saya, Jurnal 2 — 12/7/2020
Jurnal Bioindustri 2020
jbio@trilogi.ac.id Atas perhatiannya kami u... Kotak Masuk
TEMPLATE Surat ... | JURNAL ARBI RO... | +1

saya — 11/7/2020
Fwd: Jurnal Bioindustri_Arbi Robiansyah
Assalamualaikum ww, selamat siang mohon maaf mengg...
JURNAL ARBI ROBIA... | JURNAL ARBI ROBIA...

Arbi Robiansyah 12/7/2020
kepada jbio

Assalamualaikum w.w.,
selamat malam
mohon maaf mengganggu waktunya

berikut saya lampirkan dokumen template surat pernyataan Orisinilitas dan jurnal terbaru atas:
Nama: Arbi Robiansyah
NIM : 16105027
Prodi : Agribisnis

Terima kasih sebelumnya

JURNAL ARBI R...16105027.docx

TEMPLATE Sur...Orisinilitas.pdf

TEMPLATE Sura...risinilitas.docx