

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BEBEK (AKBAR)
PADA EKOWISATA RUMAH LIMBAH BONKLA BORNEO
DI KOTA BANJARBARU**



HANIFAH SALSABILA

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU
2026**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BEBEK (AKBAR) PADA
EKOWISATA RUMAH LIMBAH BONKLA BORNEO
DI KOTA BANJARBARU**

Oleh :
Hanifah Salsabila
2210514220021

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian pada
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU
2026**

RINGKASAN

Hanifah Salsabila. Analisis Strategi Pemasaran Bebek (Akbar) Pada Ekowisata Rumah Limbah Bonkla Borneo di Kota Banjarbaru, dibimbing oleh Nina Budiwati

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dihadapi pihak pengelola dalam pemasaran Bebek Akbar di Kota Banjarbaru dan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan di Bebek Akbar di kota Banjarbaru. Penelitian dilaksanakan di Bebek Akbar pada Ekowisata Rumah Limbah Bonkla Borneo Jalan Kebun Karet Gang Jolali Ujung, RT 018, RW 007, Kelurahan Loktabat Utara, Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2026 sampai dengan Juni 2026 dimulai dari penyusunan proposal, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penulisan laporan hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Responden terdiri dari Ibu dan Bapak pemilik Bebek Akbar dan 18 konsumen Bebek Akbar. Untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama yaitu dengan analisis deskriptif kualitatif. Untuk dapat menjawab tujuan penelitian yang kedua yaitu dengan menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, dan matriks SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan faktor internal yang mempengaruhi strategi pemasaran Bebek Akbar adalah produk berbasis ramah lingkungan, produk yang lebih aman dan sehat, tidak bergantung pada harga pakan di pasaran, memiliki legalitas usaha dan sertifikasi halal, lokasi UMKM yang strategis, serta biaya produksi yang rendah. Adapun kelemahan usaha terletak pada sistem penjualan *pre-order*, waktu panen bebek yang lebih lama, belum memaksimalkan pemanfaatan media sosial, serta teknologi yang sederhana dalam pengelolaan produk.

Dari sisi eksternal, peluang usaha berasal dari bantuan program CSR PLN, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pangan yang sehat dan aman dikonsumsi, produk bebek dengan pakan organik masih jarang dikembangkan, potensi masuk ke minimarket dan supermarket, serta tingginya permintaan pasar terhadap olahan bebek. Sementara itu, ancaman yang dihadapi usaha meliputi persaingan dengan produk olahan bebek sejenis, adanya produk substitusi dengan harga yang lebih terjangkau, risiko kualitas bibit yang tidak optimal, rentan terhadap risiko penyakit tetelo dan kepala bengkak, serta terbatasnya ketersediaan bibit unggul dari BPTU Tambang Ulang.

Strategi pemasaran pada Bebek Akbar berada pada sel IV atau *Growth and Build* (tumbuh dan membangun). Posisi ini menunjukkan bahwa usaha memiliki potensi untuk berkembang dan memperluas pasar dengan memanfaatkan kekuatan serta peluang yang dimiliki. Kekuatan utama Bebek Akbar adalah produk bebek lebih aman dan sehat dengan skor tertinggi sebesar 0,44, sedangkan kelemahan utama adalah belum memaksimalkan pemanfaatan media sosial dan teknologi yang masih sederhana dalam pengelolaan produk dengan skor 0,11. Dari sisi eksternal, strategi pemasaran dipengaruhi oleh peluang dan ancaman. Peluang utama Bebek Akbar adalah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pangan yang sehat dan aman dikonsumsi dengan skor 0,36, sementara itu, ancaman utama yang dihadapi adalah terbatasnya ketersediaan bibit unggul dari BPTU Tambang Ulang dengan skor 0,19.

HALAMAN PENGESAHAN

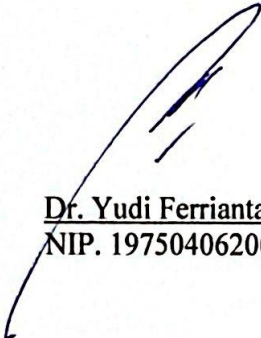
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Bebek (Akbar) Pada Ekowisata Rumah
Limbah Bonkla Borneo di Kota Banjarbaru

Nama : Hanifah Salsabila

NIM : 2210514220021

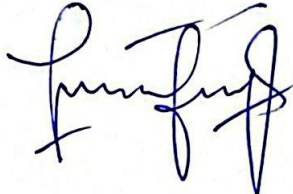
Jurusan : Agribisnis

Diketahui oleh:
Ketua Jurusan Agribisnis



Dr. Yudi Ferrianta, S.P., M.P.
NIP. 197504062000031001

Menyetujui:
Dosen Pembimbing,



Nina Budiwati, S.P., M.Si.
NIP. 196901191994032002

Tanggal Lulus: 31 Juli 2026

SERTIFIKAT

Nomor : 522 /UN8.1.23/SP/2026

Sertifikat ini diberikan kepada:

HANIFAH SALSABILA

NIM : 2210514220021

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa dengan indeks sebesar:

12%

Banjarbaru, 02 September 2026

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Prof. Dr. Ir. Kasumantri, S.Pt., M.Si., M.Sc., IPM. 

NIP. 197308071998031003

RIWAYAT HIDUP



Hanifah Salsabila lahir di Sangatta, pada tanggal 14 Maret 2004 sebagai anak kelima dari lima bersaudara, pasangan Drs. Haminuddin Karim dan Dra. Hartatik. Lulus sekolah menengah atas SMAIT Ihsanul Fikri Mungkid pada tahun 2022, dan melanjutkan studi ke Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat pada tahun 2022 melalui jalur SBMPTN.

Pada tahun 2024 memperoleh pendananaan P2MW yang diadakan oleh KemdikSaintek. Pada tahun 2024 memperoleh juara 3 dalam lomba Business Plan Competition tingkat Nasional yang diadakan oleh UMKM PP FIM ULM. Penulis menjadi penerima beasiswa Kaltim Tuntas tahun 2022-2026.

Penulis aktif mengikuti organisasi Koperasi Mahasiswa Fakultas Pertanian ULM sebagai Sekertaris pada tahun 2024-2025. Penulis juga aktif mengikuti organisasi BSO LDK UKMM ULM sebagai anggota bidang Kaderisasi tahun 2025.

Penulis juga mengikuti kegiatan Magang Rekognisi di PT Perkebunan Nusantara IV regional V Kebun Danau Salak, Kecamatan Mataraman, Kabupaten Banjar pada bulan Juli-September 2025. Pada bulan Januari 2025, Penulis mulai merancang penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Bebek (Akbar) Pada Ekowisata Rumah Limbah Bonkla Borneo Di Kota Banjarbaru. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2026, disusul dengan tahap penulisan hasil skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Bebek (Akbar) Pada Ekowisata Rumah Limbah Bonkla Borneo Di Kota Banjarbaru tepat pada waktunya.

Dalam penyelesaian penelitian ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan semangat dan motivasi. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orangtua dan saudara penulis atas segala dukungan dan motivasi yang telah diberikan.
2. Ibu Nina Budiawati S.P., M.Si. sebagai dosen pembimbing.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Agribisnis atas segala ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan.
4. Bapak dan Ibu pemilik Bebek Akbar yang telah membantu penulis dalam proses pengumpulan data.
5. Teman-teman saya yaitu Nisrina Nazhifa, Widi Rahmah Sangga Langit, Mirranda Khomariyah, Hidayati, Sri Hentri Irma Lestari, Hatma, Nur Kumala Putri, dan Siti Nurhasanah atas sumbangan pikiran, tenaga dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Banjarbaru, 31 Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR LAMPIRAN	iv
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah	2
Tujuan Penelitian.....	2
Kegunaan Penelitian	2
METODE PENELITIAN	3
Tempat dan Waktu Penelitian	3
Jenis dan Sumber Data	3
Metode Pengumpulan Data	3
Metode Penarikan Contoh	3
Definisi Operasional Variabel	4
Analisis Data	4
HASIL DAN PEMBAHASAN	8
Gambaran Umum Usaha	8
Budidaya Bebek.....	8
Karakteristik Responden.....	11
Identifikasi Faktor Internal Dan Eksternal	12
Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)	19
Analisis Matriks SWOT	20
KESIMPULAN DAN SARAN	8
Kesimpulan.....	8
Saran	8
DAFTAR PUSTAKA.....	25
LAMPIRAN	26

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Lokasi Bebek Akbar	8
2.	Budidaya bebek	9
3.	Produk Bebek Akbar	10
4.	Diagram SWOT	23

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Matriks EFI.....	5
2.	Matriks EFE.....	5
3.	Matriks IE	6
4.	Matriks SWOT.....	7
5.	Rata-rata biaya produksi pada bulan Mei 2026	10
6.	Volume penjualan rata-rata berdasarkan varian produk pada Mei 2026	10
7.	Karakteristik responden berdasarkan umur	11
8.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	11
9.	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	12
10.	Matriks IFE	15
11.	Matriks EFE.....	17
12.	Matriks IE	20
13.	Matriks SWOT.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1.	Peta lokasi penelitian	27
2.	Identitas responden	28
3.	Total perhitungan bobot IFE.....	28
4.	Total perhitungan bobot EFE.....	29
5.	Tabulasi skor rating responden terhadap SWOT (<i>Strength, Weaknesess, Opportunities, Threats</i>)	30
6.	Dokumentasi penelitian di Bebek Akbar	32
7.	Nomor Induk Berusaha.....	34
8.	Sertifikat Halal.....	35