

## BAURAN PEMASARAN USAHA AYAM BROILER (STUDI KASUS USAHA PETERNAKAN UD. SWAMI DI KECAMATAN LABUHAN BADAS)

Siti Nurwahidah<sup>1\*</sup>, Yadi Hartono<sup>2</sup>, Gianti Dwi Hapsari<sup>3</sup>

Fakultas Pertanian Universitas Samawa, Sumbawa Besar

[nurwahidahsiti@yahoo.co.id](mailto:nurwahidahsiti@yahoo.co.id)<sup>1\*</sup>, [yadihartono82@yahoo.com](mailto:yadihartono82@yahoo.com)<sup>2</sup>, [giantidwihapsari1999@gmail.com](mailto:giantidwihapsari1999@gmail.com)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bauran pemasaran usaha ayam broiler di UD. SWAMI Kecamatan Labuhan Badas. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Februari 2021 di Desa Labuhan Sumbawa Kecamatan Labuhan Badas. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden yang membeli ayam broiler UD. SWAMI yang diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara atau kuesioner, dan dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif. Dari hasil penelitian diketahui bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan pada produk yaitu memasarkan berbagai jenis produk olahan ayam seperti ayam hidup, ayam bersih (Karkas), ayam parting (dada, paha, sayap), ada juga sisa bagian ayam karkas seperti kepala, ceker, usus, ati, ampela, yang dijual terpisah baik dalam kondisi fresh ataupun beku. Penetapan harga menggunakan harga yang sesuai dengan harga pasaran dan juga memberi potongan harga. Tempat/saluran distribusi produk dilakukan secara langsung yaitu konsumen datang langsung ketempat usaha dan juga melalui pedagang pengepul. Promosi menggunakan media offline yang berupa promosi dari mulut ke mulut dan pemasangan papan nama untuk mempromosikan kegiatan usahanya. Tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran berdasarkan masing-masing aspek sebagai berikut: (1) aspek produk kategori baik, (2) aspek harga kategori baik, (3) aspek tempat kategori sangat baik, (4) aspek promosi kategori cukup dan dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD. SWAMI sudah berjalan dengan baik.

**Kata Kunci:** *Bauran Pemasaran, Ayam Broiler, UD. SWAMI.*

### 1. PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Usaha ternak salah satu jenis usaha yang sangat potensial dikembangkan. Salah satu jenis ternak yang banyak dipelihara adalah ayam broiler karena kemampuannya sebagai penghasil daging yang potensial. Ayam broiler atau ayam pedaging ini memiliki siklus produksi yang pendek sekitar 4 sampai 7 minggu yang dipelihara secara intensif untuk mendapatkan produksi daging yang optimal (Yuwanta, 2004). Ayam broiler pada fase hidup awal memiliki pertumbuhan yang cepat, setelah itu pertumbuhannya menurun dan akhirnya berhenti akibat pertumbuhan jaringan yang membentuk tubuh. Kelebihan ayam broiler adalah pertambahan bobot badan sangat cepat, dagingnya empuk, ukuran badan besar, padat dan berisi, efisiensi terhadap pakan relatif tinggi, hampir sebagian besar dari pakan mampu

diubah menjadi daging sedangkan kelemahannya adalah membutuhkan pemeliharaan yang intensif dan cermat serta relatif lebih peka terhadap infeksi penyakit (Rasyaf, 2003).

Pemasaran menjadi kegiatan pokok dalam suatu perusahaan khususnya usaha ayam broiler. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan untuk memasarkan suatu produk atau jasa yang memiliki nilai guna dan kualitas kepada pihak yang membutuhkan. Pemasaran pada dasarnya suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari seluruh kegiatan usaha. Salah satu unsur dalam kegiatan pemasaran tersebut adalah bauran pemasaran. Bauran pemasaran sangat penting diperhatikan pada saat awal pembentukan suatu usaha. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya dipasar sasarannya. Para pemasar pada umumnya menggunakan bauran pemasaran ini sebagai alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan oleh perusahaan dari pasaran mereka atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau untuk menciptakan pembelian atas produk perusahaan. Bauran pemasaran terdiri dari empat variabel yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Selain produk, harga merupakan hal penting dalam kegiatan usaha yang dilakukan. Harga membantu konsumen untuk menentukan seseorang akan membeli barang atau tidak. Suatu perusahaan menentukan nilai untuk mendapatkan laba dari perusahaan tersebut. Tempat atau lokasi usaha salah satu faktor utama yang juga perlu diperhatikan karena tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya. Dan unsur bauran pemasaran lainnya yang digunakan oleh perusahaan yaitu promosi. Promosi adalah segala kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan produknya kepada pasar sasarannya. Keempat variabel ini sangat menentukan bagaimana produk yang dijual dapat dibeli oleh konsumen ataupun tidak karena masing-masing variabel menentukan bagaimana produk tersebut akan dijual kepada konsumen. Salah satu usaha yang sudah menerapkan bauran pemasaran ini adalah UD. SWAMI. UD. SWAMI merupakan usaha yang bergerak di bidang peternakan ayam broiler di Kabupaten Sumbawa yang berlokasi di Kecamatan Labuhan Badas tepatnya di Desa Labuhan Sumbawa. Ayam broiler yang disediakan oleh UD. SWAMI ini diproduksi sendiri. Ayam broiler yang diproduksi memiliki harga relatif lebih murah dibandingkan harga pasaran sehingga terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. Tempat atau lokasi UD. SWAMI ini berada didalam Kota Sumbawa dan telah dipasang papan nama usaha sebagai media promosi yang memudahkan pembeli untuk mengetahui keberadaan usaha ayam broiler.

Dengan melihat peluang pasar yang demikian, tentunya langkah selanjutnya yang perlu diperhatikan dalam mengusahakan bisnis ayam broiler ini diantaranya dengan menerapkan bauran pemasaran. Penerapan sistem bauran pemasaran yang terorganisir, maka perusahaan akan lebih mudah untuk memenuhi tujuan dari pemasaran yaitu mampu bersaing dan menembus pasaran yang luas.

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bauran pemasaran usaha ayam broiler di UD. SWAMI di Kecamatan Labuhan Badas.

## 2. METODE PENELITIAN

### Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) di Desa Labuhan Sumbawa Kecamatan Labuhan Badas tepatnya di usaha peternakan UD. SWAMI. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Februari 2021.

### Jenis Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu produk, harga, tempat/lokasi dan bentuk promosi pada UD. SWAMI. Adapun data yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan prosedur pelaksanaan “Bauran pemasaran usaha ayam broiler (studi kasus usaha peternakan UD. SWAMI Desa Labuhan Sumbawa Di Kecamatan Labuhan Badas)”.

### Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti melakukan dua jenis proses analisis data, yaitu analisis data deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

#### 1. Deskriptif Kualitatif

Data kualitatif dalam penelitian ini diperoleh dari pengusaha dalam bentuk informasi maupun gambaran umum lokasi penelitian dan komponen bauran pemasaran.

#### 2. Deskriptif Kuantitatif

Penelitian ini menganalisis bauran pemasaran yang diterapkan di usaha ayam broiler UD. SWAMI dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan konversi data melalui Skala Likert.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Bauran Pemasaran

#### 1. Produk

Produk yang ditawarkan oleh UD. SWAMI yaitu ayam broiler. Jenis ayam yang digunakan adalah malindo. Jenis ini dipilih karena daya tahan terhadap penyakit, tahan dengan cuaca ekstrem serta pertumbuhan yang sangat cepat. UD. SWAMI ini menawarkan berbagai jenis produk olahan ayam seperti ayam hidup, ayam bersih (karkas), ayam parting (dada, paha, sayap), ada juga bagian nonkarkas seperti kepala, ceker, usus, ati, ampela, yang dijual terpisah baik dalam kondisi fresh ataupun beku (frozen).

UD. SWAMI mempertahankan kualitas ayam dengan cara melakukan pengecekan kualitas ayam terlebih dahulu sebelum dipanen dan dipasarkan. Ayam dipanen saat berumur  $\pm 40$  hari agar kualitas daging tetap terjaga. UD. SWAMI menyediakan ayam sesuai dengan kebutuhan konsumen, mereka menyediakan ayam broiler dari berat 1,8 Kg per ekor sampai dengan ukuran ayam 2,8 Kg per ekornya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UD. SWAMI yang diukur menggunakan pengukuran skala likert, tanggapan responden tentang produk yang ditawarkan

oleh UD. SWAMI kepada konsumen dengan rata-rata nilai 4,1 dapat dikatakan berjalan dengan baik.

## 2. Harga

Harga ayam broiler yang ditawarkan UD. SWAMI terdiri dari :

**Tabel.1. Daftar Harga Ayam Broiler**

| No | Produk                                                                                                                                 | Harga (Rp)                                       |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1  | Ayam hidup                                                                                                                             | 50.000-60.000/ekor                               |
| 2  | Ayam bersih                                                                                                                            | 40.000/kg                                        |
| 3  | Ayam parting                                                                                                                           | 40.000/kg                                        |
| 4  | Bagian nonkarkas <ul style="list-style-type: none"><li>• Kepala</li><li>• Kaki/ceker</li><li>• Usus</li><li>• Ati dan ampela</li></ul> | 15.000/kg<br>15.000/kg<br>25.000/kg<br>40.000/kg |
| 5  | Ayam beku (frozen)                                                                                                                     | 38.000/kg                                        |

Pada tabel 1. menunjukkan bahwa harga dari produk ayam broiler UD. SWAMI sangat bervariasi, ayam yang masih hidup dijual dengan harga Rp.50.000 sampai Rp.60.000/ekor tergantung berat ayamnya. Harga ayam bersih, ayam parting, ati dan ampela dijual dengan harga Rp.40.000/kg. Harga kepala dan kaki/ceker ayam broiler dijual dengan harga Rp.15.000/kg. Harga usus ayam bersih dijual dengan harga Rp.25.000/kg dan harga ayam beku (frozen) dijual dengan harga Rp.38.000/kg. Bagian-bagian ayam dijual dengan harga yang berbeda-beda sesuai dengan kualitas ayam tersebut. Pada bagian ayam parting (dada, paha, sayap) merupakan tolak ukur kualitas ayam pedaging karena sebagian otot komponen pembentuk daging berada pada bagian ini.

UD. SWAMI menyediakan potongan harga apabila konsumen yang bersangkutan melakukan pembelian secara borongan hingga 3 kg ayam dengan harga Rp.38.000 dan pembelian >10 kg ayam diberi potongan harga Rp.37.000.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UD. SWAMI yang diukur menggunakan pengukuran skala likert, tanggapan responden tentang harga yang ditawarkan oleh UD. SWAMI kepada konsumen dengan rata-rata nilai 3,71 dapat dikatakan berjalan dengan baik.

## 3. Tempat

Tempat UD. SWAMI yang dipilih, memudahkan konsumen dalam memperoleh ayam broiler yang dibutuhkan karena tempatnya yang strategis dan mudah diakses karena terletak disamping jalan raya yang dilalui oleh transportasi umum yang berada di Jalan Garuda Desa Labuhan Sumbawa Kecamatan Labuhan Badas. Calon konsumen baru pun dapat dengan mudah menemukannya karena mudah dicari.

Ayam-ayam UD. SWAMI di datangkan langsung setelah panen menggunakan mobil pick up dari tempat lokasi usaha peternakan ayam broiler yang terletak di Dusun Batu Nisung Desa Karang Dima Kecamatan Labuhan Badas. Lokasi ini dipilih karena lokasi ini memiliki lahan yang luas dan berada jauh dari pemukiman penduduk, sehingga kegiatan budidaya ayam broiler lebih mudah dan aman serta tidak membuat masyarakat dan lingkungan sekitar terganggu karena bau kotoran ayam yang menyengat.

UD. SWAMI juga menggunakan mobil pick up untuk melakukan pengiriman ayam ke konsumen dengan ongkos kiriman Rp.3.000 dengan minimal belanja 5 kg ayam. Adapun saluran distribusi yang dilakukan oleh UD. SWAMI :

a) Produsen → Konsumen/Akhir

Pada saluran distribusi ini UD. SWAMI langsung memasarkan kepada konsumen produknya tanpa perantara.

b) Produsen → Pengepul & pengecer

→ Konsumen/Akhir

Pada saluran ini UD. SWAMI memasarkan produknya kepada pedagang pengepul dan pengecer sebagai perantara kemudian pedagang pengepul dan pengecer ini memasarkan kembali kepada konsumen. Setiap harinya, ayam broiler UD. SWAMI dapat menjual sekitar 500 kg ayam.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UD. SWAMI yang diukur menggunakan pengukuran skala likert, tanggapan responden tentang tempat yang ditawarkan oleh UD. SWAMI kepada konsumen dengan rata-rata nilai 4,3 dapat dikatakan berjalan dengan sangat baik.

#### **4. Promosi**

Promosi yang dilakukan UD. SWAMI yaitu dengan mengandalkan pada promosi media offline yang berupa promosi dari mulut ke mulut dan pemasangan papan nama untuk mempromosikan kegiatan usahanya.

a) Mulut ke Mulut

Salah satu promosi yang dilakukan UD. SWAMI yaitu dengan pengenalan produk secara langsung kepada konsumen, melalui informasi perorangan menyebar ke orang lain atau ke konsumen lain.

b) Papan Nama

UD. SWAMI melakukan promosi dengan cara memasang papan nama atau plang, Dengan menggunakan papan nama orang lain menjadi lebih mengetahui dimana lokasi UD. SWAMI dan juga memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang diproduksi oleh UD. SWAMI.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UD. SWAMI yang diukur menggunakan pengukuran skala likert, tanggapan responden tentang promosi yang ditawarkan oleh UD. SWAMI kepada konsumen dengan rata-rata nilai 3,12 dapat dikatakan berjalan dengan cukup baik.

#### 4. KESIMPULAN

##### Kesimpulan

1. Produk UD. SWAMI menyediakan berbagai jenis olahan ayam seperti ayam hidup, ayam bersih, ataupun ayam beku. UD. SWAMI selalu berusaha dalam memberikan kepuasan pada konsumennya dengan menyediakan ukuran ayam sesuai permintaan konsumen dari ukuran badan 1,8Kg sampai 2,8Kg per ekor.

2. Penetapan harga yang dilakukan

UD. SWAMI menyesuaikan pangsa pasar yang berlaku agar konsumen tidak berpindah ke ayam broiler lain. Harga ayam di UD. SWAMI beranekaragam dimulai dari harga Rp.15.000 sampai dengan harga Rp.60.000 sesuai dengan produk yang akan dibeli. UD. SWAMI menyediakan potongan harga (diskon) bagi konsumennya. Diskon ini berupa pengurangan harga dengan minimal pembelian.

3. Tempat atau lokasi kantor ayam broiler UD. SWAMI cukup strategis yang terletak disamping jalan raya yang dilalui oleh transportasi umum yang berada di Jalan Garuda Labuhan Sumbawa. Lokasi usaha UD. SWAMI terletak di Dusun Batu Nisung Desa Karang Dima Kecamatan Labuhan Badas. Lokasi ini dipilih karena lokasi ini memiliki lahan yang luas dan berada jauh dari pemukiman penduduk, sehingga kegiatan budidaya ayam broiler lebih mudah dan aman serta tidak membuat konsumen dan lingkungan sekitar terganggu karena bau kotoran ayam yang menyengat. UD. SWAMI juga menggunakan mobil pick up untuk melakukan pengiriman ayam ke konsumen dengan ongkos kiriman Rp.3.000 dengan minimal belanja 5 kg ayam. Sedangkan saluran distribusi yang diterapkan UD. SWAMI ada dua cara yaitu secara langsung dan melalui perantara. Penerapan saluran distribusi secara langsung UD. SWAMI dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan atau konsumen tanpa adanya perantara. Kemudian saluran distribusi melalui perantara yaitu melalui pedagang pengepul dan pengecer. UD. SWAMI dapat menjual ayam broiler setiap harinya hingga 500 Kg.

4. Promosi yang dilakukan oleh UD. SWAMI menggunakan promosi secara offline yang berupa promosi dari mulut ke mulut dan menggunakan papan nama yang terpasang didepan usaha. Promosi ini bertujuan agar konsumen lebih mengetahui dimana lokasi UD. SWAMI.

5. Berdasarkan hasil analisis, tanggapan konsumen terhadap UD. SWAMI berdasarkan masing-masing aspek bauran pemasaran yaitu aspek produk dengan nilai 4,1 kategori baik, aspek harga dengan nilai 3,71 kategori baik, aspek tempat dengan nilai 4,3 kategori sangat baik dan aspek promosi dengan nilai 3,12 kategori cukup serta dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD. SWAMI sudah berjalan dengan baik.

##### Saran

1. Hendaknya UD. SWAMI selalu meningkatkan bauran pemasarannya sehingga dapat mencapai target yang lebih, dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan maupun konsumen baru, dengan memberikan perhatian lebih karena suatu usaha akan semakin maju apabila didukung oleh banyaknya konsumen yang membeli produk yang dijualnya, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat akan segala pelayanan yang diberikan dalam membantu tercapainya kepuasan konsumen.

2. Hendaknya UD. SWAMI lebih meningkatkan promosinya tidak hanya melalui dari mulut ke mulut dan papan nama tetapi bisa lebih meningkatkan dengan promosi lainnya seperti menggunakan media online karena dengan teknologi yang canggih seperti sekarang konsumen dapat mengetahui keberadaan dan produk yang diproduksi UD. SWAMI dengan mudah.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. 2000. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. and K. L. Keller. 2017. Marketing Managemen. 15<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P, dan G. Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Rasyaf, M. 2003. Beternak Ayam Pedaging. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Swastha, B. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Yuwanta. 2004. Teknik modern Beternak Ayam. Yasaguna. Jakarta.