

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI BIBIT DOC AYAM PETELUR (STUDI PADA UD. JUAN FARM)

Baiq Deria Ayuning Fatika¹, Wanda Puspita Wulandari²

dyaderia@gmail.com¹

Universitas Nahdlatul Wathan

ABSTRAK

Industri ayam petelur bergantung pada ketersediaan DOC berkualitas. Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran UD. Juan Farm, Lombok Tengah, dalam meningkatkan minat beli peternak. Metode deskriptif kualitatif dengan wawancara dan observasi digunakan. Hasil menunjukkan bauran 7P diterapkan: (1) Product: biosekuriti & vaksinasi ketat; (2) Price: fleksibel dengan diskon kuantitas; (3) Place: distribusi jemput bola; (4) Promotion: media sosial; (5) People: pelayanan ramah; (6) Process: alur cepat; (7) Physical Evidence: kandang bersih. Strategi ini efektif meningkatkan kepercayaan & minat beli, namun terkendala lokasi kurang strategis dan fluktuasi harga pasar. Rekomendasi: inovasi promosi digital dan perluasan jaringan distribusi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, 7P, Minat Beli, DOC Ayam Petelur, Peternakan.

PENDAHULUAN

Telur adalah sumber protein hewani paling terjangkau. Tapi jarang orang sadar: kunci telur berkualitas ada di bibit ayamnya. Bibit DOC Day Old Chick yang sehat = ayam produktif = telur melimpah. Sayangnya, pemasaran DOC di tingkat peternak lokal masih banyak kendala: harga fluktuatif, promosi seadanya, lokasi kandang jauh.

UD. Juan Farm di Kelurahan Tiwugalih, Lombok Tengah merasakan langsung. Didirikan 2016, awalnya jual telur. Saat Covid-19 harga telur anjlok, biaya pakan naik, pemilik Bapak Irwan banting setir fokus jual DOC. 5 tahun berjalan, kini punya 4 kandang cabang. Apa rahasianya?

METODE

Penelitian ini pakai metode deskriptif kualitatif. Data digali lewat wawancara pemilik, karyawan, konsumen, plus observasi langsung ke kandang. Teori yang dipakai: Bauran Pemasaran 7P + Analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Product: Kualitas = Nyawa

Juan Farm nggak main-main soal bibit. Biosekuriti ketat, vaksin terjadwal, pakan sesuai usia, vitamin rutin. Sebelum kirim ke konsumen, kondisi DOC dicek dulu. Hasilnya: DOC sehat, tingkat kematian rendah. Peternak percaya.

2. Price: Fleksibel tapi Tetap Untung

Harga nggak dipatok kaku. Beli banyak dapat diskon. Saat harga pasar naik, Juan Farm nggak langsung ikut naik drastis. Ini bikin peternak kecil tetap mampu beli.

3. Place: Jemput Bola

Lokasi kandang di Tiwugalih memang kurang strategis. Solusinya: aktif antar ke peternak & buka akses lewat WA. Distribusi nggak nunggu pembeli datang.

4. Promotion: Medsos Jadi Andalan

Promosi dari mulut ke mulut udah nggak cukup. Juan Farm pakai Instagram & Facebook buat edukasi perawatan DOC, info stok, testimoni. Peternak pemula jadi terbantu.

5. People: Ramah = Repeat Order

Pelayanan ramah & cepat tanggap komplain jadi nilai plus. Peternak nggak cuma beli

DOC, tapi juga dapat "teman konsultasi" kalau ayamnya sakit.

6. Process: Jelas & Cepat

Alur pemesanan simpel: WA → cek stok → transfer → kirim. Nggak bertele-tele. Transparansi bikin peternak tenang.

7. Physical Evidence: Kandang Jadi Etalase

Kandang bersih, tertata, bukti biosekuriti jalan. Peternak yang datang lihat langsung yakin: "Ini DOC dirawat beneran".

Kendala yang Masih Dihadapi

Meski 7P udah jalan, 2 PR besar Juan Farm:

- 1) Lokasi kandang kurang strategis, biaya antar membengkak.
- 2) Harga pasar DOC fluktuatif tergantung pabrik & pakan jagung.

KESIMPULAN

Strategi 7P UD. Juan Farm terbukti efektif meningkatkan minat beli. Kuncinya: kualitas DOC dijaga + pelayanan ramah + promosi digital. Namun, untuk naik kelas, Juan Farm perlu inovasi: live TikTok edukasi, kerja sama koperasi, dan buka titik distribusi baru biar nggak kejauhan.

Di era digital, peternak yang mau melek pemasaran = peternak yang bertahan. DOC bagus aja nggak cukup, harus dibarengi strategi yang bagus juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmali, A. (2020). Modul PKWU SMA Unggas Petelur. Kemdikbud
- Bukhari, M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo. IAIN
- Dewi, S. dkk. (2022). Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Kelangsungan UMKM Roti Kukus Anggun Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEKMA), vol (1): 1-11.
- Fahrozi, H. (2022). Strategi Usaha Ayam Petelur UD Aulia Jaya Farm. UIN Mataram
- FAO. (2020). Livestock Primary Reports. www.fao.org
- Gulo, M.H. & Gea, I. (2023). Strategi Pemasaran Ayam Kampung di Sitanding. Jurnal Pendidikan Sosial
- Harun, A.M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Toko Distro Distrik Palopo. IAIN Palopo.
- Helmarini. & Gusmasari, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Penjualan Produk Krupuk Gurita (Kuritos) di Desa Linau Kabupaten Kaur. Jurnal Multi Disiplin Dehasen (MUDE). Vol (1):295-300.
- Imran, S. dkk. (2024) Diversifikasi Pendapatan Ayam Petelur. ZIRAA'AH BPS. (2023). Statistik Peternakan Nasional 2023.
- Juniarti, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Telur Ayam Petelur (Studi Kasus Pada Peternakan Ibu Sukinem Desa Sumbersawit Kecamatan Sidorejo Kabupaten Magetan). Universitas Pakuan Bogor.
- Kementan. (2023). Outlook Komoditas Unggas. www.pertanian.go.id
- Lumenta, I.D.R. & Osak, R. (2022). Analisis Pendapatan Peternakan Golden Paniki. Semanticscholar
- Maulana, M. & Hardianawati, H. (2023). Kelayakan Bisnis Ayam Petelur Skala Kecil. (JMBA) Jurnal Manajemen dan Bisnis
- Nurmayasari, F. dkk. (2024). Marketing DOC di Bogor. Jurnal Agristan
- Nurul, I. (2023). Strategi Pemasaran Usaha Ayam Petelur Dua Naga Jaya dalam Meningkatkan Daya Saing di Pati. IAIN
- Pabendon, T. & Sahelani, N. (2022). Strategi Pemasaran Ayam Petelur Mandiri. Jurnal KRITIS
- Perwita, D. & Herwiyanti, E. (2023). Manajemen Usaha Peternakan Ayam Kampung. UNSOED
- Prasetyawati, E. & Ferdiana, B. (2023). Pemberdayaan Santri Budidaya Ayam Petelur.

Wisanggeni

- Primaprakoso, M.A. & Rosad, M.E. (2023). Perancangan Strategi Pemasaran Broiler. Telkom University Rizkuna, A. dkk. (2025). Manajemen Pemeliharaan Ayam Pejantan. PKM Journal
- Rahayu, N.A.P. & Arisena, G.M.K. (2023). Pendapatan dan Resiko Usaha Ayam Petelur. UB Jurnal Rasyid, M.M. (2017). Strategi Pemasaran Ayam Buras Desa Tugondeng Kecamatan Herlang Kabupaten Blukumba. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Rofatin, B. & Widi R.H. (2024). Strategi Pemasaran DOC Ayam Kampung. Jurnal Agristan
- Rofatin, B. (2024). DOC Berkualitas Sonofera Farm Bogor. Semantic Scholar
- Rozalina, R. & Juanda, B.R. (2023). Pemberdayaan Peternak Ayam Petelur. UNPAK Repository
- Saputra, I.W. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Butik Adiba Collection di Desa O'O Dompu. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Sermaf, N.J.F.H. (2022). Strategi Pemasaran Sagu dalam Meningkatkan Potensi Pasar Perspektif Manajemen Bisnis Syariah. Journal of Islamic Economic and Business (JIEB). Vol (4): 61-78.
- Simangunsong, J.H. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Beli Konsumen IM Parfume di Kota Medan. Repository Universitas HKBP Medan
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R&D.
- Yani, F. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Usaha Krupuk Kemplang Terhadap Usaha (Studi Kasus Home Industri di Desa Adijaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah). Institut Agama Islam Negeri (IAIN).