



Submitted Date: June 15, 2022

Accepted Date: January 3, 2023

Editor-Reviewer Article : A.A. Pt. Putra Wibawa & Eny Puspani

STRATEGI PEMASARAN PAKAN ITIK *DUCK COFEED*

Prasetyo, Y.A.E., B. R. T. Putri, dan N.G.K. Roni

PS. Sarjana Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Udayana, Denpasar, Bali
e-mail: sdeanoveko@student.unud.ac.id, No. Tlp: 081384563712

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran pakan itik *Duck Cofeed*. Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilakukan di rumah produksi *Duck Cofeed* Kerambitan, Kabupaten Tabanan. Jumlah responden sebanyak 7 orang, yang terdiri dari 2 responden praktisi yaitu peternak dan pedagang yang pernah menggunakan dan menjual produk *Duck Cofeed*, 3 responden akademisi merupakan dosen Fakultas Peternakan Universitas Udayana yang paham dibidang pemasaran *Duck Cofeed*, dan 2 responden pengambil keputusan yang memiliki pemahaman yang baik tentang ransum itik *Duck Cofeed* serta aturan dan perijinan dalam pemasaran ransum itik. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data dikumpulkan melalui observasi, indepth interview dan wawancara dengan bantuan kuisioner. Analisis yang digunakan ada 3 yaitu, 1) analisis internal dan eksternal usaha untuk menemukan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dimasukkan kedalam matriks IFE dan EFE; 2) matriks IE yang digunakan untuk menentukan posisi usaha; 3) analisis SWOT digunakan untuk menyusun alternatif strategi pemasaran pakan itik *Duck Cofeed*. Hasil analisis IFE dan EFE penelitian ini menunjukkan bahwa posisi strategi pemasan pakan itik *Duck Cofeed* berada pada sel ke IX pada matriks IE masuk dalam kelompok ke 3 dengan devisi divestasi. Hasil analisis strategi pemasaran menunjukkan bahwa strategi prioritas adalah membuat tabel alternatif bahan baku *Duck Cofeed* dengan mempertahankan nutrisi yang tinggi dan harga jual yang terjangkau dengan nilai TAS 1,53.

Kata kunci: strategi pemasaran, duck cofeed, SWOT, QSPM

MARKETING STRATEGY OF DUCK COFEED

ABSTRACT

This study aims to analyze the internal and external environmental factors that influence the marketing strategy of Duck Cofeed. This research is a case study conducted at the production house of Duck Cofeed Kerambitan, Tabanan Regency. The number of respondents was 7 people, consisting of 2 practitioners respondents, 3 academic respondents in the field of

animal husbandry, and 2 decision makers respondents. Sources of data used are primary and secondary data. Data were collected through observation, in depth interviews and interviews with the help of questionnaires. There are 3 analyzes used, namely, 1) internal and external analysis of the business to find the strengths, weaknesses, opportunities and threats that will be included in the IFE and EFE matrices; 2) IE matrix used to determine business position; 3) SWOT analysis is used to develop alternative marketing strategies for Duck Cofeed. The results of the IFE and EFE analysis of this study indicate that the position of the Duck Cofeed is in the IX cell in the IE matrix and is in the 3rd group with harvest division and divestment.raw materials Duck Cofeed by maintaining high nutrition and an affordable selling price with a TAS value of 1.53.

Keywords: *marketing strategy, duck cofeed, SWOT, QSPM*

PENDAHULUAN

Peran sektor peternakan sangat penting dalam kegiatan ekonomi maupun dalam penyediaan ketersediaan pangan bagi masyarakat Indonesia. Badan Pusat Statistik (2013), melaporkan bahwa sebanyak 13 juta penduduk Indonesia beralih profesi menjadikan peternakan sebagai mata pencaharian. Ternak merupakan sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia. Salah satu ternak yang potensial untuk dikembangkan yaitu itik. Sri Gandono (1997), melaporkan bahwa daging itik memiliki kandungan protein yang lebih tinggi dari ayam, yaitu mencapai 21,4% sedangkan pada daging ayam 20,8%. Namun tingkat produktivitas telur dan daging itik di Indonesia masih sangat rendah, dan masih memungkinkan terdapat peluang untuk dikembangkan. Hubungan-hubungan yang mempengaruhi pertumbuhan, perkembangan, reproduksi dan kualitas produksi dipengaruhi oleh bahan pakan ternak.

Peranan bahan pakan sangat penting dalam menyusun ransum, untuk itu perlu memperhatikan standar formulasi ransum yang disesuaikan dengan kebutuhan masing masing ternak. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menyusun standar formulasi ransum antara lain kandungan nutrisi bahan pakan, kontinuitas ketersediaan bahan pakan, serta faktor biaya. Biaya pakan pada usaha peternakan umumnya mencapai 60 sampai 70 % dari seluruh biaya produksi (Anggitasari *et al.* 2016). Kondisi ini cukup menyulitkan pelaku usaha peternakan, karena harga pakan yang beredar di pasaran pada saat ini relatif mahal dan fluktuatif. Tingginya harga pakan di Indonesia karena masih mengimpor sebagian besar bahan baku ransum dari negara lain seperti jagung, bungkil kedelai dan tepung ikan (Fitri

Yani *et al.* 2020). Kondisi ini tentunya sangat berdampak bagi peternak, hal ini yang menyebabkan peternak membuat pakan alternatif yang berasal dari limbah yang tersedia di lingkungan peternakan. Namun formulasi bahan pakan yang dibuat oleh peternak belum memenuhi standar nutrisi. Hal ini mendorong Program Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus (PPUPIK) Fapet UNUD membuat ransum itik dengan formulasi yang baik menggunakan bahan pakan yang bersumber dari limbah peternakan yaitu keong mas (siput sawah) dengan merek *Duck Cofeed*. Tami (2017) menyatakan kandungan nutrisi tepung keong mas adalah protein kasar (PK) 46,2%, energi termetabolis (ME) 1920 kkal/kg, kalsium (Ca) 2,98%, dan fosfor (P) 0,35%. *Duck Cofeed* merupakan pakan itik alternatif yang sudah melakukan uji laboratorium menunjukkan pakan itik mengandung 88,26% bahan kering, 14,35% abu, 85,66% bahan organik, 15,78% protein kasar, 9,44% serat kasar, 9,84% lemak kasar, 38,85% BETN, 67,05% TDN, dan 3.6080 Kcal/g gross energi (Roni N. G. K et al. 2021). Harga *Duck Cofeed* tergolong relative lebih murah dibandingkan pakan itik yang beredar di pasaran, sehingga diharapkan dapat menekan biaya penggunaan pakan. Usaha *Duck Cofeed* masih tergolong baru, belum terlalu banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia khususnya para peternak itik, ini dikarenakan *Duck Cofeed* belum dipasarkan dengan baik. Pasar terdiri atas pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan yang sama, mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu (Putri, BRT et al, 2017). Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu dilakukan penelitian tentang strategi pemasaran pakan itik komersial *Duck Cofeed*. Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan rekomendasi strategi yang tepat untuk diterapkan pada usaha *Duck Cofeed*.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di rumah produksi *Duck Cofeed* Program Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus (PPUPIK) Fakultas Peternakan Universitas Udayana dari bulan Desember 2021 sampai dengan Maret 2022.

Data dan metode pengumpulan data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data

menggunakan teknik observasi, wawancara dengan bantuan kuisioner dan penelusuran literatur yang berhubungan dengan produksi *Duck Cofeed*. Penelitian ini merupakan studi kasus dengan 3 responden ahli. Responden ahli ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*, yang terdiri dari 3 responden akademisi, 2 responden pengambil keputusan, dan 2 responden praktisi yang memiliki pemahaman yang baik tentang ransum ternak itik berbahan dasar limbah pertanian/peternakan, serta aturan dan perijinan dalam pemasaran ransum itik.

Analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Analisis Matriks IFE (Internal Faktor Evaluasi) (Kinnear and Taylor, 1996) dan matriks EFE (Eksternal Faktor Evaluasi) (Kinnear and Taylor, 1996), IE (Internal-Eksternal) (David, 2002), SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) (Rangkuti, 2002), QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) (David, 2002)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa kekuatan mayor (major strength) adalah *Duck Cofeed* menawarkan nutrisi yang tinggi, mendapat pendampingan langsung oleh dosen Fakultas Peternakan Universitas Udayana, dan Formula *Duck Cofeed* berdasarkan formula ransum hasil penelitian, ditunjukkan dengan peringkat 3 dan minor (minor strength) adalah harga *Duck Cofeed* yang terjangkau bagi konsumen, kemasan *Duck Cofeed* yang menarik, tempat produksi yang strategis dan mudah jangkau, produk *Duck Cofeed* menggunakan limbah peternakan dan perkebunan sebagai bahan baku sehingga ramah lingkungan, ditunjukkan dengan peringkat 2. *Duck Cofeed* menawarkan nutrisi yang tinggi adalah kekuatan unggulan yang dimiliki internal pakan itik komersial *Duck Cofeed* yang digolongkan dalam kekuatan mayor. Harga *Duck Cofeed* yang terjangkau bagi konsumen digolongkan dalam kekuatan minor karena dengan harga yang terjangkau *Duck Cofeed* diharap dapat tetap mempertahankan nutrisi yang tinggi.

Tabel 1. Hasil EFI

	Faktor Penentu	Bobot	Peringkat	Skor
Kekuatan				
1	Harga <i>Duck Cofeed</i> yang terjangkau bagi konsumen	0,12	2	0,25
2	<i>Duck Cofeed</i> menawarkan nutrisi yang tinggi dan unggulan	0,13	3	0,40
3	Kemasan <i>Duck Cofeed</i> yang menarik dan tersedia dalam kemasan 5 dan 10 kg	0,07	2	0,14
4	Tempat produksi yang strategis dan mudah dijangkau	0,05	2	0,09
5	Produk <i>Duck Cofeed</i> menggunakan limbah peternakan dan perkebunan sebagai bahan baku sehingga ramah lingkungan	0,06	2	0,13
6	Mendapat pendampingan langsung oleh dosen Fakultas Peternakan, Universita Udayana	0,04	3	0,11
7	Formula <i>Duck Cofeed</i> berdasarkan formula ransum hasil penelitian yang mampu menurunkan kadar kolesterol daging itik	0,1	3	0,30
Sub Total Kekuatan				1,44
Kelemahan				
1	Belum adanya diferensiasi produk	0,08	1	0,08
2	Sistem pemasaran belum berjalan dengan baik	0,07	1	0,07
3	Manajemen produksi yang kurang terstruktur	0,04	1	0,04
4	Belum memiliki ijin usaha dan ijin edar produk dari pemerintah terkait	0,13	1	0,13
5	Umur simpan <i>Duck Cofeed</i> yang tidak bertahan lama	0,09	2	0,19
Sub Total Kekuatan				0,51
Total		1		1,95

Pada faktor kelemahan diketahui bahwa kelemahan mayor (major weaknesses) adalah belum adanya diferensiasi produk, sistem pemasaran belum berjalan dengan baik, Manajemen produksi yang kurang terstruktur, belum memiliki ijin usaha dan ijin edar produk dari pemerintah terkait yang ditunjukkan dengan peringkat 1 dan kelemahan minor (minor weaknesses) yaitu umur simpan *Duck Cofeed* yang tidak bertahan lama, ditunjukkan dengan peringkat 2. Hasil pengolahan data yang diperoleh dari responden memberikan subtotal kekuatan 1,43, subtotal nilai kelemahan 0,51 dan total nilai faktor internal adalah 1,94.

Faktor Lingkungan Eksternal *Duck Cofeed*

Matriks EFE diharapkan dapat memberikan informasi tentang seberapa jauh strategi pemasaran yang dapat diterapkan sekarang maupun meminimalkan berbagai hambatan serta

peluang eksternal yang ada. Adapun hasil perhitungan nilai EFE disajikan dalam tabel 2 yang merupakan hasil pengolahan data lampiran 8.

Tabel 2. Hasil EFE

	Faktor Penentu	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang				
1	Permintaan akan kebutuhan pakan itik semakin tinggi setiap tahunnya.	0,32	2	0,35
2	Adanya peluang pengembangan produk varian Duck Cofeed Menurut jenis dan fase yang berbeda	0,18	2	0,25
3	Ketersediaan SDM potensial dari masyarakat sekitar tempat produksi Duck Cofeed	0,04	2	0,08
Sub Total Kekuatan				1,47
Ancaman				
1	Produk pesaing sudah lebih dikenal oleh peternak	0,23	1	0,23
2	Keterbatasan sarana dan prasarana produksi yang kurang memadai	0,12	2	0,25
3	Ketersediaan bahan baku yang fluktuatif	0,12	3	0,37
Sub Total Kekuatan				1,32
Total		1		1,90

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, diperoleh nilai subtotal faktor peluang adalah 1,05 dan subtotal faktor ancaman adalah 0,85. Total nilai EFE sebesar 1,9 menunjukkan bahwa pemasaran *Duck Cofeed* memiliki kemampuan yang cukup baik dalam merespon peluang, produsen kurang mampu menghadapi ancaman yang dihadapi, dilihat dari faktor produk pesaing sudah dikenal ditunjukkan dengan rating 1. Akan tetapi produsen selalau mencari solusi untuk mengatasi ketersediaan bahan baku yang fluktuatif ditunjukkan dengan rating 3. Posisi usaha pakan itik komersial *Duck Cofeed* berada pada sel ke IX dengan nilai EFI 1,95 dan nilai EFE 1,9.

Alternatif Strategi *Duck Cofeed*

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, maka dapat dirumuskan alternatif strategi pemasaran pakan itik komersial untuk meningkatkan pendapatan *Duck Cofeed* sebagai berikut:

1. Melakukan strategi promosi kepada masyarakat luas khususnya peternak itik

Tentang produk *Duck Cofeed* dengan cara demoplot, leaflet/brosur/poster, pameran produk, ini merupakan salah satu langkah yang yang dapat dilakukan karena *Duck Cofeed*

merupakan produk pakan yang masih tergolong baru maka perlu adanya promosi agar masyarakat luas khususnya peternak itik tau akan keberadaa produk *Duck Cofeed*.

2. Menjalin kerjasama pemasaran dengan pihak ketiga(re-seller)

Hal ini penting dalam bidang pemasaran untuk melaksanakan kegiatan produksi dan jual beli yang se-efesien mungkin agar proses pemasaran dapat berjalan baik, dengan bekerja sama dengan pihak ketiga perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya lagi untuk promosi penjualan dilihat pada matriks IE *Duck Cofeed* berada dalam kolom IX yaitu panen dan divestasi.

3. Membuat tabel alternatif bahan baku *Duck Cofeed*

Dengan mempertahankan nutrisi yang tinggi dan harga jual yang terjangkau kandungan nutrisi yang tinggi pada *Duck Cofeed* menjadikan faktor penting bagi peternak ditambah dengan harga yang terjangkau membuat keuntungan peternak yang semakin meningkat.

4. Melakukan upaya memperpanjang umur simpan *Duck Cofeed*.

Masa berlaku dalam produk pakan penting untuk mengetahui batasan pakan yang baik untung digunakan sebelum waktu yang ditentukan dan dapat lebih mudah untuk mengontrol produksi agar *first in first out*.

5. Membuat ijin usaha dan ijin edar produk ke pemerintah terkait.

Dengan memiliki ijin usaha yang jelas dan sudah memiliki ijin edar akan menambah kepercayaan terhadap peternak yang menggunakan *Duck Cofeed* serta memiliki landasan hukum yang kuat dan jelas sehingga dapat menjalin Kerjasama dengan berbagai pihak.

Prioritas Strategi *Duck Cofeed*

Berdasarkan perhitungan nilai daya tarik masing-masing alternatif strategi analisis QSPM dihasilkan peringkat ketertarikan sebagai berikut :

1. Membuat tabel alternatif bahan baku *Duck Cofeed* dengan mempertahankan nutrisi yang tinggi dan harga jual yang terjangkau
2. Melakukan strategi promosi kepada masyarakat luas khususnya peternak itik tentang produk *Duck Cofeed* dengan cara demoplot, leaflet/brosur/ poster, pameran produk
3. Menjalin kerjasama pemasaran dengan pihak ketiga(re-seller)
4. Membuat ijin usaha dan ijin edar produk ke pemerintah terkait.
5. Melakukan upaya memperpanjang umur simpan *Duck Cofeed*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pemasaran *Duck Cofeed* yaitu: kekuatan utama: *Duck Cofeed* menawarkan nutrisi yang tinggi dan unggulan, kelemahan utama: Belum memiliki izin usaha dan izin edar produk dari pemerintah terkait, peluang utama: Permintaan akan kebutuhan pakan itik semakin tinggi setiap tahunnya, ancaman utama: Produk pesaing sudah lebih dikenal oleh peternak.
2. Posisi usaha *Duck Cofeed* terletak pada kuadran IX didalam matriks IE masuk dalam kelompok ke 3 dengan devisa diventasi. Perusahaan dapat melakukan strategi likuidasi dan merger.
3. Terdapat 5 rekomendasi strategi pada usaha pakan itik komersial *Duck Cofeed*, yaitu: 1) membuat table alternatif bahan baku *Duck Cofeed*, 2) melakukan Promosi kepada masyarakat luas khususnya peternak itik, 3) menjalin Kerjasama pemasaran dengan pihak ketiga(re-seller), 4) membuat izin usaha dan izin edar produk ke pemerintah terkait, 5) melakukan upaya memperpanjang umur simpan *Duck Cofeed*

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan serta fakta yang ada di lapangan terkait hasil penelitian ini dalam mempromosikan keberadaan *Duck Cofeed* sebagai pakan itik komersial yang masih tergolong baru yang dipersiapkan untuk memasuki pasar dengan pengembangan networking untuk menunjang pemasaran *Duck Cofeed* serta menjalin Kerjasama dengan berbagai pihak dan melakukan promosi secara online atau offline.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Udayana Prof. Dr. Ir. I Nyoman Gde Antara, M.Eng., IPU., Dekan Fakultas Peternakan Universitas Udayana Dr. Ir. I Nyoman Tirta Ariana, MS., IPU. dan Koordinator Program Studi Sarjana Peternakan Universitas Udayana Dr. Ir. Ni Luh Putu Sriyani, S.Pt., MP., IPM., ASEAN Eng. atas fasilitas pendidikan dan pelayanan administrasi kepada penulis selama menjalani perkuliahan di Fakultas Peternakan Universitas Udayana.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggitasari S, Sjojfan O, Djunaidi IH. 2016. Pengaruh beberapa jenis pakan komersial terhadap kinerja produksi kuantitatif dan kualitatif ayam pedaging. *Buletin Peternakan*. Vol. 40(3): 187-196.
- Badan Pusat Statistika. 2013. *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia*. Jakarta.
- David, Freed. 2002. *Manajemen Strategis (Konsep)*. Edisi Ketujuh. Prenhallindo.
- Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Fietroh, M. N. 2020. Strategi manajemen bisnis pasca pandemi covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2):87-95.
- Kinnear, T. C. dan J. R. Taylor. 1996. *Marketing Research: an applied Approach*. 5th Edition. McGraw–Hill, Inc. New York.
- Putri, B. R. T. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana. Denpasar.
- Rangkuti, F. 2002. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Roni, N.G.K., N.M.S. Sukmawati, N.M. Witariadi, B.R.T. Putridan N.W. Siti. 2021. Teknologi fermentasi untuk produksi herbal probiotik dan pakan itik ornanik rendah kolestrol. *Buletin Udayana Mengabdi*. Vol 20(3).
- Srigandono, B. 1997. *Produksi Unggas Air*. Cetakan ke-3. Gajah Mada Universitas Press. Yogyakarta.
- Tami, I. W., I. M. Mastika, dan I. M Nuriyasa. 2017. Penggantian tepung ikan dengan tepung keong mas pada level berbeda dalam ransum terhadap performans dan karkas entok. *Majalah Ilmiah Peternakan*. 20:3.