

ABSTRAK

ANALISIS RANTAI PASOK DAN BAURAN PEMASARAN PADA USAHA TERNAK SUSU KAMBING PERAH ETAWA DI KECAMATAN BATANGHARI KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh

Vania Liandra Utami

Usaha ternak susu perah kambing etawa belum lama berkembang di Kecamatan Batanghari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola rantai pasok dan strategi bauran pemasaran susu perah kambing etawa di Kecamatan Batanghari, Kabupaten Lampung Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus yang berlokasi di Kelompok Maju Jaya Desa Banar Joyo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini melibatkan responden yaitu 13 orang anggota kelompok ternak Maju Jaya, 7 orang pedagang besar, 7 orang pedagang pengecer. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola rantai pasok susu kambing yang terbentuk dalam agroindustri susu kambing silang etawa yaitu Peternak Kelompok Maju Jaya - agroindustri susu kambing - pengecer - grosir – konsumen. Pemasaran yang paling efisien adalah melalui saluran I dan II dengan rasio profit margin (RPM) sebesar 85,71% dan saluran III dengan RPM sebesar 100%. Bauran pemasaran susu kambing yang digunakan oleh Agroindustri adalah 4P yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Untuk produk susu kambing murni dilakukan pasteurisasi terlebih dahulu lalu dikemas dalam bentuk botol dan plastik yang berukuran satu liter. Kemudian harga susu kambing murni yang dijual oleh Agroindustri ke pedagang kecil dan pedagang besar adalah sebesar Rp 30.000,00 per liter. Dijual kembali oleh pedagang kecil sebesar Rp 35.000,00 dan oleh pedagang besar sebesar Rp 45.000,00. Pedagang besar melakukan pengolahan susu kambing murni menjadi susu dengan berbagai varian rasa. Tempat pendistribusian susu kambing terletak di desa Banar Joyo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Dari sisi Agroindustri juga melakukan kegiatan promosi melalui orang per orang konsumen dan penggunaan media sosial seperti Instagram (@muliafarm_sukabanyar).

Kata Kunci: Susu Kambing Etawa, Efisiensi Pemasaran, Pola Rantai Pasok, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF SUPPLY CHAIN AND MARKETING MIX ON ETAWA DAIRY GOAT MILK CATTLE BUSINESS IN BATANGHARI DISTRICT OF EAST LAMPUNG REGENCY

By

Vania Liandra Utami

The dairy cattle business of goat milk etawa has not long developed in Batanghari Subdistrict. This research aims to analyze supply chain patterns and strategies for marketing mix of goat milk etawa milk in Batanghari District, East Lampung Regency. The method used in this study is a case study method located in The Maju Jaya Group of Banar Joyo Village, Batanghari District of East Lampung Regency. This study involved various respondents, namely 13 members of the Maju Jaya cattle group, 7 members wholesalers and 7 members retailers. The analytical method used is descriptive qualitative analysis. The study suggests that the pattern of the goat milk supply chain formed in the agroindustry of goat milk cross etawa. Farmers Of Advanced Jaya Group - agroindustry of goat milk - retailers - wholesale - consumers. The most efficient marketing is through channels I and II with a profit margin ratio (RPM) of 85.71% and channel III with RPM of 100%. The marketing mix of goat milk used by Agroindustry is 4P which is a product, price, place and promotion. For pure goat milk products are pasteurized first and then packaged in the form of bottles and plastics that are one liter in size. Then the price of pure goat milk offers by Agroindustri to small traders and wholesalers at Rp 30,000.00 per liter. Resell price by small traders is at Rp 35,000.00 and by wholesalers for Rp 45,000.00. In addition, wholesalers process pure goat milk into milk with various flavor variants. The place of distribution of goat milk is located in the village of Banar Joyo Batanghari District of East Lampung Regency. In terms of promotion, agroindustry conducts promotional activities through person-to-person consumers and the use of social media such as Instagram (@muliafarm_sukabanjar).

Keywords: Goat Milk Etawa, Marketing Efficiency, Supply Chain Patterns, Marketing Mix