

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penyakit mulut dan kuku yang menyerang ternak sapi di Indonesia, salah satu peternakan yang terkena penyakit tersebut adalah peternakan milik Bapak Tarom. Sebuah strategi khusus untuk mempertahankan industri peternakan ini. Strategi pemasaran Bapak Tarom adalah menjaga kualitas produk agar konsumen dapat memperhatikan usaha ternak agar tetap bertahan walaupun terkena penyakit mulut dan kuku.

Fokus pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan peternak sapi perah dalam pemulihan dampak PMK di Desa Bendosari, 2) Faktor apa saja yang menjadi kendala peternak sapi perah dalam menerapkan strategi pemasaran akibat dampak PMK di Desa Bendosari, 3) Faktor apa saja yang menjadi pendukung peternak sapi perah dalam menerapkan strategi pemasaran akibat dampak PMK di Desa Bendosari.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data tersebut diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian ini, strategi pemasaran yang diterapkan peternak sapi perah dalam pemulihan dampak penyakit mulut dan kuku di Desa Bendosari dalam menjaga kualitas produknya harus menjaga keaslian susu, kebersihan susu, dan kebersihan kandang sapi. Dalam menentukan harga adalah pengelola susu daerah tersebut, meski demikian peternakan ini berusaha menjaga kualitas produk agar tetap mendapat harga yang maksimal, dan di peternakan ini juga menyediakan eceran. Saluran distribusi yang dilakukan peternakan milik Bapak Tarom adalah menyetorkan susu sapi ke KUD Jaya Abadi. Untuk promosi yang dilakukan oleh peternakan ini dengan cara menjaga kualitas susu kemudian mempromosikan kepada pabrik untuk diajak bekerjasama. Faktor pendukung dan kendala, faktor pendukung strategi pemasaran pada peternakan ini adalah lokasi yang strategis dimana jauh dari pemukiman warga, tersedianya pakan dan konsentrat yang cukup. Sedangkan untuk kendala yaitu penentuan harga susu oleh industri pengolah susu, mahalnya harga pakan seperti konsentrat dan sulitnya rumput saat musim kemarau, serta kurangnya alat untuk menunjang proses produksi susu sapi. Adapun pada promosi yang dilakukan peternakan ini hanya dari mulut ke mulut, lebih baik lagi jika peternakan ini menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya agar mendapatkan pelanggan yang lebih luas.

Kata Kunci : Peternakan, Penyakit Mulut dan Kuku, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

This research was motivated by foot and mouth disease that attacks cattle in Indonesia, one of the farms affected by this disease is Mr. Tarom's farm. A special strategy to maintain this livestock industry. Mr. Tarom's marketing strategy is to maintain product quality so that consumers can pay attention to livestock businesses so they can survive even though they are exposed to foot and mouth disease.

Focus on this research is 1) How the marketing strategy is implemented dairy farmers in recovering from FMD impacts in Bendosari Village, 2) What factors become obstacles for dairy farmers in implementing marketing strategies due to the impact of FMD in Bendosari Village, 3) What factors become dairy farmer support in implementing marketing strategies due to the impact of FMD in Bendosari Village.

This research uses descriptive qualitative method. The data used in this study are primary and secondary data, the data obtained through interviews, observation and documentation. Based on this research, the marketing strategy applied by dairy farmers in recovering from the effects of foot and mouth disease in Bendosari Village in maintaining the quality of their products must maintain the authenticity of the milk, the cleanliness of the milk, and the cleanliness of the cow sheds. In determining the price, it is the manager of the regional milk, however, this farm tries to maintain the quality of the product so that it still gets the maximum price. The distribution channel used by Mr. Tarom's farm is to deposit cow's milk to KUD Jaya Abadi. For promotion carried out by these farms by maintaining the quality of milk and then promoting it to factories to be invited to cooperate. Supporting factors and constraints, factors supporting the marketing strategy of this farm is a strategic location where it is far from human settlements, the availability of sufficient feed and concentrate. As for the obstacles, namely the determination of the price of milk by the milk processing industry, the high price of feed such as concentrates and the difficulty of grass during the dry season, as well as the lack of tools to support the process of cow's milk production. As for the promotion carried out by this farm only by word of mouth, it is even better if this farm uses social media to promote its products in order to get a wider audience.

Keywords: Foot and Mouth Disease, Livestock, Marketing Strategy