

## IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS AYAM PETELUR AM FARM BALI

Ida Ayu Komang Tiara Pratistha Sari, Putu Ayu Diah Widari Putri, Nyoman Yudha  
Astriayu Widyari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email: tallatiiara@unmas.ac.id

### ABSTRACT

*AM Farm is one of the egg-laying chicken businesses in Abiansemal District, Badung Regency, Bali and was established at the end of 2020 located in Br. Sukajati, Taman Village, Abiansemal District, Badung, Bali. The tight competition for egg-laying chickens has raised many questions for researchers about how to implement the marketing mix used by AM Farm in order to survive and compete in the increasingly rapid marketing world. The purpose of this researcher is to describe and implement the 7P marketing mix reviewed from the marketing mix aspect at AM Farm. The method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. The results of the study show that AM Farm implements a 7P marketing mix strategy which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. Chicken eggs AM Farm produces red chicken eggs with 5 size categories, starting from pearl eggs (the smallest size available only when chickens are just starting/learning to lay eggs), small eggs, medium/regular eggs, large eggs, super/jumbo eggs. AM Farm determines prices through market price observations that are adjusted to market segmentation and based on the strategic level of the location. The promotional strategy used is word of mouth, direct marketing and social media. AM Farm has implemented its business until now because it can implement aspects of the marketing mix strategy and continues to innovate so that its business can grow and survive.*

*Keywords: Marketing Mix, Social Media, Laying Hens*

### PENDAHULUAN

Tahun 2024 ini kebutuhan akan telur dalam negeri terus meningkat sejalan dengan peningkatan pola hidup manusia dalam meningkatkan kebutuhan akan protein hewani yang berasal dari telur. Selain itu juga adanya program pemerintah dalam meningkatkan gizi masyarakat terutama anak-anak. Kebutuhan akan telur yang terus meningkat tidak diimbang dengan produksi yang besar sehingga terjadilah kekurangan persediaan yang mengakibatkan harga telur yang mahal. Menurut Abidin (2003) penyebab meningkatnya permintaan telur ayam ras adalah karena peningkatan jumlah penduduk, perbaikan ekonomi masyarakat dan kesadaran akan arti pentingnya gizi bagi kesehatan tubuh manusia. Menurut Fitriani, dkk (2021) pada

kondisi pasar produk pangan menghadapi persaingan yang ketat, maka pelaku usaha perlu memperhatikan strategi pemasaran. Menurut Widyantara dan Ardani (2017) beberapa permasalahan dalam pemasaran produk telur yaitu fluktuasi harga produk, tidak ada kepastian waktu jual hasil produksi dan tingginya persaingan pasar sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat yang bertujuan untuk menjual produk dalam jumlah lebih banyak lagi dan mendapatkan konsumen baru serta mempertahankan konsumen yang sudah ada.

Pemeliharaan ayam petelur terletak pada pemberian pakan, air, keadaan fisik dan keadaan kandang. Pakan ayam merupakan sumber energi yang utama bagi ayam petelur. Menurut Juanti dan Panggabean (2024)

memberikan pakan ayam petelur tanpa memperhatikan kualitas pakan dapat mengakibatkan pertumbuhan maupun produktivitas ayam menjadi tidak maksimal. Mengkombinasikan pakan upaya yang dapat dilakukan untuk dapat menghasilkan komposisi pakan yang berkualitas. Menurut (Ma'arif, 2023) ayam petelur (*layer chickens*) adalah salah satu jenis hewan ternak yang banyak dibudidayakan dan dimanfaatkan hasil ternaknya.

Pemeliharaan ayam petelur pada AM Farm untuk harian, operasional di kandang dimulai dari jam 06.00 untuk pembersihan sisa makanan kemarin, dilanjutkan dengan pemberian makan pertama. Pada jam 11.00 pengecekan ke kandang untuk sisa makanannya, jika ada ayam yang sisa makanannya lebih banyak dibanding ayam disampingnya, makanan akan diratakan kembali sepanjang baris ayam tersebut, serta mengecek ketersediaan air dan kondisi ayam. Jam 01.30 mulai untuk pemberian makan kedua. Pada jam 15.00 mengecek Kembali pakan dan air yang disediakan lalu mulai memanen telur-telur. Telur-telur yang sudah dipanen lalu dipindahkan ke gudang untuk kemudian disortir berdasarkan ukurannya. Pada jam 18.00 dilakukan pengecekan sisa pakan ke kandang sembari mengecek kondisi ayam, jika pada jam ini sisa pakan dirasa masih cukup banyak akan dilanjutkan pengecekan Kembali pada pukul 19.00/20.00, jika sisa pakan sudah tidak terlalu banyak, pengecekan pada hari itu selesai.

Pembersihan kandang dilakukan sewaktu-waktu saat kandang dirasa sudah perlu dibersihkan, karena kandang ayam sudah dibuat agar kotoran ayam dapat langsung jatuh ke tempat pembuangannya sehingga tidak perlu sering membersihkan kandangnya, hanya sewaktu2 membersihkan dari debu sisa pakan

saja. Kotoran ayam yang telah terkumpul tersebut, setiap 2-3 bulan akan bersihkan hingga kosong lalu dilakukan sterilisasi. Pada periode tertentu, secara rutin ayam akan divaksin serta diberikan vitamin, untuk ayam-ayam yang sedang sakit akan dikarantina di kandang khusus sehingga tidak menularkan ke ayam sehat lainnya.

Keberadaan AM Farm ini sangat bermanfaat dan membantu terutama bagi para agen dan konsumen. Sebagaimana diketahui bahwa telur sebagai sumber protein mempunyai banyak keunggulan antara lain, kandungan asam amino paling lengkap dibandingkan bahan makanan lain seperti ikan, daging, ayam, tahu, tempe, dan lain-lain. Telur mempunyai citarasa yang enak sehingga digemari oleh banyak orang. AM Farm merupakan salah satu usaha ayam petelur di Kecamatan Kec Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali dan berdiri pada akhir tahun 2020 yang bertempat di Br. Sukajati, Desa Taman, Kec Abiansemal, Badung, Bali. Awal mula bisnis ayam petelur ini didirikan karena ketertarikan owner pada usaha ayam petelur yang pernah dilihat saat ke rumah temannya yang dulu memiliki usaha serupa, dengan latar belakang Dokter Hewan dan memiliki teman yang sudah terjun di usaha tersebut sebelumnya. Setelah berjalannya usaha ayam petelur ini, owner juga bekerja di salah satu perusahaan swasta yang menjual vitamin ternak salah satunya ayam petelur dan memiliki tugas kunjungan ke para peternak ayam petelur sehingga dapat berbagi pengalaman dan belajar banyak dari para peternak lainnya yang sudah lebih dulu berkecimpung dalam usaha ini, sehingga juga membantu perkembangan usaha AM Farm, dengan populasi saat ini sejumlah 2.000 ekor ayam. Penjualan sebulan

saat ayam AM Farm bertelur dengan optimal, mencapai  $\pm 1.500$  krat. Namun saat ini AM Farm baru meregenerasi sebagian ayam AM Farm Bali sehingga yang berproduksi hanya setengah populasi, penjualan perbulan AM Farm Bali saat ini  $\pm 700-800$  krat per bulannya. Pendapatan AM Farm Bali dalam sehari tidak menentu tergantung permintaan dan harga pasar saat ini. Rata-rata dalam sebulan dengan asumsi harga stabil, omzet AM Farm Bali dikisaran antara Rp 70.000.000 – Rp 85.000.000 saat produksi optimal.

Persaingan ayam petelur di daerah setempat tepatnya di Kec Abiansemal, Badung sampai saat ini, yang AM Farm ketahui ada tiga peternakan serupa di daerah Kec Abiansemal, persaingan yang ada dengan beberapa peternakan tersebut menurut AM Farm masih cukup sehat karena AM Farm memiliki langganan tersendiri dan tidak sampai berebut pembeli. Telur-telur yang AM Farm produksi hanya bisa mencakup warung-warung kecil disekitar Desa Taman, 1 pengepul telur, serta 1 hotel di daerah Denpasar yang sudah mempercayakan pembelian telurnya kepada AM Farm.

Strategi promosi atau pemasaran yang dilakukan AM Farm yaitu menggunakan strategi *word of mouth*, *direct marketing* dan *social media*. AM Farm menerapkan usahanya hingga saat ini karena dapat menerapkan aspek strategi bauran pemasaran serta terus melakukan inovasi-inovasi agar usahanya tersebut dapat berkembang dan bertahan. *Social media* yang digunakan AM Farm yaitu *instagram* (@supliertelorbali) dan *whatsapp business* serta berusaha memperkenalkan usaha AM Farm ke lingkungan sekitar, saudara dari yang jauh hingga dekat, teman dan kolega sehingga membuka peluang orderan tidak hanya sebatas dari langganan

yang telah AM Farm miliki selama ini saja.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan akan berasal dari naskah wawancara, foto, video, catatan lapang, audio rekaman, dokumen pribadi, catatan, dan dokumen lainnya dimana datayang didapatkan ketika penelitian langsung dapat berubah atau berkembang sewaktuwaktu sesuai dengan kondisi yang terjadi dilapangan sehingga semua data dan informasi yang didapatkan oleh peneliti selama penelitian dapat menjadi kunci terhadap apa yang akan diteliti oleh peneliti pada AM Farm Bali.

### Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September-Oktober 2024. Tempat penelitian yang dipilih untuk melaksanakan penelitian ini adalah di AM Farm Bali yang terletak di Br. Sukajati, Desa Taman, Kec Abiansemal, Badung, Bali.

### Teknik Pengumpulan Data

Informan yang harus diambil dalam penelitian ini merupakan orang yang harus menguasai, memahami, dan menghayati pengetahuan terkait obyek yang diteliti sehingga bisa memberikan gagasan yang benar dan valid. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memilih informan sebagai berikut:

- 1) Informan : I Ketut Astawa  
Jabatan : Owner  
Topik : Berkaitan dengan gambaran umum, sejarah, visi misi, dan bauran pemasaran
- 2) Informan : Ni Made Mirayanti  
Jabatan : Istri Owner  
Topik : Berkaitan dengan produk dan proses penjualan

- 3) Informan : Indah Putri Ambari  
 Jabatan : Konsumen  
 Topik : Terkait pembelian produk dan pelayanan yang diberikan oleh AM Farm Bali

Terkait pembelian produk dan pelayanan yang diberikan oleh AM Farm pengumpulan data dapat berupa observasi, dokumentasi, dan wawancara. Sedangkan alat untuk pengumpulan data dapat berupa alat perekam, alat ukur, draft wawancara, atau alat elektronik.

### Teknik Analisis Data

Tahapan analisis data ini, seluruh data yang ada kemudian dianalisis secara kualitatif, karena data yang diperoleh masih dalam bentuk gambaran, maka kemudian disajikan dengan gaya penyampaian yang mencakup keseluruhan. Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan ada dua yaitu analisis domain dan analisis taksonomi.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Bauran Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis taksonomi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Strategi bauran pemasaran merupakan suatu kegiatan yang menerapkan beberapa konsep pemasaran untuk mencapai target market atau tujuan perusahaan. Mengingat salah satu komponen bauran pemasaran yaitu promosi yang memegang peran penting, bauran pemasaran juga harus dipertimbangkan dalam menyusun strategi pemasaran. Perusahaan harus mendorong produknya melalui saluran distribusi atau melakukan promosi sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Persaingan yang ketat semakin tinggi dalam menarik minat konsumen. Untuk bisa mencapai sasaran yang sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan konsumen, AM Farm juga menerapkan bauran pemasaran 7P yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*). Bauran pemasaran sangat erat kaitannya dengan elemen yang terdiri dari seluruh variabel yang dapat dikontrol oleh perusahaan agar mencapai pasar sasaran, oleh karena itu perusahaan diharapkan untuk menyiapkan perencanaan bauran pemasaran yang terperinci (Abdillah & Herawati, 2019). Pada dasarnya, kombinasi dari elemen atau kegiatan utama dari sistem pemasaran disebut bauran pemasaran. Bauran pemasaran dapat digunakan oleh suatu perusahaan untuk mempengaruhi sikap maupun tindakan konsumen (Porwani & Rochmawati, 2021). Bauran pemasaran adalah rangkaian strategi pemasaran yang diterapkan untuk memperoleh target yang telah ditentukan (Jutisa *et al.*, 2018).

#### 1) Product (Produk)

Telur ayam yang AM Farm Bali produksi adalah telur ayam merah dengan 5 kategori ukuran, mulai dari telur mutiara (ukuran terkecil yang ada hanya saat ayam-ayam baru mulai/belajar bertelur), telur kecil, telur tanggung/biasa, telur besar, telur super/jumbo.

#### *Gambar Jenis Telur AM Farm*



#### 2) Price (Harga)

Harga telur AM Farm Bali tetap mengikuti harga dipasaran untuk kenaikan/penurunannya, rata-



rata berkisar antara harga Rp 46.000 – Rp 58.000 / kratnya.

### 3) *Place* (Tempat)

Alamat AM Farm yaitu bertempat di Br. Sukajati, Desa Taman, Kec Kec Abiansemal, Badung. Alasan membuka di Kec Abiansemal karena lokasi kandang ada di belakang rumah yang sekarang ditempati Owner, sekaligus tempat penyortiran dan penyimpanan telur-telur. Ketersediaan lahan pribadi ada disana, berhubung Owner baru terjun di usaha ini dan ingin meminimalisir biaya dan resiko jika menyewa lahan. Selain itu, owner juga mempertimbangkan agar lokasi kandang AM Farm dekat dengan rumah sehingga mudah untuk dikontrol dan diawasi.

#### ***Gambar Kandang AM Farm***



### 4) *Promotion* (Promosi)

AM Farm Bali menggunakan *social media* Instagram (@supliertelorbali) dan Whatsapp Business, AM Farm Bali juga menggunakan teknik *worth of mouth* (WOM) dari mulut ke mulut berusaha memperkenalkan usaha AM Farm Bali ke lingkungan sekitar, saudara dari yang jauh hingga dekat, teman dan kolega sehingga membuka peluang orderan tidak hanya sebatas dari langganan yang

telah AM Farm Bali miliki selama ini saja.

#### ***Gambar Testimony Telur AM Farm***



### 5) *People* (Orang)

Bisnis AM Farm ini dimiliki oleh owner Bapak I Ketut Astawa juga dibantu oleh istri owner Ibu Ni Wayan Mirayanti yang senantiasa memberikan support serta kritikan ke owner agar usahanya dapat semakin berkembang. Istri owner juga membantu dalam memasarkan produk AM Farm Bali ke *social media*. Peran orang tua owner juga berpengaruh dimana dari awal dimulainya usaha hingga saat ini orang tua owner juga ikut serta selalu membantu, memberikan support dan masukan dalam bentuk apapun demi berjalannya operasional kandang.

### 6) *Process* (Proses)

□ Pembeli AM Farm Bali biasanya langsung datang ke rumah atau bisa langsung menghubungi via Whatsapp karena AM Farm Bali memproduksi langsung telur-telur tersebut dan akan selalu ada stok telur.

### 7) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

**Gambar Dokumentasi Telur  
AM Farm**



### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi bauran pemasaran 7P di AM Farm Bali adalah:

- 1) Pada unsur *product*, AM Farm Bali menjual beraneka ragam jenis telur yaitu, telur kecil, telur tanggung/biasa, telur besar, telur super/jumbo.
- 2) Pada unsur *price*, harga telur AM Farm Bali tetap mengikuti harga dipasaran untuk kenaikan/penurunannya, rata-rata berkisar antara harga Rp 46.000 – Rp 58.000 / kratnya.
- 3) Pada unsur *place*, alamat AM Farm yaitu bertempat di Br. Sukajati, Desa Taman, Kec Kec Abiansemal, Badung. Alasan membuka di Kec Abiansemal karena lokasi kandang ada di belakang rumah yang sekarang ditempati Owner, sekaligus tempat penyortiran dan penyimpanan telur-telur.
- 4) Pada unsur *promotion*, AM Farm Bali menggunakan *social media* Instagram (@supliertelorbali) dan Whatsapp Business, AM Farm Bali juga menggunakan teknik *worth of mouth* (WOM) dari mulut ke mulut.
- 5) Pada unsur *people*, Bisnis AM Farm ini dimiliki oleh owner Bapak I Ketut Astawa juga dibantu oleh istri owner Ibu Ni Wayan Mirayanti .

- 6) Pada unsur *process*, Pembeli AM Farm Bali biasanya langsung datang ke rumah atau bisa langsung menghubungi via Whatsapp karena AM Farm Bali memproduksi langsung telur-telur tersebut dan akan selalu ada stok telur.
- 7) Pada unsur *physical evidence*, AM Farm Bali membuktikan bukti fisik melalui lokasi di area Br. Sukajati, Desa Taman, Kec Kec Abiansemal, Badung. Kemudian *social media* instagram yang dimiliki dan dokumentasi kandang AM Farm Bali,

Saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) AM Farm Bali harus konsisten dalam menjaga kualitas produk, meningkatkan kreatifitas dan inovasi dalam strategi promosi agar bentuk promosi yang akan datang lebih menarik dan calon konsumen akan antusias dalam membaca isi promosi sehingga mendatangkan calon konsumen ke AM Farm Bali. Diharapkan AM Farm Bali menambah platform digital guna memperluas jangkauan informasi agar dapat disampaikan kepada konsumen secara menyeluruh.
- 2) AM Farm Bali juga dapat memaksimalkan perawatan pada ternak dengan memanfaatkan ketersediaan tenaga kerja dan tersedianya bahan baku pakan agar dapat meningkatkan permintaan terhadap telur ayam

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Herawati, A. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya).

- Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi, 2(2).
- Abidin, Z. 2003. Meningkatkan Produktivitas Ayam Ras Petelur. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Fitriani, F., Sutarni, S., Unteawati, B., Apriyani, M., Widyawati, D. K., & Berliana, D. 2021. Brand Equity Development Strategy To Enhance The Competitiveness Of Food Small-Medium Enterprise's (Smes): Case Studies On Fudia-Polinela Agri-Food Centre. Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 20(2), 289-304.
- Juanti, S., & Panggabean, D. 2024. STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM DENGAN METODE MARKETING MIX DAN TOPSIS:(KASUS PETERNAKAN LAYUNG FARM DI DESA ASA KABUPATEN KUTAI BARAT). In Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi" SainTek" (Vol. 1, No. 2, pp. 702-708)
- Jutisa, D. D., Widodo, J., & Wahyuni, S. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Primagama. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, 12(2), 214-220.
- Porwani, S., & Rochmawati, B. 2021. Strategi Pemasaran Produk Halal Network International Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Palembang, 2, 63-80.
- Taufiqurrochman, M., Khristianto, W., & Wahyudi, E. 2024. Implementasi Bauran Pemasaran Pada Kopixel Jember. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis), 3(1), 1-12.
- Widyantara, I. Nyoman Padmadan I. Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Telur Ayam Studi Kasus di Desa Pesedahan dan Desa Bugbug Kabupaten Karangasem. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Bali