MOH. RAIHAN ADITIYA PRIMADITO 21542010007 Saluran Dan Bauran Pemasaran Produk Agribisnis Di Peternakan Donba Enggar Kecamatan Pare Kabupaten Kediri di bawah bimbingan **Heru Setiyadi, S.P., M.Sc. dan Vifi Nurul Choirina, S.P., M.Sc.**

RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan di peternakan Donba Enggar di Kecamatan Pare pada bulan November hingga Desember 2024 dengan tujuan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran produk Agribisnis yang terdapat di Peternakan Donba Enggar serta menganalisi bauran pemasaran 4P (*product, place, price, promotion*) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Semua saluran produk Agribisnis di Peternakan Donba Enggar dengan produk Agribisnis domba dan pakan dapat dikatakan efisien karena memiliki nilai *farmer`s share* lebih dari 40%. Bauran pemasaran produk peternakan Donba Enggar yaitu domba dan pakan, peternakan Donba Enggar menggunakan jenis kandang panggung dengan manajenem kandang yang modern didukung dengan lokasi yang strategis akan ketersediaan bahan pakan. Harga yang ditetapkan Donba Enggar pada setiap produk mengikuti harga pasar kecuali produk pakan karena produk pakan diproduksi sendiri oleh peternakan Donba Enggar. Pada peternakan Donba Enggar semua proses promosi dilakukan dengan sistem *word of mouth marketing* atau mulut ke mulut dan memanfaatkan media *youtube* sebagai sarana untuk mempromosikan.

MOH. RAIHAN ADITIYA PRIMADITO 21542010007 Marketing Channels and Mix of Agribusiness Products at Donba Enggar Farm, Pare District, Kediri Regency under the guidance by **Heru Setiyadi, S.P., M.Sc. and Vifi Nurul Choirina, S.P., M.Sc.**

SUMMARY

This study was conducted at Donba Enggar Farm, located in Pare District, from November to December 2024, with the aim of identifying the marketing channels and margins of agribusiness products at Donba Enggar Farm and analyzing the 4P marketing mix (product, place, price, promotion) using a qualitative descriptive method.

All agribusiness product channels at Donba Enggar Livestock, including sheep and feed agribusiness products, can be considered efficient as they have a farmer's share value of more than 40%. The marketing mix for Donba Enggar Farm's products, which includes sheep and feed, involves the use of elevated housing with modern management systems supported by a strategic location with access to feed resources. Donba Enggar Farm sets product prices based on market rates, except for feed products, which are produced in-house by the farm. All promotional activities at Donba Enggar Farm are conducted through word-of-mouth marketing and leveraging YouTube as a promotional platform.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... **v**

RIWAYAT HIDUP ..... **vi**

RINGKASAN ..... **vii**

SUMMARY ..... **viii**

KATA PENGANTAR ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **7**

2.1 Domba 7

2.2 Pemasaran Produk Agribisnis 8

2.2.1 Saluran Pemasaran 8

2.2.2 Margin Pemasaran 10

2.2.3 Bauran Pemasaran 11

2.3 Penelitian Terdahulu 14

2.4 Kerangka Pemikiran....19
BAB III METODE PENELITIAN.... 22
3.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu....22
3.2 Metode Pengumpulan Data....22
3.3 Metode Analisis Data....23
3.3.1 Analisis Saluran dan Margin Pemasaran....23
3.3.2 Analisis Bauran Pemasaran....24
3.4 Definisi Operasional....25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 27
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian....27
4.2 Saluran Pemasaran....28
4.2.1 Saluran Pemasaran Domba *Breeding*....28
4.2.2 Saluran Pemasaran Domba *fattening*....29
4.2.3 Saluran Pemasaran Produk Pakan....30
4.3 Margin Pemasaran....31
4.4 Bauran Pemasaran 4P *(Product, Place, Price, Promotion)*....34
4.4.1 Produk *(Product)*....36
4.4.2 Tempat *(place)*....41
4.4.3 Harga *(price)*....43
4.4.4 Promosi *(promotion)*....45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.... 49
5.1 Kesimpulan....49
5.2 Saran....49
DAFTAR PUSTAKA.... 51
LAMPIRAN 56

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1	Margin Pemasaran Domba *Breeding*	31
2	Margin Pemasaran Domba *Fattening* (Jagal)..	32
3	Margin Pemasaran Domba *Fattening* (Belantik)	33
4	Margin Pemasaran Pakan.....	34
5	Bauran Pemasaran 4P Produk Agribisnis Peternakan Donba Enggar	35

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1	Populasi Domba di Jawa Timur (Ekor) Tahun 2020-2022	1
2	Konsumsi Langsung Per Kapita Daging Kambing/Domba Di Indonesia Selama Periode Tahun 2013-2022.....	2
3	Populasi Domba di Kabupaten Kediri (Ekor) Tahun 2020-2022.....	3
4	Populasi Kambing Dan Domba Di Kecamatan Pare (Ekor) Tahun 2018-2020	3
5	Kerangka Pemikiran.....	21
6	Lokasi Peternakan Donba Enggar	27
7	Alur Pemasaran Domba *Breeding* di Peternakan Donba Enggar	28
8	Alur Pemasaran Domba *Fattening* di Peternakan Donba Enggar	29
9	Alur Pemasaran Domba *Fattening* di Peternakan Donba Enggar	30
10	Alur Pemasaran Pakan Produk Pakan Peternakan Donba Enggar	30
11	Domba *Breeding* di Peternakan Donba Enggar.....	38
12	Domba *Fattening* di Peternakan Donba Enggar.....	39
13	Pakan Pembibitan (*breeding*) di Peternakan Donba Enggar	40
14	Pakan Penggemukan (*fattening*) di Peternakan Donba Enggar	41

15 Kandang Domba Penggemukan Penggemukan (*fattening*) di Peternakan Donba Enggar..... 42
16 Proses Pembersihan Kotoran..... 43
17 Produk Pakan Siap Jual..... 43

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1	Kuisioner Penelitian.....	56
2	Dokumentasi Wawancara Pemilik Peternakan Donba Enggar.....	60
3	Dokumentasi Produk dan Kandang di Peternakan Donba Enggar.....	60