

## Strategi Pemasaran Wafer Ransum Komplit untuk Ternak Sapi

Marketing Strategy to Wafer Complete Ration for Beef Cattle

Udoh Roudotul Jannah<sup>\*1</sup>, Suryahadi<sup>2</sup> dan Hartrisari Hardjomidjojo<sup>3</sup>

<sup>1</sup> PT Field Survey Indonesia

Jl. Walter Monginsidi No. 84, Jakarta Selatan 12170

<sup>2</sup> Departemen Ilmu Nutrisi dan Teknologi Pakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor  
Jl. Agatis, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

<sup>3</sup> Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor  
Jl. Kamper, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat ketertarikan, mengidentifikasi tingkat keinginan untuk membeli, menganalisis tingkat keunikan, menganalisis tingkat kesesuaian dan mengembangkan strategi pemasaran untuk wafer ransum komplit. Rancangan penelitian digunakan *judgemental sampling* untuk memilih 30 responden di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi ordinal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari segi konsep produk, wafer ransum komplit sudah dapat diterima dengan baik. Hal ini diindikasikan dengan besarnya tingkat ketertarikan (57%) Peternak terhadap konsep. Namun, hanya terdapat 47% Peternak yang memiliki keinginan untuk membeli wafer ransum komplit. Faktor yang berpengaruh positif terhadap tingkat keinginan membeli wafer ransum komplit adalah tingkat keunikan, pernah, atau tidaknya menggunakan limbah pertanian dan jenis pakan yang paling sering diberikan. Peubah prediktor lainnya yang akan menurunkan tingkat keinginan membeli wafer ransum komplit adalah tingkat kesesuaian konsep, tingkat ketertarikan, pernah atau tidak mendengar wafer ransum komplit, jumlah ternak yang dimiliki dan lama pengalaman beternak. Strategi pemasaran meliputi pengembangan produk, harga di kisaran Rp4.500 sampai Rp5.500, distribusi dengan sistem penjualan putus dan strategi promosi lebih ditekankan pada kegiatan *below the line*.

Kata kunci: pemasaran, ransum komplit sapi, wafer

### ABSTRACT

This research was aimed to analyze level of interest, identify significant predictor for intention to purchase, analyze level of uniqueness, analyze level of concordance and develop marketing strategy for wafer complete ration. The research design used judgmental sampling to select 30 respondent in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi. The data were analyzed by using descriptive analysis and ordinal regression. The result showed that wafer complete ration concept was well received. This is indicated by the level of interest (57%) of farmers to the concept. However, there are only 47% of farmers who have a desire to buy a wafer complete ration. Predictors variable that increasing level of willingness to buy are level of uniqueness, whether or not never use agriculture waste and the most usage of feed. While the other predictor variables influence to decrease level of willingness to buy are level of concordance between concepts and needs, level of interest, whether or not never heard about wafer complete ration, number of cattle and the last length of cattle business. Marketing strategies include product development, prices in the range of Rp4500 to Rp5500, the distribution system will be used broken off sell and promotion strategies with more emphasis on activities below the line.

Key words: complete ration cattle, marketing, wafer

### PENDAHULUAN

Permasalahan umum yang dihadapi oleh para Peternak Sapi di Indonesia adalah faktor suhu lingkungan dan kelembaban udara yang cukup tinggi. Kondisi ini berdampak langsung

pada sistem metabolisme dan termoregulasi ternak. Dua masalah utama yang menyebabkan pakan ternak khususnya pakan ternak ruminansia (khususnya Sapi) yang diberikan tidak memenuhi kecukupan jumlah dan asupan nutrisi, yaitu (1) bahan pakan pada umumnya berasal dari limbah pertanian yang rendah kadar protein kasarnya dan tinggi serat kasarnya. Tingginya kadar serat ini yang umumnya didominasi komponen

<sup>\*</sup>) Korespondensi:

Jl. Walter Monginsidi No. 84, Jakarta Selatan 12170;  
e-mail: jannah\_24884@yahoo.com

*lignoselulosa* (karbohidrat kompleks) yang sulit dicerna; (2) ketersediaan pakan yang tidak kontinyu. Hal ini dikarenakan langkanya bahan pakan, terutama di musim kemarau.

Untuk mengatasi masalah tersebut berbagai terobosan telah dilakukan diantaranya dengan membuat menjadi hijauan kering (*hay*), penambahan urea (amoniasi) dan awetan hijauan (*silase*). Amoniasi dapat meningkatkan kandungan protein kasar (Nguyen *et al.*, 2001; Granzin dan Dryden, 2003), sehingga ketersediaan nitrogen untuk pertumbuhan mikroba menjadi lebih baik. Namun, pengolahan bahan pakan dengan pengeringan sangat tergantung dengan musim, atau panas matahari, sedangkan pengolahan dengan amoniasi (penambahan Urea) acapkali terjadi kasus toksikasi, karena tingginya amonia. Teknologi yang sekarang berkembang adalah pembuatan pakan tidak hanya sekedar awet (*silase*), tetapi sesuai kebutuhan gizi ternak.

Wafer merupakan salah satu bentuk pakan olahan yang dibentuk sedemikian rupa dari bahan konsentrat dan atau hijauan dengan tujuan untuk mengurangi sifat keambaan pakan. Coleman and Lawrence (2000) mengatakan bahwa kelemahan dari pakan olahan dalam hal ini wafer antara lain (1) pemberian kepada ternak harus disesuaikan dengan kebutuhan agar ternak tidak mengalami kelebihan berat badan, maupun gangguan pencernaan; (2) gudang penyimpanan wafer memerlukan area dan penanganan khusus untuk menghindari kelembaban udara; (3) pengolahan bahan pakan menjadi wafer membutuhkan biaya tambahan yang akan mempengaruhi biaya produksi.

Berdasarkan hal di atas, ketersediaannya dalam pakan ternak Sapi perlu untuk ditindaklanjuti dengan mulai diperkenalkan ke pasar, terutama para Peternak Sapi karena tidak hanya mampu mengurangi keresahan Peternak akan ketersediaan pakan hijauan, juga meningkatkan mutu Sapi dengan asupan pakan gizi yang disesuaikan dengan kebutuhan.

Pada tahapan pengenalan produk baru ke pasar seperti Wafer, ada suatu tahapan yang disebut sebagai Pengembangan dan Pengujian Konsep. Tahapan ini diperlukan untuk mengurangi kegagalan pada saat sebuah produk akan dipasarkan. Pengujian konsep produk wafer dilakukan di wilayah metropolitan Jakarta (Jabodetabek) yang merupakan metropolitan terbesar di Indonesia, atau urutan keenam dunia dengan jumlah Sapi perah dan Sapi potong kurang dari 5.000 ekor yang mengkonsumsi limbah pasar sebagai pakan tambahan selain pakan hijauan yang didapat dari wilayah sekitar.

Namun, perubahan penggunaan lahan yang terjadi di wilayah Jabodetabek semakin mempersulit pengadaan pakan hijauan bagi para Peternak Sapi. Sebagaimana pernyataan Direktur Penataan Ruang Nasional Depkrimpraswil, Ruchiyat Djaka Permana, bahwa penerapan *green belt* di perkotaan memang sulit dilakukan, sehingga untuk

membangun kawasan hijau pemerintah daerah harus mulai dengan menerapkan kebijakan yang tegas (Kompas, 11 Agustus 2004).

Tujuan kajian: (1) Menganalisis tingkat ketertarikan Peternak Sapi potong terhadap konsep produk Wafer Ransum Kompleit; (2) Menganalisa kesesuaian konsep Wafer Ransum Kompleit dengan Kebutuhan Peternak Sapi Potong; (3) Menganalisis tingkat keinginan untuk membeli terhadap Wafer Ransum Kompleit; (4) Mengidentifikasi faktor yang berpengaruh terhadap tingkat ketertarikan untuk membeli wafer ransum kompleit; dan (5) Menyusun strategi pemasaran Wafer Ransum Kompleit di kalangan Peternak Sapi potong (produk, harga, distribusi dan promosi).

## METODOLOGI

Pengambilan data primer dilakukan selama tiga minggu, mulai dari tanggal 9 sampai 28 Mei 2011, dengan lokasi berada di daerah pinggiran wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Pengambilan kelima wilayah tersebut dikarenakan kedekatan lokasi peneliti dengan obyek penelitian, ketersediaan ruang terbuka hijau sebagai sumber penyediaan pakan hijauan sudah mulai terbatas dengan pertumbuhan penduduk yang semakin tinggi, keberadaan Peternak besar dengan rata-rata kepemilikan diatas sepuluh ekor dan bahkan ada lokalisasi untuk Peternakan Sapi.

Metode kerja dilakukan dengan mengukur penerimaan konsumen terhadap Wafer Ransum Kompleit. Proses pengambilan data primer dilakukan dengan survei yang menggunakan wawancara langsung dengan alat bantu kuesioner untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

Data sekunder bersumber dari Direktorat Jendral Peternakan, Dinas Ternak Jawa Barat dan Dinas Ternak Kabupaten Bogor. Data yang didapatkan meliputi jumlah kelompok Peternak, jumlah populasi Sapi, jumlah daging Sapi yang masuk dan yang keluar, persebaran lokasi pasar hewan dan jumlah Peternak Sapi.

Pengambilan contoh 30 Peternak yang tersebar di wilayah Jabodetabek, berdasarkan Roscoe *dalam* Uma Sekaran (1992) memberikan pedoman penentuan jumlah contoh sebaiknya di antara 30 sampai 500 unit. Pengambilan contoh dilakukan berdasarkan penilaian bahwa responden adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan contoh penelitian (*Judgmental Sampling*).

Tabel frekuensi untuk menyaring data dari terendah hingga tertinggi dengan beberapa kolom untuk persen, persen yang disesuaikan untuk nilai-nilai yang hilang dan persen kumulatif (Cooper dan Emory, 1998). Rumus untuk frekuensi kumulatif sebagai berikut:

$$fkr = fk/n \times 100\%$$

Keterangan:

fkr : Frekuensi kumulatif relatif

fk : Frekuensi kumulatif

n : jumlah data/responden

Analisa ini bertujuan untuk mengetahui tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan konsumen terhadap suatu produk atau jasa secara keseluruhan. Tingkat persetujuan ini diukur dengan skala likert, yaitu skor 1 (sangat tidak menarik) sampai 5 (sangat menarik). Hasilnya dinyatakan dengan *Top Two Boxes* (TTB), yaitu persentase jumlah responden yang menjawab sangat menarik dan menarik dan *Bottom Two Boxes* (BTB), yaitu persentase jumlah responden yang menjawab tidak menarik atau sangat tidak menarik, sedangkan *Fair* yaitu persentase responden yang menjawab kode 3 atau biasa saja (Ratekin, 2010).

Sebagai peubah respon adalah tingkat keinginan membeli wafer ransum komplit (1-5), yaitu (1) pasti mungkin tidak akan membeli, (2) mungkin tidak akan membeli, (3) antara mungkin membeli atau tidak, (4) mungkin akan membeli, dan (5) pasti akan membeli.

Pada tahap uji konsep, digunakan metode *Exploratory test* secara *verbal descriptions*, dengan prosedur berikut:

1. Menentukan tujuan uji konsep: untuk mengetahui reaksi Peternak Sapi terhadap produk yang akan dihasilkan (suka atau tidak) dan mengetahui minat konsumen untuk membeli dan harga yang akan dibayarkan.
2. Menentukan populasi uji konsep, dimana populasinya adalah Peternak Sapi yang mengalami permasalahan dengan ketersediaan pakan hijauan.
3. Menentukan format uji konsep, dengan membagikan kuesioner terbuka kepada 30 orang responden.
4. Mengkomunikasikan konsep
5. Melihat respon konsumen, dapat diketahui persentase yang tertarik terhadap konsep produk dan dari yang tertarik, dapat diketahui persentase responden yang tertarik membeli produk dengan rentang harga yang akan dianalisa menggunakan *Price Sensitivity Meters*.
6. Menentukan indikator  
Konsep produk dapat dijalankan ke tahap uji guna produk, apabila dari pengujian konsepnya diperoleh minat konsumen untuk membeli produk minimal 70%.

Prosedur uji konsep ini disusun sebagai tahapan yang harus dilakukan sebelum dilakukan suatu analisis mendalam terhadap tingkat ketertarikan, tingkat kesesuaian konsep dengan kebutuhan para Peternak Sapi, tingkat keinginan membeli sampai memunculkan strategi pemasaran untuk sebuah produk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Peternak

Pengambilan contoh terbesar dilakukan di wilayah Bogor dan Jakarta, sedangkan untuk Tangerang, Depok dan Bekasi memiliki porsi yang sama, yaitu 7% (2 Peternak Sapi) sebagaimana yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penyebaran ternak Sapi di wilayah Jabodetabek

No.	Lokasi peternak	Contoh (n)	%
1.	Jakarta	7	22
2.	Bogor	17	57
3.	Depok	2	7
4.	Tangerang	2	7
5.	Bekasi	2	7
Jumlah		30	100

Penyebaran pengambilan contoh didasarkan pada ketersediaan ternak Sapi di wilayah penelitian, seperti di wilayah Bogor, Peternakan Sapi yang dikunjungi adalah Kunak KPS Bogor dan Tapos. Anggota Kunak KPS Bogor adalah Peternak yang tergabung dalam Koperasi Produksi Sapi Bogor (KPS Bogor) yang berkantor pusat di Jalan Baru Kedung Badak Bogor. Jenis Sapi yang dikembangbiakan dalam kelompok ini adalah Sapi perah yang mampu menghasilkan 8.500 liter Susu untuk dikirim ke industri pengolahan Susu di Jakarta. Peternak Sapi di kelompok ini terbagi dalam 6 kelompok tani ternak Sapi perah, yaitu Tertib, Segar, Bersih, Indah, Aman, dan Mandiri.

Selain Peternakan Sapi Kunak, kunjungan berikutnya ke Peternakan Sapi Tapos. Di areal seluas 651 hektar ini dikembangbiakan Sapi potong dan Sapi perah, mulai dari pembibitan hingga penggemukan Sapi. Setiap deretan kandang hanya diisi satu jenis Sapi, seperti Sapi perah, Sapi potong atau pembibitan Sapi. Salah satu jenis Sapi yang dikembangbiakan dalam kawasan ini adalah Sapi jenis Brahman dengan berat hampir mencapai 1.200 kg. Jika dijual, harganya mencapai Rp25 juta per ekor.

Pengembangbiakan Sapi dilakukan dengan cara kawin suntik. Sapi yang dikembangkan jenis *Brangus*, merupakan hasil perkawinan antara Sapi *Brahman* dan Sapi *Engges*. Sapi *Brangus* berkulit hitam dan badannya besar. Menurut salah satu Peternak, selain Sapi potong, Sapi perah juga dikembangbiakkan, karena hasilnya sangat maksimal. Apalagi kebutuhan Susu nasional sangat besar, dan sebagian masih dipenuhi oleh susu impor. Untuk Sapi perah, pengambilan Susu dilakukan dengan mesin perah khusus.

Lain halnya dengan kondisi Peternakan Sapi di wilayah Bogor, Sapi di wilayah Jakarta diambil di kawasan Cibubur. Bertempat di kompleks perkampungan Peternak Sapi Cibubur, yang merupakan perkampungan Peternak Sapi hasil dari program perpindahan Peternak Sapi dari daerah Kuningan Jakarta. Jenis Sapi perah yang dikembangbiakan adalah *Friesien-Holstein* yang berjumlah sekitar 30-40 Sapi betina, dan 5-10 Sapi jantan.

Peternakan Sapi di wilayah Depok, Tangerang dan Bekasi, sebagian besar memelihara Sapi potong untuk memenuhi kebutuhan konsumsi daging di ketiga wilayah tersebut. Jenis Sapi yang dikembangbiakan, antara lain *Brahman*, *Simmetal*, *Red Angus* dan *Diamond Limousine*.

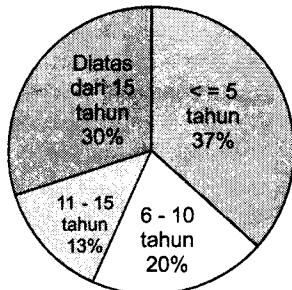
### Usia dan lama pengalaman usaha

Peternak Sapi didominasi oleh usia produktif (26-55 tahun) dengan lama pengalaman usaha ternak Sapi secara umum di bawah 5 tahun (37%).

Tabel 2. Usia Peternak

No.	Usia Peternak (tahun)	Contoh (n)	%
1.	<= 25	3	10
2.	26 – 30	7	23
3.	31 – 35	7	23
4.	36 – 40	3	10
5.	41 – 45	3	10
6.	46 – 50	3	10
7.	51 – 55	3	10
8.	Diatas 55	1	4
Jumlah		30	100

Usaha Peternakan Sapi di wilayah Jabodetabek dikembangkan belum begitu lama sebagaimana tertera pada Gambar 1.



Gambar 1. Pengalaman dan karakter pribadi Peternak

Banyaknya jumlah Peternak dengan pengalaman di bawah 5 tahun ternyata tidak semua memiliki karakter untuk menyukai hal-hal yang baru. Lebih dari 50% Peternak cenderung memiliki karakter mengikuti apa yang terjadi dan tidak terlalu berusaha untuk mencoba hal yang baru (Tabel 3). Dengan karakter Peternak Sapi yang cenderung pasif untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai pakan Sapi, membuat produsen wafer ransum komplit harus pro aktif mendatangi para Peternak langsung dari Peternakan satu ke lainnya, dalam rangka memperkenalkan produknya.

Tabel 3. Karakteristik Peternak berdasarkan psikologi

No.	Penggambaran diri	Contoh (n)	%
1.	Saya senang untuk selalu mengikuti apa yang sedang terjadi. Saya senang mencoba hal-hal baru dan saya sering memberitahukan orang lain mengenai hal tersebut	5	42
2.	Saya biasanya mengikuti apa yang terjadi, tetapi saya tidak berusaha untuk mencoba setiap hal yang baru	7	58
Jumlah		12	100

### Kepemilikan karyawan dan ternak Sapi

Karakteristik kepemilikan karyawan dan jumlah ternak Sapi yang dipelihara, dapat diketahui jumlah ternak antara 1 sampai 10 ekor Sapi, rataan karyawan berjumlah satu orang. Informasi lebih lengkap mengenai kepemilikan jumlah karyawan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Kepemilikan jumlah karyawan

No.	Jumlah karyawan (orang)	Contoh (n)	%
1.	1	9	30
2.	2	4	13
3.	3	6	20
4.	> 3	11	37
Jumlah		30	100

Jumlah ternak 11- 30 ekor Sapi memiliki jumlah karyawan 2 orang, kepemilikan Sapi 31-50 ekor rataan karyawan berjumlah 3 orang dan jumlah kepemilikan ternak Sapi di atas 50 ekor, karyawan yang dimiliki berjumlah > 3 orang.

Tabel 5. Kepemilikan jumlah ternak Sapi

No.	Ternak (ekor)	Contoh (n)	%
1.	1 - 10	5	17
2.	11 - 30	12	40
3.	31 - 50	6	20
4.	> 50	7	23
Jumlah		30	100

Berdasarkan Tabel 5, sebagian besar Peternak memiliki di atas 10 ekor Sapi. Hal ini mengindikasikan skala usaha yang dijalankan di wilayah Jabodetabek adalah usaha ternak Sapi besar dengan jumlah kepemilikan ternak di atas 10 ekor bahkan ada yang mencapai hingga 297 ekor Sapi, yaitu Peternakan Sapi yang ada di Kota Tangerang. Semakin besarnya jumlah ternak Sapi yang dimiliki, kebutuhan akan Pakan Sapi semakin meningkat, terutama Pakan hijauan.

Jenis Sapi yang banyak dipelihara adalah Sapi perah (63%) dari kelompok Sapi *Fresian-Holstein* dan 37% memelihara Sapi potong dari kelompok Sapi *Brahman*, *Simmetal*, *Red Angus* dan *Diamond Limusine*.

### Penggunaan Pakan

Pemberian pakan yang paling sering dilakukan oleh Peternak Sapi yang ada di wilayah Jabodetabek adalah pakan hijauan (53%) dan sekitar 47% Peternak Sapi lainnya mulai menggunakan konsentrat dalam pemberian pakan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan performa, atau mutu Sapi yang dihasilkan baik dari produksi Susu, maupun berat Sapi.

Selain pakan hijauan, para Peternak Sapi, khususnya Sapi potong juga menggunakan limbah pertanian sebagai bahan pakan tambahan. Limbah pertanian banyak digunakan oleh sebagian besar Peternak Sapi di Jabodetabek (63%), karena waktu panen produksi melimpah,

dapat dikonsumsi oleh Sapi potong, mudah didapatkan pada waktu panen, kualitasnya dapat ditingkatkan, dapat disimpan dalam waktu yang relatif lama dan tidak ada harganya.

Bagi Peternak Sapi yang tidak menggunakan limbah pertanian disebabkan karena kesulitan memperoleh limbah pertanian, karena ketersediaannya yang fluktuatif dan mutunya juga dirasa kurang baik untuk menghasilkan produksi ternak Sapi bermutu. Selain itu, ketersediaan pakan hijauan masih dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan pakan Sapi sebagaimana tertera pada Tabel 6.

Tabel 6. Alasan tidak menggunakan limbah pertanian

No.	Alasan tidak menggunakan	Contoh (n)	%
1.	Kesulitan memperoleh limbah pertanian	4	36
2.	Kurang bagus untuk mutuproduksi ternak	4	36
3.	Ketersediaan pakan hijauan masih ada	3	28
Jumlah		11	100

Selain jenis Rumput dan Leguminosa yang dapat diberikan pada ternak, juga jenis hijauan lainnya mempunyai serat kasar tinggi, ataupun hijauan yang diawetkan, ataupun hasil ikutan pertanian lainnya, seperti Jerami Padi, Jerami Jagung, silase (salah satu cara pengawetan hijauan), limbah Sayur-sayuran, dan sebagainya. Hijauan yang diberikan ke ternak Sapi biasanya mempertimbangkan tingkat nilai nutrisi, ketersediaan, ketersediaan pakan lain dan fungsinya sebagai pakan utama hanya sekedar Pakan tambahan. Sebagian besar Peternak Sapi yang ada di Jabodetabek menggunakan limbah pertanian sebagai pakan tambahan dan penggunaannya hanya sewaktu-waktu (68%), tidak setiap hari (32%).

Penggunaan limbah yang sewaktu-waktu dilakukan agar menjaga ternak Sapi selalu kenyang meskipun mutu yang dihasilkan tidak begitu optimal sebagaimana penjelasan yang tertera pada Tabel 7. Untuk jenis limbah pertanian yang paling banyak digunakan sebagai Pakan adalah Jerami Padi (74%), Jerami Jagung (14%) dan Rumput Gajah (14%).

Berdasarkan Bamualim *et al.* (2009), umumnya hijauan Sapi perah dibagi menjadi tiga kategori, yaitu (1) rumput bermutu medium (menengah), (2) rumput bermutu rendah-menengah, dan (3) hijauan bermutu rendah. Rumput bermutu menengah mempunyai protein tercerna 10-15%, contohnya Rumput Gajah, Rumput Raja, hijauan tanaman Jagung, dan sebagainya. Rumput bermutu rendah-menengah adalah Rumput yang mempunyai protein tercerna antara 4-10%, contohnya Rumput lapangan dan gulma. Terakhir adalah hijauan bermutu rendah, yaitu hijauan yang mempunyai protein tercerna 0-4%,

contohnya limbah pertanian (jerami padi, jerami jagung, dan sisa-sisa potongan, ataupun sayur-sayuran terbuang). Dengan demikian, secara umum (68%) jenis limbah yang sering digunakan oleh Peternak Sapi di Jabodetabek adalah limbah pertanian bermutu rendah, yaitu Jerami Padi. Penggunaan rumput gajah (16%) dengan mutu yang cukup bagus (menengah) masih sangat sedikit penggunaannya, karena harga Rumput Gajah merangkak naik, sehingga kondisi ini bisa menyebabkan biaya pakan membengkak. Begitu pula dengan jerami jagung, masih sedikit digunakan (16%).

Tabel 7. Alasan penggunaan limbah sewaktu-waktu

No.	Alasan	Contoh (n)	%
1.	Berfungsi sebagai pakan tambahan	3	17
2.	Ketersediaan yang fluktuatif (musiman)	6	40
3.	Tersedianya pakan lain selain limbah pertanian	2	20
4.	Kandungan nutrisi pada limbah yang kurang baik	1	23
Jumlah		12	100

Peternak Sapi di Jabodetabek yang menggunakan limbah pertanian sebagian besar (97%), atau sebanyak 18 Peternak belum terbiasa untuk melakukan pengolahan lebih lanjut hanya satu orang Peternak Sapi di Bekasi yang mulai menerapkan sistem fermentasi pada Jerami Padi. Tujuan dari pengolahan limbah tersebut untuk menambah nafsu makan pada Sapi, karena baunya yang disukai oleh Sapi. Biaya yang dikeluarkan untuk pengolahan limbah pertanian dengan sistem fermentasi Rp1.500.000 per bulan.

Kebiasaan lain yang dimiliki Peternak Sapi perah di Jabodetabek adalah metode perolehan pakan hijauan pada ternak dengan sistem *cut and carry* (44%). Artinya, para Peternak mencari dan mengumpulkan hijauan hari ini untuk kebutuhan Sapi perah esok harinya. Kebutuhan hijauan untuk Sapi perah dalam bentuk segar adalah 10% dari bobot tubuhnya. Misalnya, jika bobot badan Sapi perah 400 kg, maka hijauan yang diberikan minimal 40 kg/hari/per ekor. Cara pengadaan pakan hijauan lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Cara pengadaan pakan hijauan

No.	Cara pengadaan pakan hijauan	Contoh (n)	%
1.	Menanam hijauan sendiri	7	37
2.	Mencari sendiri	8	42
3.	Menanam dan mencari	4	21
Jumlah		19	100

Upaya lainnya dalam pemenuhan nutrisi atau gizi yang dibutuhkan ternak Sapi adalah pemberian Konsentrat (43%), Ampas tahu (47%), Ampas tempe (7%) dan dedak (3%). Berdasarkan Hartadi *et al.* (1990), konsentrat adalah suatu bahan makanan yang digunakan bersama dengan bahan makanan lainnya untuk meningkatkan keserasian gizi dari keseluruhan makanan dan dimaksudkan untuk disatukan dan dicampurkan sebagai suplemen, atau pelengkap. Sementara ampas tahu memiliki nilai nutrisi yang baik dan digolongkan ke dalam bahan pakan sebagai sumber protein, apabila diolah dan diawetkan, baik secara kering maupun secara basah dapat dimanfaatkan dan disimpan dalam waktu yang cukup lama. Selain itu ampas tahu diyakini mampu memberikan pengaruh yang baik terhadap performa ternak Ruminansia. Jadi proporsi terbesar untuk pengadaan Pakan tambahan bagi ternak Sapi terutama Sapi perah adalah Ampas tahu dan Konsentrat. Menurut Kasrad (2006), penambahan konsentrat pada sapi Pesisir dapat meningkatkan pertambahan bobot badan dengan rata-rata 0,68 kg/h, dibandingkan dengan pemeliharaan tradisional yang hanya 0,1 kg/h. Pemberian konsentrat 75% menghasilkan bobot badan, PBB, konsumsi, konversi dan keempukan daging yang lebih baik dari 25% konsentrat (Khasrad dan Rusdimansyah, 2012).

Kedua jenis pakan tambahan atau pakan pelengkap tersebut memiliki rentang biaya yang berbeda. Biaya yang dikeluarkan rata-rata oleh Peternak Sapi untuk pengadaan pakan tambahan selain limbah pertanian seperti ampas tahu atau tempe dibeli dengan harga Rp750 per kg, sedangkan biaya yang dikeluarkan untuk pembelian konsentrat dari pabrik pakan Rp5.000 sampai Rp7500 per kg. Dengan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk pembelian pakan tambahan selain limbah pertanian, beban biaya pakan pun akan bertambah yang nantinya akan mengurangi pendapatan Peternak, baik Peternak Sapi perah maupun Sapi potong.

### Pengetahuan Seputar Teknologi Pakan

Jenis dan komposisi hijauan Pakan ternak yang banyak diberikan oleh sebagian besar petani di Jabodetabek didominasi Rumput lapang dan Jerami Padi. Pemanfaatan Jerami Padi sebagai pakan Sapi, terutama Sapi potong disebabkan Peternak kesulitan untuk mendapatkan hijauan Pakan yang bersumber dari Rumput lapang. Salah satu alternatif limbah hasil pertanian yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber hijauan Pakan, diantaranya adalah penggunaan Jerami Padi yang banyak terdapat di sekitar areal Peternakan Sapi.

Pemanfaatan Jerami Padi sebagai Pakan ternak memberikan dampak positif seperti penghematan biaya dalam penyediaan Pakan, nutrisi tercukupi dan sebagainya apabila teknologi tersebut dapat diaplikasikan. Namun pemanfaatan teknologi Jerami ini hanya dimanfaatkan oleh satu

orang Peternak dari 30 Peternak Sapi yang menjadi contoh dalam penelitian ini. Peternak Sapi lainnya ada yang mengetahui (16%) mengenai informasi teknologi Pakan Jerami Padi, namun tidak diterapkan karena keterbatasan tenaga kerja dan biaya. Selain itu ada juga yang berpendapat dalam pengolahan, atau penerapan teknologi Jerami Padi harus mengeluarkan biaya dan membutuhkan staff khusus.

Jerami Padi mengandung sedikit protein, lemak dan pati, serta serat kasar yang relatif tinggi karena lignin dan silikanya tinggi. Untuk meningkatkan pencernaan Jerami Padi dan jumlah konsumsinya, Jerami Padi perlu diberi perlakuan secara biologis dengan menggunakan probiotik. Probiotik merupakan produk bioteknologi yang mengandung *polimikroorganisme*, *lignolitik*, *proteolitik*, *amilolitik*, *selulolitik*, *lipolitik* dan *nitrogen non simbiotik* yang dapat memfermentasi Jerami, sehingga dapat meningkatkan mutu dan nilai kecernaannya.

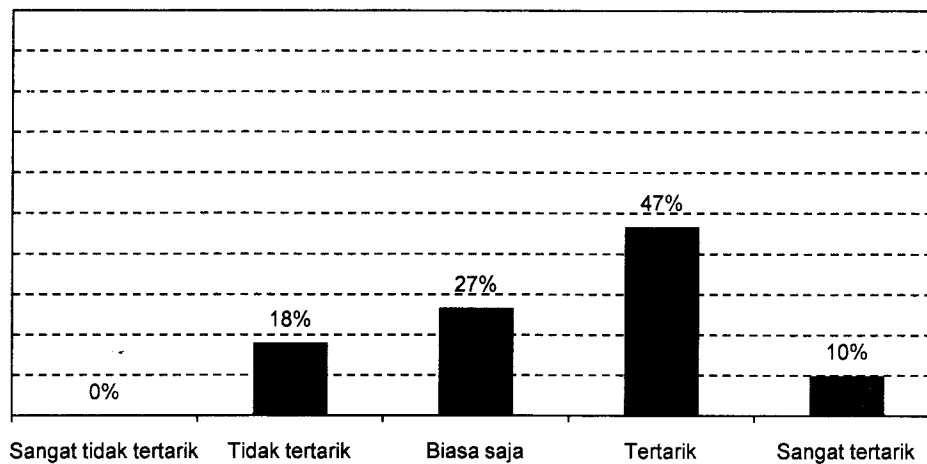
### Daya Tarik dan Strategi Pemasaran Wafer Ransum Komplek

#### Tingkat ketertarikan terhadap konsep Wafer Ransum Komplek

Wafer ransum komplek bukanlah produk baru yang ada di kalangan Peternak Sapi. Lebih dari 50% Peternak Sapi menyatakan tertarik terhadap konsep wafer ransum komplek. Konsep yang ditawarkan menarik, karena mempermudah dalam penyimpanan, lebih efisien terhadap waktu dan terpenting bisa dijadikan sebagai pakan cadangan ternak (Gambar 2). Suatu ransum akan lebih efisien digunakan apabila ransum tersebut dikonsumsi dalam jumlah sedikit dan mampu memberikan peningkatan bobot badan yang besar (Tillman *et al.*, 1989). Adapun faktor utama yang mempengaruhi penyusutan bobot badan adalah kurangnya pemberian pakan dan air minum, sehingga ternak mengalami penyusutan bobot badan sebesar 1% per jam selama 3 sampai 4 jam pertama transportasi, tetapi berkurang 0,1% per jam setelah 10 jam atau lebih transportasi (Suryadi *et al.*, 2011).

Meskipun tingkat ketertarikan terhadap konsep cukup besar, namun terdapat 43% lainnya yang menyatakan biasa saja dan kurang tertarik terhadap konsep. Ketidaktertarikan tersebut lebih disebabkan karena dinilai kurang memberikan fungsi yang optimal terhadap Sapi perah dan ketersediaan Pakan hijauan di wilayah pinggiran masih dirasa cukup. Informasi mengenai kesan positif maupun negatif terhadap konsep dapat diketahui pada Tabel 9.

Hasil uji konsep berdasarkan penilaian *top two boxes*, yaitu penilaian berdasarkan dua jawaban tertinggi yang dipilih oleh konsumen, menyatakan 57% konsumen tertarik terhadap konsep produk yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan konsep ini mampu menjawab kebutuhan para Peternak Sapi dalam pengadaan Pakan cadangan



Gambar 2. Tingkat ketertarikan Peternak terhadap konsep

dan mudah dalam penyimpanan. Sejalan dengan pembahasan sebelumnya, bahwa untuk pengadaan pakan cadangan dalam hal ini adalah limbah pertanian dirasa masih kesulitan karena ketersediaannya fluktuatif dan kandungan nutrisi yang dimiliki tidak sebaik konsep yang ditawarkan dari wafer ransum komplit.

Tabel 9. Alasan ketertarikan dan ketidakterarikan terhadap konsep (N=30)

No.	Keterangan	N	Σ (%)
<b>Positif</b>			
1.	Pakan cadangan ternak	5	17
2.	Lebih mudah dalam penyimpanan	3	10
3.	Waktu akan lebih efisien	2	7
4.	Fungsinya dapat meningkatkan berat badan Sapi	2	7
5.	Tahan lama	2	7
6.	Produknya unik	1	3
7.	Kandungan nutrisi yang dimiliki	1	3
8.	Menambah keanekaragaman pakan Sapi	1	3
Jumlah		17	57
<b>Negatif</b>			
1.	Untuk wilayah pinggiran tidak menarik karena sumber pakan alami masih banyak	4	13
2.	Fungsi untuk Sapi perah kurang berfungsi	4	13
3.	Pakan terlalu rumit	2	7
4.	Biaya tinggi dan kualitas kurang	1	3
5.	Ketersediaan belum tentu selalu ada	1	3
6.	Tidak menjawab		3
Jumlah		12	43

### Penilaian terhadap tingkat keunikan konsep produk

Produk yang baik dan bagus tidak akan ada artinya, kalau tidak diterima dengan baik oleh pasar. Apalagi jika produk tersebut satu kategori dengan produk lain yang memiliki kompetisi yang

sangat tinggi, seperti produk telekomunikasi. Di tengah jajaran produk tadi, membangun diferensiasi menjadi penting agar produk yang dimiliki mempunyai *selling point* dibanding produk sejenis.

Lain halnya dengan Wafer ransum komplit, untuk saat ini belum begitu banyak pelaku usaha yang terjun ke dunia bisnis Pakan Sapi Wafer ransum komplit, sehingga pada saat Peternak Sapi di Jabodetabek diperkenalkan dengan konsep produk, melalui penilaian *top two box* dapat diketahui 60% menyatakan produk Wafer ransum komplit adalah produk yang unik dan sangat unik.

Keunikan pada produk Wafer ransum komplit menjadi suatu *selling point* yang perlu dikomunikasikan ke Peternak Sapi di Jabodetabek, karena berdasarkan analisa sebelumnya bahwa semakin unik suatu produk, keinginan untuk membeli pakan Sapi semakin tinggi. Oleh karena itu, dalam memperkenalkan produk Wafer ransum komplit ke pasar, perlu menekankan keunikan produk yang berbeda dengan Pakan yang sering digunakan sebelumnya seperti keunikan dalam manfaat, bentuk dan penanganan terhadap Wafer ransum komplit. Informasi selengkapnya dilihat pada Gambar 3.

### Penilaian terhadap tingkat kesesuaian produk dengan kebutuhan Peternak Sapi

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang di dunia Pakan ternak, terutama Pakan Sapi, membuat para pelaku bisnis lebih memacu diri dalam menghasilkan produk yang dapat diterima dan digunakan oleh Peternak Sapi. Hal tersebut mengharuskan produk yang dipasarkan haruslah mempunyai banyak kesesuaian dengan Peternak dan keunggulan yang memudahkan dalam beternak Sapi. Oleh sebab itu guna mengetahui tingkat kesesuaian antara produk dengan kebutuhan Peternakan dilakukan suatu analisa *top two box* yang menggambarkan bahwa hanya 47% Peternak Sapi Jabodetabek yang merasa Wafer ransum komplit sesuai dengan kebutuhan dalam pemenuhan pakan bagi Peternakan di Jabode-

tabek. Informasi lebih lanjut mengenai tingkat kesesuaian produk dapat dilihat pada Gambar 4.

Masih rendahnya tingkat kesesuaian produk yang ditunjukkan oleh Peternak Sapi Jabodetabek terhadap Wafer ransum komplit (< 50%), sejalan dengan masih rendahnya tingkat pengetahuan teknologi Pakan para Peternak Sapi dan belum banyaknya Peternak yang mendengar informasi mengenai Wafer ransum komplit (90%). Kesesuaian produk yang dimaksud dalam kajian ini meliputi kesesuaian terhadap jenis Sapi yang diusahakan (Sapi perah atau Sapi potong), kesesuaian terhadap manfaat yang akan diterima, kesesuaian terhadap kedudukan fungsi Pakan (Pakan utama atau Pakan tambahan) dan kesesuaian terhadap bentuk produk.

#### Tingkat keinginan untuk membeli Wafer ransum komplit

Rendahnya tingkat keinginan untuk membeli pakan Wafer ransum komplit sama dengan rendahnya tingkat kesesuaian produk dengan Peternak Sapi yang ada di Jabodetabek. Hanya 44% Peternak Sapi yang menyatakan ingin membeli dan sangat ingin membeli (Gambar 5).

Sejalan dengan temuan sebelumnya, semakin rendah tingkat kesesuaian produk dan

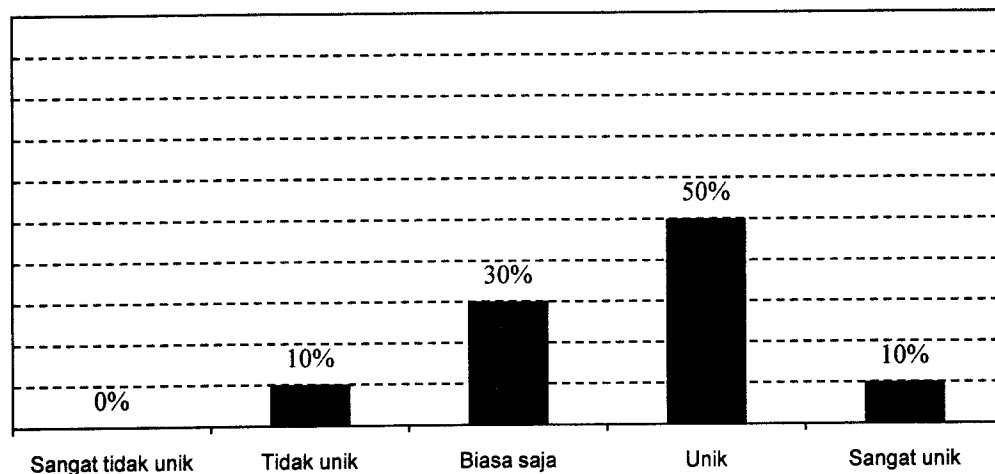
pengetahuan tentang Wafer ransum komplit akan mempengaruhi rendahnya tingkat keinginan membeli dari Peternak Sapi yang ada di Jabodetabek.

#### Faktor yang berpengaruh terhadap tingkat ketertarikan untuk membeli Wafer ransum komplit

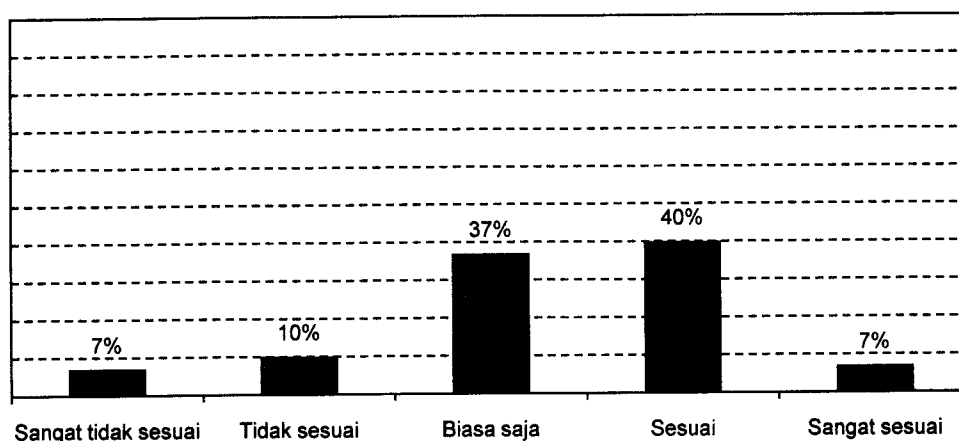
Diawal pengenalan konsep Wafer ransum komplit, Peternak Sapi di Jabodetabek menunjukkan rasa ketertarikan yang cukup besar, namun ada karakter dari produk yang masih perlu dilakukan peningkatan, terutama dalam mengkomunikasikan manfaat yang dapat diperoleh dari wafer ransum komplit bagi para Peternak Sapi perah maupun Sapi potong. Untuk itu dilakukan analisis menggunakan regresi logistik ordinal berikut:

1. Model besarnya peluang untuk membeli Wafer ransum komplit

Model keinginan membeli wafer ransum komplit merupakan model logit dari regresi logistik ordinal dengan delapan peubah independen (X) dan lima kategori respon. Pada Tabel 10 dapat dilihat banyaknya peternak yang menunjukkan keinginan untuk membeli Wafer ransum komplit sebagai peubah dependen (Y).

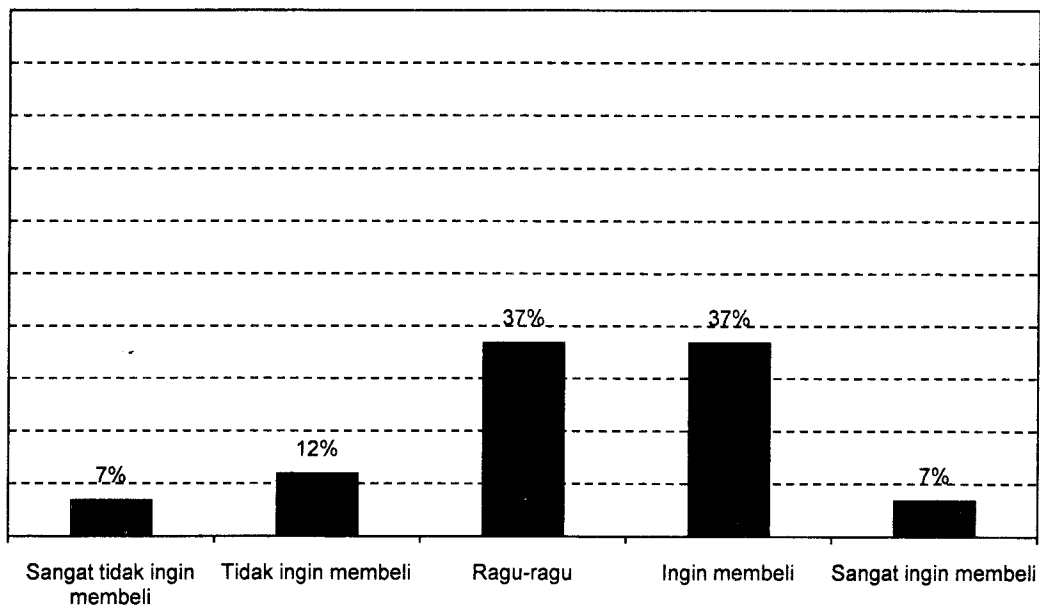


Gambar 3. Tingkat keunikan produk menurut persepsi Peternak (N=30)



Gambar 4. Tingkat kesesuaian produk menurut persepsi Peternak (N=30)





Gambar 5. Tingkat keinginan membeli Wafer ransum komplit (N=30)

Tabel 10. Kategori respon sebagai peubah dependen

No.	Kategori Respon	Contoh (n)	%
1.	Pasti mungkin tidak akan membeli	2	7
2.	Mungkin tidak akan membeli	4	12
3.	Antara mungkin membeli atau tidak	11	37
4.	Mungkin akan membeli	11	37
5.	Pasti akan membeli	2	7
Jumlah		30	100

Karena terdapat lima kategori respon yang terdiri dari pasti tidak akan membeli, mungkin tidak akan membeli, antara mungkin membeli atau tidak, mungkin membeli dan pasti akan membeli, maka model logit yang terbentuk adalah empat

model peluang kumulatif (Wibowo, 2002) seperti pada Gambar 6.

2. Analisa koefisien model

Pada bagian ini dilakukan suatu pengujian untuk mengetahui apakah hipotesa dalam pemodelan regresi ordinal diterima atau tidak. Hipotesa yang digunakan sebagai berikut:

$H_0$  : Model secara keseluruhan tidak sesuai untuk digunakan

$H_1$  : Model secara keseluruhan sesuai untuk digunakan

Dari Tabel 11 dapat diketahui bahwa P-value test keseluruhan model 0,001 yang berarti tolak  $H_0$  atau secara keseluruhan model sesuai untuk digunakan. Untuk melihat lebih lengkap mengenai koefisien P-value di keempat model regresi ordinal dapat dilihat pada Tabel 12.

$$\begin{aligned}
 Prob(Y_1) &= \frac{e^{140.3+10.7X_1-5.9X_2-24.5X_3-38.13X_4+14.58X_5-14.89X_6-7.90X_7+0.10X_8}}{(1 + e^{140.3+10.7X_1-5.9X_2-24.5X_3-38.13X_4+14.58X_5-14.89X_6-7.90X_7+0.10X_8})} \\
 Prob(Y_2) &= \frac{e^{73.4-146.9X_1+202.3X_2-157X_3+296.3X_4+16.2X_5-94.5X_6-90.9X_7-14.5X_8}}{(1 + e^{73.4-146.9X_1+202.3X_2-157X_3+296.3X_4+16.2X_5-94.5X_6-90.9X_7-14.5X_8})} \\
 Prob(Y_3) &= \frac{e^{59.11+0.35X_1-1.466X_2-1.371X_3-22.7X_4+0.86X_5+0.6X_6-2.53X_7-0.003X_8}}{(1 + e^{59.11+0.35X_1-1.466X_2-1.371X_3-22.7X_4+0.86X_5+0.6X_6-2.53X_7-0.003X_8})} \\
 Prob(Y_4) &= \frac{e^{151.2+16.91 X_1-26.95+13.46X_3-183.6X_4+9.34X_5+38.2X_6+39.8X_7-5.96X_8}}{(1 + e^{151.2+16.91 X_1-26.95+13.46X_3-183.6X_4+9.34X_5+38.2X_6+39.8X_7-5.96X_8})} \\
 Prob(Y_5) &= 1 - Prob(Y_1) - Prob(Y_2) - Prob(Y_3) - Prob(Y_4)
 \end{aligned}$$

Keterangan:  
 Y1 = Peluang responden menjawab skor 1 dibanding skor 5  
 Y2 = Peluang responden menjawab skor 2 dibanding skor 5  
 Y3 = Peluang responden menjawab skor 3 dibanding skor 5  
 Y4 = Peluang responden menjawab skor 4 dibanding skor 5  
 Y5 = Peluang responden menjawab skor 5

Gambar 6. Empat model kumulatif (Wibowo, 2002)

Tabel 11. Tes P-Value secara keseluruhan

Model P-Value	Pesudo R square	Validation Accuracy
0.001	87%	80%

Dari pengujian di Tabel 12 dapat diketahui bahwa *output* menunjukkan bahwa P-value test keseluruhan peubah dalam model 0,00 yang berarti tolak  $H_0$ , atau secara keseluruhan hasil estimasi koefisien peubah independen sesuai untuk digunakan didalam seluruh model (keempat model regresi ordinal).

Rangkuman hasil nilai koefisien variabel dependen terhadap prediksi variabel independen untuk menunjukkan besarnya pengaruh dalam pemodelan pada Tabel 13. Dari Tabel 13 dapat diketahui bahwa untuk model tingkat keinginan membeli Wafer ransum komplit, peubah independen yang berpengaruh secara positif terhadap model adalah tingkat keunikan, menggunakan limbah pertanian, atau tidak dan jenis Pakan yang paling sering diberikan. Peubah independen yang berpengaruh secara negatif adalah tingkat kesesuaian, ketertarikan terhadap konsep, pernah mendengar pakan wafer ransum komplit, jumlah ternak dan pengalaman beternak.

Interpretasi model yang terbentuk menginformasikan bahwa semakin unik produk, semakin berpengalaman menggunakan limbah sebagai pakan dan jenis Pakan yang paling sering diberikan, maka semakin tinggi keinginan peternak untuk menggunakan ransum komplit. Dari model ordinal logistik secara garis besar dapat disimpulkan bahwa informasi yang dapat meningkatkan keinginan Peternak untuk membeli produk Wafer komplit ialah tingkat keunikan,

pengalaman pengguna limbah dan jenis Pakan yang sering diberikan.

### Strategi Pemasaran Wafer Ransum Komplit

Pada tahap produksi, atau pengenalan pasar, tujuan utama yang ingin dicapai dalam penerapan strategi pemasaran adalah untuk memperoleh kesadaran konsumen terhadap produk. Pendekatan yang digunakan untuk memberikan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran (*marketing mix*).

#### 1. Strategi produk

Strategi produk diarahkan sebagai Pakan cadangan bernutrisi lengkap yang mampu meningkatkan mutu daging maupun susu yang dihasilkan oleh Sapi. Strategi ini sebagai salah satu upaya untuk merubah posisi produk dalam persaingan, dimana saat ini Peternak Sapi banyak menggunakan limbah pertanian maupun limbah usaha, seperti Tahu Tempe sebagai Pakan cadangan.

Upaya perbaikan yang dirasakan sangat penting untuk memenuhi mutu produk yang diinginkan konsumen adalah meyakinkan para Peternak Sapi mengenai keunggulan dari produk Wafer ransum komplit, terutama untuk menghasilkan produksi Susu dan Daging sesuai harapan dan kandungan Wafer ransum komplit yang juga terbentuk dari Konsentrat (berbentuk *mash*). Selain itu, karena sifatnya yang kering dikhawatirkan tidak sesuai untuk Sapi perah dan masih memerlukan Air untuk pengolahannya. Menurut Retnani *et al.* (2009), wafer yang akan terserang jamur lebih cepat adalah yang memiliki kadar air lebih tinggi. Namun demikian, aktivitas mikroorganisme dapat ditekan pada kadar air 12%-14%, sehingga bahan pakan tidak mudah

Tabel 12. Hasil Uji P-Value pada keempat Model Regresi Ordinal

Koefisien P-Value	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
Sig (Y1)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Sig (Y2)	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001
Sig (Y3)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Sig (Y4)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Tabel 13. Pengaruh peubah independen terhadap Model

Model Coefficient Sign	Y1	Y2	Y3	Y4	Majority
X1= Tingkat keunikan	+	-	+	+	+
X2= Tingkat kesesuaian	-	+	-	-	-
X3= Ketertarikan terhadap konsep	-	-	-	+	-
X4= Pernah mendengar pakan wafer ransum komplit	-	+	-	-	-
X5= Penggunaan limbah pertanian sebagai pakan	+	+	+	+	+
X6= Jenis pakan yang paling sering diberikan	-	-	+	+	+
X7= Jumlah ternak yang dimiliki (ekor)	-	-	-	+	-
X8= Pengalaman beternak (tahun)	+	-	-	-	-

berjamur dan membusuk (Trisyulianti *et al.*, 2003). Oleh karena itu diharapkan nantinya Pakan jangan terlalu padat agar mudah dicerna oleh Sapi, kemudian diinformasikan mengenai cara penggunaan Wafer ransum komplit yang sebaiknya tercantum di kemasan Wafer ransum komplit. Upaya-upaya perbaikan yang diharapkan oleh Peternak dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Upaya perbaikan konsep produk berdasarkan persepsi Peternak

No.	Keterangan	Contoh (n)	%
1.	Pastikan Sapi mau makan dan tidak mempengaruhi produksi Susu, kalau bisa lebih banyak produksi susunya	10	33
2.	Kurang sesuai untuk Sapi perah, karena sifatnya yang kering	3	10
3.	Bentuknya dibuat bulat	2	7
4.	Bentuknya lebih baik dalam Konsentrat	2	7
5.	Idenya sudah cukup baik	2	7
6.	Jangan terlalu padat, agar mudah dicerna Sapi	1	3
7.	Proses pemberian makan dan contoh produk	1	3
8.	Perlu adanya jaminan mengenai ketersediaan produk	1	3
9.	Tidak menjawab	8	27
Jumlah		30	100

## 2. Strategi harga

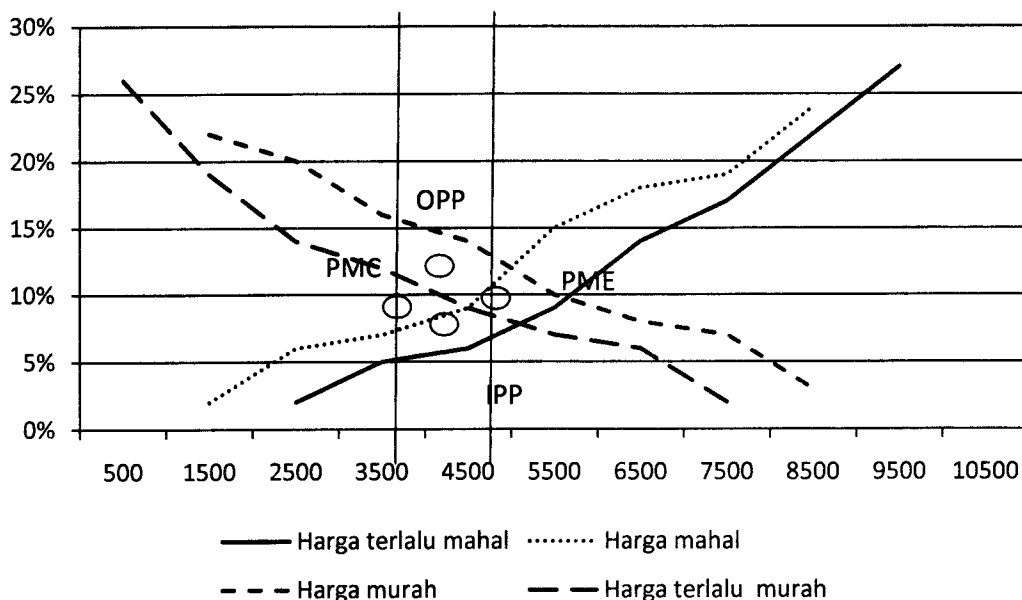
Kebijaksanaan harga erat kaitannya dengan keputusan tentang produk yang akan dipasarkan. Dalam penetapan harga, biasanya

didasarkan pada suatu kombinasi barang/jasa ditambah dengan beberapa jasa lain, serta keuntungan yang memuaskan. Pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui kisaran harga yang diinginkan oleh konsumen dalam hal ini adalah *Price Sensitivity Meters* (Gambar 7).

Sebanyak empat belas Peternak Sapi di Jabodetabek yang memiliki keinginan untuk membeli diminta keterangan mengenai kisaran harga yang diharapkan. Skala harga dimulai dari Rp500 hingga Rp9.500 per kg dengan interval Rp1.000, dengan mempertimbangkan harga di beberapa penghasil Pakan Sapi lainnya. Kisaran harga yang dapat diterima untuk kasus ini berkisar dari Rp4.500 (PMC) hingga Rp5.500 (PME).

Di luar dari kisaran harga dua, parameter lain juga dapat ditentukan. Pertama adalah tingkat harga tidak murah dan mahal atau dikenal dengan *Indifference Price Point* (IPP) yang merupakan titik potong antara murah dan mahal (kasus di atas Rp4.700) dan perpotongan antara terlalu mahal dengan terlalu murah yang dapat diartikan sebagai harga optimal, atau *Optimum Price Point* (kasus di atas Rp4.800).

Jika dibandingkan dengan harga Pakan lain sebagai kompetitor seperti Konsentrat untuk Sapi berada di kisaran harga Rp2.500-Rp2.950 per kg, sedangkan kisaran harga yang diperkirakan oleh Peternak untuk Wafer ransum komplit terbilang cukup tinggi, yaitu Rp4.500-Rp5.500. Hal ini mengindikasikan bahwa Peternak Sapi mau membayar lebih tinggi dari harga pakan yang ada sekarang, apabila mampu meyakinkan manfaat yang dapat diterima lebih dari Pakan yang ada sekarang. Oleh karena itu, strategi harga yang bisa ditawarkan adalah strategi harga di atas harga yang ditetapkan pesaing (*skimming strategy*) untuk membangun *image* dan menarik konsumen pada segmen tertentu dengan harga ditawarkan Rp4.500-Rp5.500.



Gambar 7. Price sensitivity meters (N=30)

### 3. Strategi distribusi

Komersialisasi produk Wafer ransum komplit dilakukan dengan cara penjualan putus, atau penjualan dilakukan secara independen dan sesuai dengan kuantitas produksi. Pemilihan sistem distribusi dengan sistem jual putus didasarkan pada kemudahan pihak produsen dalam mengatur keuangan perusahaan dan perputaran uang bisa lebih cepat, karena tidak ada tunggakan dan lain sebagainya. Bagi perantara, atau distributor dengan sistem jual putus tidak dibebankan dengan kewajiban untuk membayar hutang kepada perusahaan penjual pakan. Jika ada sistem pembayaran khusus, diupayakan diberikan kepada distributor, atau agen yang berprestasi, baik dari segi penjualan maupun sistem pembayaran yang tidak pernah bermasalah. Gambaran proses distribusi penjualan Wafer ransum komplit dapat dilihat pada Gambar 8.

Penyusunan sistem distribusi dengan penjualan putus didasarkan pada harapan konsumen untuk mendapatkan Pakan Sapi semudah dan sedekat mungkin dari badan Koperasi (57%), kemudian Kelompok tani (23%) dan baru dari agen Pakan (20%).

### 4. Strategi Promosi

Hal yang akan dilakukan dalam rangka mempromosikan produk ini melalui:

- a. Pemberian informasi secara *Above the line*, yaitu kegiatan promosi menggunakan media-media yang ada, diantaranya beriklan di majalah Peternakan, POS Materials, pemasangan spanduk, penyebaran poster, dan penyebaran pamflet, leaflet, serta melalui radio lokal di masing-masing daerah.
- b. Pemberian informasi secara *Below the line*, menawarkan kepada para Peternakan dengan melakukan edukasi, atau *gathering-gathering* untuk mempromosikan manfaat dan keuntungan mengkonsumsi dengan bantuan dari Koperasi, atau Kelompok tani (Gapoktan)
- c. Pemberian informasi melalui *mailing list* (milis), web, dan *blog*. Penyebaran informasi melalui cara ini dapat meningkatkan area pemasaran mengingat luasnya jangkauan *mailing list* dan *blog*.
- d. Mengisi bazar dan pameran yang diadakan dalam rangka melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan.
- e. Potongan harga kompetitif untuk pembelian dalam skala besar pada waktu-waktu tertentu, atau beli dalam volume tertentu dapat diskon volume 1%.

Promosi secara *below the line* dianggap cukup efektif karena adanya interaksi langsung antara konsumen dan produsen, serta dapat merangsang para konsumen kompetitor mencoba membeli produk wafer ransum komplit. Selain itu, promosi *below the line* dinilai lebih tidak memakan biaya dan cukup efektif dibandingkan terus-menerus melakukan promosi *above the line* yang

cukup memakan biaya besar. Alur informasi promosi produk dapat dilihat pada Gambar 9.

Penekanan promosi *below the line*, didasarkan pada keinginan Peternak Sapi Jabodetabek yang sebagian besar menyarankan untuk mempromosikan produk melalui Koperasi (37%), Gapoktan (13%), dan Dinas Peternakan (2%). Selain itu, sasaran dari bentuk promosi *below the line* ini ditujukan kepada pihak Koperasi dan Gapoktan dengan harapan mampu meneruskan informasi secara lengkap mengenai produk Wafer ransum komplit dan memungkinkan untuk bertatap muka langsung dengan para Peternak Sapi dalam jumlah yang cukup banyak dan menyebar. Untuk kegiatan promosi *above the line* seperti melalui media televisi dan radio (17%), *internet* (13%) dan majalah Peternakan (10%) ditujukan kepada agen penjual Pakan ternak, khususnya pakan Sapi sebagai salah satu sarana untuk meyakinkan agen bahwa produk yang dijual sudah banyak dikenal oleh masyarakat, sehingga memudahkan para agen menjual Pakan tersebut.

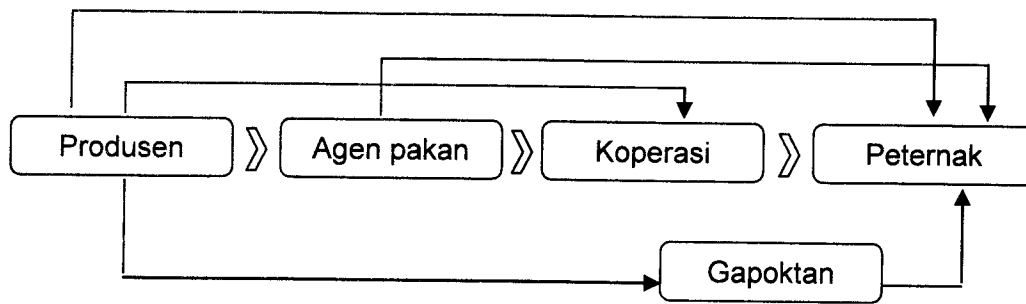
Tabel 15. Media Informasi Promosi Mengenai Wafer Ransum Komplit

No.	Keterangan	Contoh (n)	%
1.	Koperasi	11	37
2.	Televisi dan radio	5	17
3.	<i>Internet</i>	4	13
4.	Gapoktan	4	13
5.	Majalah Peternakan	3	10
6.	Dinas Peternakan	2	7
Jumlah		30	100

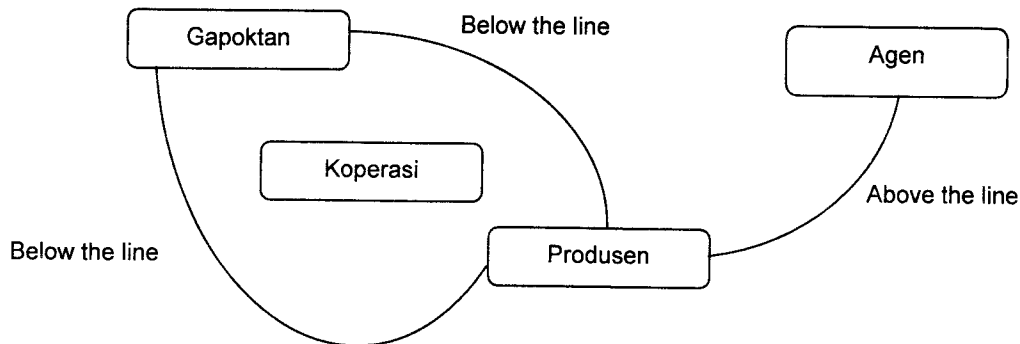
Selain informasi yang didapat pada Tabel 15, bentuk promosi produk yang paling disukai Peternak Sapi di Jabodetabek adalah penyuluhan langsung ke Peternak Sapi sendiri, ataupun melalui badan Koperasi dan Gapoktan. Dalam penyuluhan ke Peternak, selain untuk memperkenalkan produk, pengalaman Peternak lain yang sudah menggunakan Wafer ransum komplit dan berhasil dapat dijadikan sebagai pembicara utama dalam penyuluhan. Hal ini dilakukan untuk lebih meyakinkan calon konsumen dalam hal ini Peternak Sapi Jabodetabek untuk menggunakan wafer ransum komplit. Informasi mengenai bentuk kegiatan promosi yang diharapkan oleh Peternak dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Bentuk promosi yang disarankan untuk Wafer ransum komplit

No.	Keterangan	Contoh (n)	%
1.	Datang langsung ke Peternak	10	33
2.	Penyuluhan melalui Koperasi	10	33
3.	Brosur	4	13
4.	<i>Internet (Mailing list, web atau blog)</i>	2	7
5.	Iklan di radio	2	7
6.	Bali satu dapat satu (bonus volume)	2	7
Jumlah		30	100



Gambar 8. Sistem distribusi pemasaran Wafer ransum komplit



Gambar 9. Proses informasi promosi Wafer ransum komplit

Intensitas untuk melakukan promosi langsung ke Peternak (*direct selling*) perlu diprioritaskan dibandingkan dengan bentuk promosi lainnya. Hal ini diharapkan akan terjadi hubungan, atau interaksi positif antara produsen dengan calon konsumen.

## KESIMPULAN

Dari segi konsep, produk Wafer ransum komplit sudah dapat diterima dengan baik, dengan tingkat ketertarikan 57%. Namun tingkat ketertarikan itu kurang mendorong keinginan membeli (44%) dari para Peternak Sapi. Lain halnya dengan tingkat keunikan produk, menurut para Peternak Sapi, produk ini sangat unik, Keunikan ini bisa menjadi *selling point* bagi ransum komplit, terutama keunikan dalam manfaat, bentuk dan penanganan Wafer ransum komplit.

Strategi produk diarahkan sebagai pakan cadangan bernutrisi lengkap yang mampu meningkatkan mutu Daging maupun Susu yang dihasilkan oleh Sapi. Kisaran harga yang kemungkinan masih bisa terbeli untuk segmen tertentu di kisaran harga Rp4.500 (PMC) hingga Rp5.500 (PME) per kilogram. Strategi harga ini ditawarkan untuk membangun *image* dan menarik konsumen pada segmen yang peduli terhadap mutu Susu dan Daging yang dihasilkan.

Strategi distribusi sebaiknya melalui sistem penjualan putus kepada pihak badan Koperasi (57%), kemudian Kelompok tani (23%) dan baru dari agen Pakan (7%), atau bahkan ke Peternak langsung. Untuk kegiatan promosi, lebih

menekankan kegiatan secara *below the line*. Hal ini dinilai cukup efektif karena adanya interaksi langsung antara konsumen dan produsen dan dapat merangsang para konsumen kompetitor untuk membeli produk Wafer ransum komplit secara terus menerus. Selain itu, promosi *below the line* dinilai lebih tidak memakan biaya dengan datang langsung ke Peternak untuk menyampaikan informasi seputar kegunaan Wafer ransum komplit.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bamualim, Abdullah M, Kusmartono, dan Kuswandi. 2009. *Aspek Nutrisi Sapi Perah*. Dalam Buku Profil Usaha Peternakan Sapi Perah di Indonesia. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian. BogorCrawford, M. 1994. *New Product Management*. Irwin. Chicago.
- Cooper, D.R., & W. Emory. 1998. *Metode Penelitian Bisnis*. 5th ed, buku 2. Widoyono Soetjipto, Trans. Erlangga. Jakarta.
- Granzin, B.C. dan g. Dryden. 2003. Effect of alkali, oxidants and urea treatment on the nutritive value Rhodes grass (*Chloris Gayana*) Anim. Feed. Sci. Tech. 103: 113-122.
- Hartadi, H., R. Soedomo, dan D.T. Allen. 1990. *Tabel Komposisi Pakan untuk Indonesia*. Cetakan ke-2. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

- Jayusmar, E. Trisyulianti & J. Jachja. 2002. Pengaruh suhu dan tekanan pengempaan terhadap sifat fisik wafer ransum dari limbah pertanian suber serat dan leguminosa untuk ternak ruminansia. *Media Peternakan* 24: 76-80.
- Khasrad. 2006. Pertumbuhan, Konsumsi dan Konversi Ransum Sapi Pesisir yang Digemukkan dengan Tingkat Pemberian Ransum dan Lama Penggemukan Berbeda. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, 9: 215-223.
- Khasrad dan Rusdimansyah. 2012. Pengaruh Imbangan Konsetrat-Jerami Padi Amoniasi dan lama Penggemukan terhadap Bobot Badan dan Kualitas Fisik Daging Sapi Pesisir. *Jurnal Ilmu Ternak dan Veteriner*, 17(2): 152-160.
- Nguyen, X.T., C.X. Dan, L.V. Ly dan F. Sundstol. 1998. Effect of urea concentration, moisture content and duration of treatment on chemical composition of alkali treated rice Straw. *Livest. Res. Rural. Devel.*10(1). <http://www.cipav.org.co/lrrd/lrrd10/1/trac10.htm>.
- Ratekin, M. A. 2010. *Customer Survey Research*. Walker Information, Pennsylvania.
- Retnani, Y., W. Widiarti, I. Amiroh, L. Herawati dan K.B. Satoto. 2009. Daya Simpan dan Palatabilitas Wafer Ransum Komplit Pucuk dan Ampas Tebu untuk Sapi Pedet. *Media Peternakan*, 32(2): 130-136.
- Sudardjat, S. 2000. Potensi dan Prospek Bahan Pakan Lokal Dalam Mengembangkan Industri Peternakan di Indonesia. *Buletin Peternakan Edisi Tambahan*: 11-15.
- Suryadi, U., U. Santosa dan U.H. Tanuwiria. 2011. Strategi Eliminasi Stres Transportasi pada Sapi Potong Menggunakan Kromium Organik. Unpad Press, Bandung.
- Tillman, A.D., H. Hartadi, S. Reksodiprodjo, S. Prawirokusumo dan L. Lebdosoekojo. 1989. *Ilmu Makanan Ternak Dasar*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Trisyulianti, E., Suryahadi dan V.N. Rakhma. 2003. Pengaruh Penggunaan Mclases dan tepung Gaplek sebagai Bahan Perekat Terhadap Sifat Fisik Wafer Ransum Komplit. *Media Peternakan*, 26: 35-40.
- Wibowo, W. 2002. Perbandingan Hasil Klasifikasi Analisis Diskriminan dan Regresi Logistik Pada Pengklasifikasian Data Respon Biner. *KAPPA*, 3(1): 36-45.