

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA TERIMA MAHASISWA IPB TERHADAP DAGING KELINCI SEBAGAI SUMBER PROTEIN HEWANI

RANIYAH AZ ZAHRA



DEPARTEMEN ILMU PRODUKSI DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Terima Mahasiswa IPB terhadap Daging Kelinci sebagai Sumber Protein Hewani” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Raniyah Az Zahra
D1401221098



ABSTRAK

RANIYAH AZ ZAHRA. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Terima Mahasiswa IPB terhadap Daging Kelinci Sebagai Sumber Protein Hewani. Dibimbing oleh LUCIA CYRILLA ENSD dan HENNY NURAINI.

Rendahnya konsumsi daging kelinci di Indonesia menunjukkan perlunya kajian hambatan, persepsi, dan minat beli konsumen untuk strategi pemasaran efektif. Penelitian ini menganalisis faktor penghambat konsumsi, persepsi, dan minat beli mahasiswa IPB terhadap daging kelinci, serta merumuskan strategi pemasaran berbasis *Segmentation, Targeting, Positioning*, dan bauran pemasaran 4P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (distribusi), dan *Promotion* (promosi). Data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 49 responden dan wawancara dua peternak kelinci di Kabupaten Bogor, dianalisis secara deskriptif. Hambatan tertinggi adalah keterbatasan ketersediaan produk dan harga mahal. Minat beli tinggi (89,8%), namun kesediaan membayar jauh di bawah harga peternak. Konsumen menyukai produk olahan dan promosi digital melalui Instagram dan TikTok. Strategi yang direkomendasikan meliputi produk olahan bersertifikat halal, harga per porsi ekonomis, kemitraan ritel modern, dan promosi digital konsisten bagi segmen muda urban.

Kata kunci: Hambatan konsumsi, kelinci, minat beli, protein hewani, strategi pemasaran

ABSTRACT

RANIYAH AZ ZAHRA. Marketing Strategy to Increase IPB University Students' Acceptance of Rabbit Meat as a Source of Animal Protein. Supervised by LUCIA CYRILLA ENSD and HENNY NURAINI.

Low rabbit meat consumption in Indonesia highlights the need to examine consumption barriers, perceptions, and purchase intention to formulate an effective marketing strategy. This study analyzed these factors among IPB students and formulated a marketing strategy based on *Segmentation, Targeting, Positioning*, and the 4P marketing mix: *Product, Price, Place* (distribution), and *Promotion*. Data were collected through a questionnaire of 49 respondents and interviews with two rabbit farmers in Bogor Regency, then analyzed descriptively. Dominant barriers were limited product availability and high price. Purchase intention was high (89.8%), yet willingness to pay remained far below farmers' actual price. Consumers preferred processed products and digital promotion via Instagram and TikTok. The recommended strategy includes halal-certified processed products, portion-based pricing, modern retail partnerships, and consistent digital promotion for the urban young segment.

Keywords: Consumer acceptance, marketing strategy, protein source, purchase intention, rabbit meat



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA TERIMA MAHASISWA IPB TERHADAP DAGING KELINCI SEBAGAI SUMBER PROTEIN HEWANI

RANIYAH AZ ZAHRA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Produksi dan Teknologi Peternakan

**DEPARTEMEN ILMU PRODUKSI DAN TEKNOLOGI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Iyep Komala, S.Pt., M.Si.
- 2 Prof. Dr. Ir. Muladno, MSA.
- 3 Shabrina Dyah Wibawanti, S.Pt., M.Si.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Terima Mahasiswa
IPB terhadap Daging Kelinci sebagai Sumber Protein Hewani

Nama : Raniyah Az Zahra

NIM : D1401221098

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Ir. Lucia Cyrilla ENSD, M.Si.

Pembimbing 2:

Dr. Ir. Henny Nuraini, M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Produksi dan Teknologi
Pternakan:

Dr. Muhamad Baihaqi, S.Pt., M.Sc.

NIP 19800129 200501 1 005

Tanggal Ujian:
3 Agustus 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Desember 2025 sampai bulan Agustus 2026 ini ialah skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Terima Mahasiswa IPB terhadap Daging Kelinci sebagai Sumber Protein Hewani”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Ibu Dr. Ir. Lucia Cyrilla ENSD, M.Si. selaku pembimbing utama dan Ibu Dr. Ir. Henny Nuraini, M.Si. selaku pembimbing anggota yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada segenap dosen penguji, Bapak Dr. Iyep Komala, S.Pt., Bapak Prof. Dr. Ir. Muladno, MSA. dan Ibu Shabrina Dyah Wibawanti, S.Pt., M.Si. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Indra selaku pemilik Kagoda Rabbit Farm dan Bapak Yudi selaku pengelola Peternakan Anaba Rabbitry Farm yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian, beserta staf dan karyawan di kedua peternakan tersebut yang telah membantu selama proses pengumpulan data.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada para sahabat yang telah menemani dari awal masa perkuliahan, terutama paralel 3 TPT 59, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang selalu memberikan support di masa-masa perkuliahan. Ucapan terima kasih disampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Ratna dan Bapak Roberto Retno, serta Kakak Raihanah dan Adik Rakan yang selalu memberikan dukungan, perhatian, dan doa kepada penulis.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026

Raniyah Az Zahra

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Ruang Lingkup	2
II TINJAUAN PUSTAKA	3
2.1 Kelinci	3
2.2 Daging Kelinci sebagai Sumber Protein Hewani	3
2.3 Daya Terima Konsumen	4
2.4 Strategi Pemasaran	4
III METODE	6
3.1 Waktu dan Tempat	6
3.2 Alat dan Bahan	6
3.3 Prosedur Kerja	6
3.4 Aspek yang Dikaji	8
3.5 Analisis Data	9
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	10
4.1 Karakteristik Responden	10
4.2 Faktor Penghambat Konsumsi Daging Kelinci	11
4.3 Pengetahuan Gizi dan Persepsi Produk	12
4.4 Minat Beli dan Preferensi Konsumen	14
4.5 Penilaian Pengalaman Konsumen	15
4.6 Kondisi Pemasaran Daging Kelinci: Perspektif Peternakan	16
4.7 Analisis Bauran Pemasaran 4P	20
4.8 Implikasi Strategi STP	22
V SIMPULAN DAN SARAN	23
5.1 Simpulan	23
5.2 Saran	23
DAFTAR PUSTAKA	24
LAMPIRAN	26
RIWAYAT HIDUP	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Skor Skala Likert	7
2	Skala tingkat persepsi responden dalam skala likert	8
3	Karakteristik konsumen daging kelinci	10
4	Faktor-faktor penghambat konsumsi daging kelinci	11
5	Faktor penghambat konsumsi daging kelinci	12
6	Tingkat pengetahuan gizi dan persepsi terhadap daging lain	13
7	Minat beli dan kesediaan membayar	14
8	Preferensi bentuk produk daging kelinci	15
9	Penilaian sensori daging kelinci oleh konsumen yang pernah mengonsumsi	16
10	Profil singkat peternak informan	17
11	Analisis 4P: preferensi konsumen vs kondisi aktual peternak	22

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	27
2	Dokumentasi wawancara peternak	29