

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Subsektor peternakan adalah salah satu subsektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Pengembangan agribisnis juga bertujuan untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2003). Salah satu diantara industri Peternakan yang dikenal luas di Indonesia adalah ternak kambing.

Ternak kambing banyak dipelihara karena memiliki beberapa keunggulan salah satunya ukuran tubuhnya yang tidak terlalu besar, perawatannya mudah, dan cepat berkembang biak. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun (2024), populasi ternak kambing di Indonesia tercatat berkisar 15.710.005 ekor dan pada Provinsi Sumatera Barat populasi ternak kambing berkisar 125.927 ekor. Kota Padang memiliki populasi berkisar 5.789 ekor (BPS Sumbar, 2024). Indonesia memiliki dua jenis ternak kambing, yaitu kambing potong pedaging dan kambing perah. Kambing perah termasuk tipe dwiguna yang artinya daging dan susunya bisa dimanfaatkan.

Produksi susu kambing perah di Indonesia masih fluktuatif waktu ke waktu (Hadiannuloh, 2015). Produksi susu saat ini masih jauh dari cukup untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, maka dari itu usaha ternak kambing perah masih mempunyai peluang yang besar untuk dikembangkan. Salah satu jenis kambing perah yang banyak dikembangkan di Indonesia adalah Peranakan Etawa (PE). Kambing PE (Peranakan Etawa) merupakan hasil perkawinan silang

antara kambing etawa dengan kambing lokal. Kambing PE sudah mengenal kondisi lingkungan alam yang ada di Indonesia dan produksi susu kambing PE berkisar 1,5-2,2 liter/hari dengan masa laktasi rata-rata 156 hari, sehingga jenis kambing ini memiliki potensi untuk dikembangkan (Sodiq dan Abidin, 2008).

Berdasarkan hasil pra survei di lapangan perkembangan kambing PE di Sumatera Barat itu banyak terdapat di Kota Payakumbuh, Kabupaten Agam, Kabupaten Lima Puluh Kota dan Kota Padang. Di Kota Padang saat ini ada dua peternakan besar kambing perah yang membudidayakan ternak kambing perah PE yakni El Fitra Farm dan Padayo Goat Farm. El Fitra Farm merupakan salah satu peternakan kambing perah yang sudah lama ada di Kota Padang dan menjadi tempat pembelajaran bagi pengusaha muda yang berkeinginan membuka usaha peternakan kambing perah, sementara itu, Padayo Goat Farm adalah peternakan kambing perah yang masih baru di Kota Padang. Padayo Goat Farm terus melakukan banyak percobaan dan perkembangan dalam membangun bisnis peternakan kambing perah di Kota Padang. Peneliti dalam hal ini ingin melakukan penelitian di Padayo Goat Farm karena Padayo Goat Farm adalah peternakan baru dan sedang melakukan perubahan dalam meningkatkan posisi dan *branding* kambing perah di Kota Padang.

Padayo Goat Farm merupakan usaha peternakan kambing perah mandiri yang mulai merintis dalam industri peternakan kambing perah di Kota Padang yang didirikan pada tahun 2021. Padayo Goat Farm beralamat di Nagari Padayo, Indarung, Kecamatan, Lubuk Kilangan Kota Padang, dan berdekatan dengan objek wisata Goa kelelawar Padayo. Padayo Goat Farm sampai saat ini masih membuat sebuah kemajuan yang lebih baik mulai dari pemilihan pakan yang baik,

pembibitan yang baik serta pengolahan susu yang sudah melakukan proses pasteurisasi, akan tetapi Padayo Goat Farm masih memiliki banyak perbaikan dalam meningkatkan kualitas baik dari segi (produksi, pelayanan, dan pemasaran).

Pada umumnya konsumen yang membeli serta mengonsumsi susu kambing Padayo Goat Farm lebih cenderung untuk menjaga kesehatan, hal itu sesuai dengan hasil pra-survei oleh peneliti yang menemukan konsumen Padayo Goat Farm memiliki karakteristik konsumen yang beragam dapat dilihat dari usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Konsumen biasanya datang di waktu siang menjelang sore hari, karena proses penyediaan produk susu tersedia pada waktu siang menjelang sore. Konsumen mengetahui bahwa banyak manfaat yang didapatkan dari meminum susu kambing terutama pada penyakit-penyakit yang berbahaya. Konsumen apabila mendapatkan hasil dari meminum susu kambing dan memiliki dampak bagi kesehatan maka, konsumen melakukan pembelian yang berulang.

Padayo Goat Farm dahulunya memiliki beberapa varian susu seperti: coklat, original, strawberry dan vanilla, namun varian rasa yang dihadirkan oleh Padayo Goat Farm sama sekali tidak disukai oleh konsumen. Menurut konsumen, rasa *original* lebih disukai karena tujuan konsumen membeli produk susu kambing adalah untuk membantu proses penyembuhan. Kondisinya saat ini produk susu kambing Padayo Goat Farm sering habis sehingga menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Pengemasan produk di Padayo Goat Farm dilakukan secara steril yaitu dengan perlakuan langsung dimasukkan ke botol setelah di pasteurisasi. Pada kemasan susu Padayo Goat Farm belum terdapat di dalamnya penggunaan logo pada kemasan yang digunakan, hal ini membuat produk susu

kambing Padayo Goat Farm menjadi kurang menarik bagi Konsumen.

Harga merupakan jumlah nilai yang dibutuhkan untuk membeli suatu produk. Harga yang tepat yakni harga yang bisa memberikan keuntungan baik dari pemilik ataupun konsumen. Harga susu kambing Padayo Goat Farm berkisar Rp 14.000/ 250 ml dan untuk satu liternya berkisar Rp.55.000/ liter untuk susu yang sudah dipasteurisasi, namun dengan harga yang ditetapkan oleh pemilik belum diketahui dengan pasti daya beli konsumen di Padayo Goat Farm. Umumnya konsumen merupakan berprofesi sebagai pekerja dan mahasiswa yang sangat mempertimbangkan harga dalam membeli produk.

Tempat yang menarik merupakan tempat yang strategis atau tempat yang sejuk untuk dikunjungi. Lokasi usaha juga mempengaruhi saluran distribusi produk yang dijual. Padayo Goat Farm berlokasi di nagari Padayo, Indarung, Kecamatan, Lubuk Kilangan Kota Padang yang merupakan tempat peternakan yang memproduksi susu kambing, meskipun jauh dari pusat kota. Padayo Goat Farm juga memiliki outlet-outlet yang berada di pusat kota salah satunya berada di Jl. Kamang No.21, Jati Baru, Kec. Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat, namun masih sedikit outlet susu kambing Padayo Goat Farm yang berada di pusat kota dan *stock* susu kambing di outlet tidak menentu yang mengharuskan konsumen membeli langsung ke peternakan Padayo Goat Farm.

Selain kualitas produk, harga, dan tempat. Keberhasilan dalam mendapatkan keuntungan suatu usaha bagi Padayo Goat Farm juga ditentukan oleh media yang digunakan. Bentuk promosi yang dilakukan Padayo Goat Farm adalah melalui media sosial. Namun, promosi yang dilakukan masih belum maksimal dan tidak konsisten seperti Padayo Goat Farm memiliki *Instagram*

dengan pengikut yang masih sedikit serta jarang dalam mengupload konten-konten atau *flayer* yang menarik untuk konsumen lihat dan hal itu promosi yang dilakukan masih kurang menarik dan kurang inovatif berkaitan produk susu kambing Padayo Goat Farm.

Pemasaran merupakan aspek krusial dalam keberhasilan suatu bisnis, namun bukan hanya pemasaran saja yang masih menjadi masalah yang dialami oleh peternakan Padayo Goat Farm, permasalahan lainnya juga berhubungan dengan permintaan susu kambing di Padayo Goat Farm yang terus meningkat namun masih keterbatasan dalam proses produksi susu kambing. Berdasarkan hasil diskusi dengan kepala kandang Padayo Goat Farm memperoleh informasi tentang produksi susu kambing perah di Padayo Goat Farm masih fluktuatif pada tahun 2024 dan tahun 2025. Pada tahun 2024 produksi susu kambing mencapai kisaran 15-18 liter/ hari dan dalam sebulan menghasilkan kurang lebih 510 liter/bulan. Pada tahun 2025 produksi susu kambing di Padayo Goat Farm hanya mencapai 10-15 liter/hari dan dalam sebulan mencapai 450 liter/bulan, sedangkan permintaan susu kambing hingga setiap bulan di tahun 2025 mencapai 500 liter/bulan. Permasalahan tersebut dikarenakan masih banyak kambing yang baru melahirkan sehingga anakan masih membutuhkan susu dari induk kambing sehingga pasokan susu kambing yang akan dijual menjadi terganggu.

Kepuasan Konsumen merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan agar barang dan jasa yang dihasilkan bisa langsung habis terjual, Tolak ukur kepuasan konsumen adalah kesesuaian harapan dengan kinerja yang didapatkan. Menurut Priharto (2020) Kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan

apa yang diharapkan. Hal ini menunjukkan jika kepuasan konsumen terpenuhi maka ada kecenderungan konsumen untuk membeli secara terus-menerus.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, dan promosi susu kambing Padayo Goat Farm. Setelah mengetahui tingkat kepuasan konsumen melalui dari bauran pemasaran, peternakan ini bisa mengambil keputusan manajerial yang tepat. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Kinerja Bauran Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Susu Kambing Padayo Goat Farm Di Kota Padang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen susu kambing Padayo Goat Farm di Kota Padang?
2. Bagaimana karakteristik pembelian terhadap produk susu kambing Padayo Goat Farm di Kota Padang?
3. Bagaimana kinerja bauran pemasaran susu kambing Padayo Goat Farm di Kota Padang?
4. Bagaimana kepuasan konsumen dalam pembelian susu kambing Padayo Goat Farm di Kota Padang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen susu kambing Padayo Goat Farm di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui karakteristik pembelian terhadap produk susu kambing

Padayo Goat Farm di Kota Padang.

3. Untuk mengetahui kinerja bauran pemasaran susu kambing Padayo Goat Farm di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam pembelian susu kambing Padayo Goat Farm.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, dengan adanya penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan akan karakteristik konsumen susu kambing serta sebagai mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari di perkuliahan.
2. Bagi Produsen, penelitian ini bisa menjadi gambaran dari bauran pemasaran saat ini dan akan menjadi bagian dari evaluasi dari kinerja bauran pemasaran dengan pertimbangan dalam menyusun strategi lebih luas kedepannya.
3. Bagi Pemerintah, di harapkan bisa menjadi gambaran bahan dalam merumuskan suatu kebijakan di bauran pemasaran susu.

