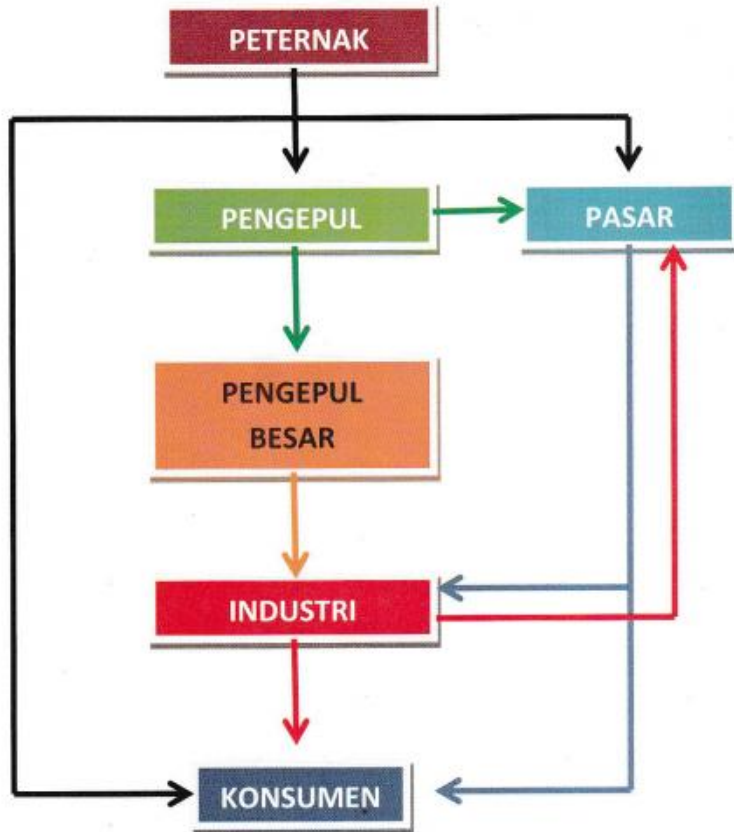


MEMASARKAN SUSU KAMBING

Oleh : Wasis Sarjono.S.Pt.M.Si



Gbr. Alur pemasaran susu kambing

Pengertian Pasar dan Pemasaran

Pasar adalah, kelompok, individual yang mempunyai permintaan terhadap barang tertentu, berdaya beli dan berminat merealisasikan pembeliannya. Sedangkan Pemasaran merupakan, kegiatan pemasar untuk menjalankan bisnis guna memenuhi kebutuhan pasar dengan barang dan atau jasa, menetapkan harga, mendistribusikan, serta mempromosikannya melalui proses pertukaran agar memuaskan konsumen dan mencapai tujuan usaha.

Pemasaran Susu Kambing

Pemasaran susu kambing, memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan susu sapi, susu kambing ditujukan untuk memenuhi permintaan untuk pengobatan penyakit contoh asma, keropos tulang dsb. Selain untuk pengobatan, kesehatan juga menjadi bahan baku kosmetik.

Penentuan Harga Susu Kambing

Penentuan harga dengan memperhatikan aspek biaya operasional, antara lain proses pemerahan, penanganan susu, pengemasan dan distribusi serta promosi.

Tiga Prinsip Pemasaran susu kambing

- A. Produk yang berkualitas ; Produk susu kambing yang dihasilkan harus memenuhi standar kualitas. Secara sederhana langkah untuk memperoleh produk yang berkualitas dengan istilah A. B. C, (Aman, Bersih dan Cepat) artinya Aman, susu yang dihasilkan harus aman untuk dikonsumsi, tidak tercampur benda, bahan lain yang merusak kualitas susu, Bersih, dimulai dari ternak, peralatan, kandang dan pemerahnya harus bersih (steril) selama proses pemerahan sampai penyimpanan, Cepat adalah pemerahan susu dilakukan dengan cepat dan cermat, waktu lelesan susu kurang lebih 8 menit, sehingga proses pemerahan dilakukan kurang dari 8 menit dengan memperhatikan cara pemerahan yang benar.
- B. Harga : perhitungan harga berdasar pada perhitungan biaya operasional, meliputi penanganan susu, pengemasan, penyimpanan dan distribusi dengan kemasan khusus dan biaya penyimpanan selama penjualan.
- C. Promosi dan distribusi; Promosi susu kambing (kesehatan dan pengobatan) dilakukan secara langsung ke konsumen, dor to dor, konsinyasi dengan toko obat dan apotek, dan penyebaran brosur pada instansi lembaga strategis, misalnya perbangkan, Hotel, Villa, KSP dan rumah makan. Kegiatan promosi dilakukan secara berkesinambungan. Distribusi produk dilakukan dengan memperhatikan alat transportasi, alat penyimpanan, waktu pengangkutan.

Alur Pemasaran Susu Kambing

- A. Pemasaran dari peternak ke pengepul, ke pasar atau langsung ke konsumen.
- B. Peternak ke pengepul, ke pengepul besar, ke pasar dan ke konsumen.
- C. Peternak memasarkan ke pasar, selanjutnya ke konsumen akhir
- D. Pasar tempat bertemunya penjual, pembeli, dan pengepul dan pedagang besar
- E. Rantai pemasaran berpengaruh langsung terhadap keuntungan yang diperoleh peternak
- F. Semakin pendek rantai pemasaran, keuntungan yang diperoleh peternak semakin besar