

# Marketing Strategy of Laying Hens in Micro Business Development as a Means of Entrepreneurship Education (Case Study: Garuda Farm Laying Hen Business)

Inda Fatika<sup>1</sup>, Yusrianto Sholeh<sup>2</sup>

STKIP PGRI Bangkalan<sup>1,2</sup>

\*E-mail: [alimapuluhh@gmail.com](mailto:alimapuluhh@gmail.com)

## Abstract

This study aims to analyze the marketing strategy of laying hens in the development of micro-enterprises, with a case study at Garuda Farm in Ombul Village, Arosbaya District, Bangkalan Regency. A descriptive qualitative method was employed, using data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The findings reveal that Garuda Farm applies a direct marketing strategy by building personal relationships with local consumers. The success of this strategy is influenced by key factors including consistent product quality, friendly customer service, and the provision of high-quality feed to maintain poultry health and productivity. Additionally, the active involvement of the owner in operational activities strengthens the effectiveness of marketing efforts. The study concludes that direct marketing strategies significantly contribute to the development of rural micro-enterprises and offer potential for future market expansion through digital innovation.

**Keywords:** Marketing Strategy, Laying Hens, Micro-Enterprise, Garuda Farm, Direct Marketing



Licenses may copy, distribute, display and perform the work and make derivative works and remixes based on it only if they give the author or licensor the credits ([attribution](#)) in the manner specified by these. Licenses may copy, distribute, display, and perform the work and make derivative works and remixes based on it only for [non-commercial](#) purposes.

## Pendahuluan

Peternakan adalah aktivitas memelihara, budi daya, dan mengembangbiakkan hewan untuk dimanfaatkan hasilnya (Hadi et al., 2018). Untuk hasil utama peternakan, umumnya berbentuk bahan pangan hewani, seperti daging, telur, dan susu. Misalnya daging kambing, telur ayam, susu sapi, dan lain sebagainya. Dengan meningkatnya permintaan akan produk hewani, peternakan dapat menjadi ladang bisnis yang menguntungkan bagi para peternak. Hasil ternak tidak hanya menyediakan sumber pangan tetapi juga peluang usaha bagi masyarakat.

Ternak adalah suatu kegiatan yang melibatkan pemeliharaan dan pengelolaan hewan dengan tujuan untuk menghasilkan berbagai manfaat, terutama dalam bentuk pangan, seperti daging, telur, dan susu. Ternak bukan hanya sekadar usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga merupakan bagian dari sistem yang lebih luas dalam mempertahankan keseimbangan alam dan keberlanjutan ekosistem. Selain itu, limbah dari kegiatan ternak, seperti kotoran hewan, sering dimanfaatkan sebagai pupuk organik untuk meningkatkan kesuburan tanah. Dengan pendekatan yang tepat, ternak dapat menjadi solusi untuk meminimalkan limbah dan mendukung praktik pertanian ramah lingkungan.

Secara keseluruhan, ternak adalah kegiatan yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Kegiatan ini tidak hanya menyediakan sumber pangan, tetapi juga peluang usaha yang mendukung perekonomian. Ternak memberikan manfaat besar dalam memenuhi kebutuhan nutrisi dan menjaga keseimbangan lingkungan. Dengan pengelolaan yang baik, peternakan dapat menjadi solusi untuk

keberlanjutan alam dan ketahanan pangan. Oleh karena itu, penting untuk terus meningkatkan praktik peternakan yang ramah lingkungan dan efisien.

Ternak memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya. Ariza & Aslami (2021) menjelaskan bahwa ternak adalah hewan yang dipelihara dan dibudidayakan untuk memenuhi kebutuhan manusia, baik dalam bentuk pangan, pakaian, maupun kebutuhan lainnya. Definisi ini mencerminkan kompleksitas dan multifungsi dari ternak dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks pangan, ternak menjadi sumber utama protein hewani yang sangat dibutuhkan oleh manusia.

Didalam ternak, kita tidak hanya memikirkan hasil akhir berupa produk pangan, tetapi juga bagaimana cara merawat dan mengelola hewan ternak dengan baik. Hewan-hewan ternak seperti sapi, kambing, dan ayam, memiliki peran penting dalam menyediakan protein hewani yang dibutuhkan tubuh manusia. Misalnya, daging kambing dan ayam yang kaya protein, susu sapi yang kaya kalsium, telur ayam yang mudah didapat dan bernutrisi tinggi. Perawatan dan pengelolaan yang baik pada hewan ternak sangat penting untuk memastikan hasil yang optimal, baik dari segi kualitas maupun kuantitas produk.

Sekarang ini, banyak peternak yang pakai sistem advanced seperti kandang tertutup agar ayam tidak gampang stres dan lebih sehat. Untuk yang mau bisnis, ternak ayam itu juga menguntungkan karena permintaannya stabil dan selalu ada. Permintaan terhadap produk ayam, baik daging maupun telur, stabil sepanjang tahun karena menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Selain itu, industri makanan cepat saji dan olahan daging ayam juga terus berkembang, sehingga menciptakan peluang pasar yang luas. Menurut saya, ayam itu tidak hanya sekadar unggas, tapi juga peluang besar untuk kehidupan manusia. Seperti jenis ayam ras petelur yang dikembangkan secara khusus untuk menghasilkan telur dalam jumlah besar.

Telur ayam adalah salah satu bahan makanan utama yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan gizi, karena kandungan proteinnya yang tinggi (Ramadani, 2021). Telur terdiri dari komponen utama yaitu cangkang, putih telur (albumen), dan kuning telur (yolk). Kandungan protein, lemak, vitamin, serta mineral dalam telur menjadikannya sumber nutrisi yang penting dalam diet sehari-hari. Kualitas telur ditentukan oleh tingkat kesegarannya, yang dapat diukur menggunakan Haugh Unit (HU). Semakin tinggi nilai HU, semakin segar dan berkualitas telur tersebut. Faktor yang memengaruhi kualitas meliputi kondisi penyimpanan, usia unggas, dan perlakuan selama proses distribusi.

Kualitas telur memang penting sekali, apalagi tentang kualitas dan manfaatnya. Seperti yang dijelaskan tadi, kualitas telur biasanya diukur pakai Haugh Unit (HU). Kalau nilai HU-nya tinggi, itu artinya telur masih segar, dengan putih telur yang kental dan kuning telur yang padat. Tapi kalau sudah lama tidak disimpan dengan baik kualitasnya pasti akan menurun. Hal ini tidak hanya memengaruhi penampilan telur, tetapi juga kandungan gizinya. Oleh karena itu, penyimpanan yang tepat sangat diperlukan untuk menjaga kualitas telur tetap optimal.

Selain untuk dikonsumsi sehari-hari, telur juga memiliki peran penting dalam berbagai bidang, termasuk dalam pengobatan tradisional. Salah satu contohnya adalah penggunaan telur dalam pembuatan jamu, yang merupakan bagian dari warisan budaya di Indonesia. Telur yang biasanya digunakan untuk jamu berasal dari ayam kampung, karena dipercaya memiliki khasiat khusus seperti meningkatkan stamina, mempercepat pemulihan tubuh, dan bahkan mendukung kesehatan reproduksi. Penggunaan telur mentah atau setengah matang dalam jamu sering dikaitkan dengan kandungan enzim dan nutrisi alami yang dianggap lebih baik untuk gizi.

Namun dibandingkan dengan telur ayam kampung yang digunakan untuk kebutuhan khusus seperti jamu, telur ayam ras memiliki peran yang jauh lebih luas, terutama dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat modern. Telur ayam ras merupakan pilihan utama dalam kebutuhan rumah tangga karena harganya yang lebih terjangkau, ketersediaannya yang melimpah. Selain itu, telur ayam ras menjadi bahan baku utama dalam berbagai industri makanan dan minuman, termasuk pembuatan roti, kue, bahkan mi instan. Hingga saat ini telur ayam ras terus menjadi salah

satu bahan pangan yang paling diandalkan diberbagai lapisan masyarakat, perannya yang sangat multifungsi sebagai sumber protein.

Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang diperlukan manusia untuk mensejahterakan hidupnya. Kebutuhan mencerminkan perasaan ketidakpuasan atau kekurangan dalam diri manusia yang ingin dipuaskan. Kebutuhan merupakan keinginan manusia terhadap barang atau jasa yang diharapkan mampu memberikan kepuasan baik secara fisik maupun mental (Paendong et al., 2016). Kebutuhan manusia juga dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori, seperti: 1) Kebutuhan Primer: Makanan, pakaian, tempat tinggal, yang sangat penting untuk keberlangsungan hidup; 2) Kebutuhan Sekunder: Pelengkap kebutuhan primer, seperti pendidikan dan alat transportasi; 3) Kebutuhan Tersier: Kebutuhan kemewahan yang memberikan kenyamanan tambahan, seperti perjalanan wisata atau hiburan.

Kebutuhan merupakan sesuatu yang kita perlukan untuk menjalani hidup dengan nyaman dan sejahtera. Kebutuhan itu timbul karena adanya perasaan kurang atau tidak puas dalam diri kita. Kebutuhan manusia memiliki tingkatan-tingkatan yang dikenal sebagai kebutuhan hirarki. Pada tingkat dasar terdapat kebutuhan primer, yaitu kebutuhan mendasar seperti makan, minum, dan tempat tinggal, yang diperlukan untuk bertahan hidup. Setelah kebutuhan primer terpenuhi, manusia akan beralih ke kebutuhan sekunder, seperti pendidikan dan kesehatan, yang mendukung produktivitas dan pengembangan diri. Selain itu, terdapat kebutuhan tersier, seperti hiburan atau barang mewah, yang meningkatkan kenyamanan dan status sosial. Dalam konteks ekonomi, kebutuhan primer, khususnya pangan, merupakan kebutuhan yang harus selalu dipenuhi oleh masyarakat. Disini sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting. UMKM yang bergerak di bidang pangan, termasuk produksi dan distribusi bahan makanan, seperti telur, daging, atau hasil tani, menjadi tulang punggung dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang merupakan anak cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil (Hidayat, 2022). Seperti yang saya ketahui bahwa UMKM adalah usaha dengan skala kecil hingga menengah yang memiliki potensi untuk mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui inovasi, daya saing, dan pengelolaan sumber daya lokal.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang dimulai dengan modal kecil dan sumber daya yang terbatas, baik dari segi aset maupun jumlah tenaga kerja. Meskipun skalanya masih kecil, UMKM memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, terutama di tingkat lokal. Karena modalnya yang terbatas, UMKM sering kali harus memanfaatkan sumber daya yang ada secara kreatif dan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun usaha kecil, pelaku UMKM memahami bahwa keberhasilan mereka bergantung pada hubungan baik dengan pelanggan. Dengan menjaga kualitas produk dan layanan, UMKM mampu bertahan, bahkan berkembang di tengah tantangan pasar. Jadi, menurut saya, UMKM bukan hanya soal ukuran modal atau aset, tapi juga soal semangat dan inovasi untuk tetap relevan dan kompetitif.

Karena modalnya yang terbatas, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering kali harus memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara kreatif dan efisien. Keterbatasan modal tidak menghalangi UMKM untuk berinovasi, beradaptasi, dan tetap relevan di pasar. Seperti yang dijelaskan, fokus utama UMKM adalah mempertahankan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memahami betul bahwa keberhasilan usahanya tidak hanya bergantung pada modal atau aset, tetapi juga pada kemampuan menjaga kualitas produk, memberikan layanan terbaik, dan membangun hubungan yang baik.

Karena modal yang kecil sebagian UMKM memilih ternak ayam petelur sebagai usaha yang relatif mudah dimulai dan memiliki risiko rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, ternak ayam petelur membutuhkan modal awal yang tidak terlalu besar, terutama untuk pembelian

bibit ayam, pakan, dan pembuatan kandang sederhana. Kedua, ayam petelur memiliki siklus produksi yang cepat, sehingga hasilnya dapat segera dirasakan dalam bentuk produksi telur yang rutin, biasanya mulai dari kami. Selain itu, ternak ayam petelur juga dianggap lebih stabil dari sisi permintaan pasar. Telur merupakan bahan pangan pokok yang selalu dibutuhkan masyarakat, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun untuk kebutuhan industri makanan. Dalam konteks pemasaran telur ayam ras ini memberikan keuntungan bagi UMKM.

Pemasaran merupakan bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen (Reza et al., 2022). Tetapi lebih pada aktivitas atau kegiatan yang melibatkan penawaran, negosiasi, dan transaksi antara penjual dan pembeli.

Pemasaran adalah tentang bagaimana penjual dan pembeli bisa bertemu untuk melakukan transaksi, baik itu barang maupun jasa. Jadi, pemasaran bukan hanya soal tempat seperti pasar tradisional, tetapi lebih kepada kegiatan atau interaksi yang terjadi antara kedua pihak. Pemasaran tidak terbatas pada tempat dan fisik seperti pasar tradisional, tetapi mencakup berbagai saluran, baik online maupun offline. Intinya pemasaran lebih kepada interaksi dan komunikasi yang terjalin antara penjual dan pembeli.

Di Indonesia, ayam ras petelur ini mulai sudah mulai berkembang pesat sejak lama, seiring dengan program pemerintah yang mendukung pengembangan peternakan ayam. Seiring waktu teknologi dalam budidaya ayam ras petelur juga berkembang. Namun meskipun industri ayam ras petelur ini telah berkembang, banyak peternak yang memulai usaha ini dalam skala kecil, terutama di pedesaan. Mereka memanfaatkan potensi lokal dan sumber daya alam yang ada untuk membangun usaha peternakan ayam petelur, dengan tujuan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi pribadi tetapi juga untuk memenuhi permintaan pasar lokal. Budidaya ayam ras petelur memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, terutama di pedesaan yang selama ini bergantung pada sektor pertanian.

Bapak Imron memulai usaha peternakan ayam ras petelur mulai pada tahun 2020, jumlah ayam ras petelur yang di budidayakan sekitar 1000 ekor ayam ras petelur, dengan kandang sederhana yang terbuat dari bambu. Adapun strategi pemasaran yang digunakan oleh peternakan Bapak Imron yaitu pemasaran secara langsung. Yaitu dengan berkomunikasi langsung dengan para konsumennya untuk menjual telur ayam ras tersebut. Karena konsumennya masih berasal dari daerah-daerah terdekat.

Desa Ombul adalah Desa kecil di Kecamatan Arosbaya, Kabupaten Bangkalan, Provinsi Jawa Timur, dengan jumlah penduduk sekitar 1.700 jiwa. Sebagian besar wilayahnya terdiri atas lahan pertanian yang menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat setempat. Tanaman utama yang dibudidayakan adalah padi, jagung, dan kacang-kacangan, yang sangat bergantung pada musim dan cuaca. Sebagai tambahan penghasilan, sebagian penduduk bekerja sebagai buruh harian lepas, seperti kuli bangunan atau buruh tani di lahan milik orang lain.

Namun dalam beberapa tahun terakhir, inovasi di bidang peternakan mulai tumbuh di Desa Ombul. Budidaya ayam petelur menjadi salah satu pilihan yang mulai diminati warga. Peternakan ayam ini umumnya dilakukan dalam skala kecil hingga menengah, dengan menggunakan kandang sederhana yang terbuat dari bambu atau kayu. Hasil telur yang diperoleh tidak hanya mencukupi kebutuhan sehari-hari warga desa, tetapi juga dijual ke pasar-pasar lokal dan juga toko-toko klontongan di sekitar wilayah.

Meski belum sepenuhnya berkembang, budidaya ayam ras petelur memberikan harapan baru bagi perekonomian desa. Dengan meningkatnya permintaan akan telur di pasaran, beberapa warga mulai berupaya memperbesar skala usaha mereka. Sayangnya ada beberapa kendala yang harus dihadapi, seperti keterbatasan modal, pengetahuan tentang teknik peternakan modern, serta akses ke jalan.

## Metode

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif, yang dimana penelitian ini menggunakan pendekatan bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat porpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci.

Teknik pengumpulan data yang di gunakan di metode penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dimana wawancara, observasi dan juga dokumentasi, yang pertama wawancara adalah tanya jawab antara peneliti dengan narasumber yaitu pemilik dan pekerja dari peternakan garuda Farm. Yang kedua adalah observasi dimana Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya pedagang mikro Garuda Farm untuk mengetahui strategi pemasaran, yang ketiga adalah dokumntasi dimana dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, dokumen, arsip, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

Desa Ombul merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur, Indonesia. Tepatnya berada pada -6.986401, 112.839188 BT. Desa Ombul memiliki luas wilayah 3,98 Km<sup>2</sup>. Dimana Desa Ombul juga memiliki 4 dusun meliputi: Dusun Ombul Barat, Dusun Tenangah, Dusun Baksara, dan dusun Gunung Embek. Dimana desa ombul disini rata-rata pendapatan masyarakatnya dari hasil bertani, namun Bapak Imbron Sadewo mempunyai inovasi baru dengan membuka usaha ayam ras petelur untuk meningkatkan pendapatan sehari-hari sehari dan mendukung perekonomian keluarga.

Data hasil penelitian diperoleh dengan Teknik wawancara. Peneliti melakukan wawancara dengan dua informan yang telah dipilih dengan seksama berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian ini. Berikut ini merupakan data atau profil informan yang terlibat dalam penelitian ini.

Tabel 1.  
Data Informan

No	Nama Informan	Umur	Pekerjaan
1	Imron	30	Pemilik
2	Habibah	45	Pekerja

Peneliti telah menyelesaikan wawancara dengan semua informan. Data yang diberikan oleh para informan sudah sesuai dengan ekspektasi peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode wawancara terstruktur, di mana peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada informan.

Apa strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha ayam ras petelur Garuda Farm ?

Apa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan usaha mikro usaha ayam ras petelur milik Garuda Farm?

Apa latar belakang pendirian usaha ayam ras petelur Garuda Farm?

Bagaimana usaha ayam ras petelur Garuda Farm mempertahankan kualitas produk dan pelayanan pada konsumen?

Apa tujuan utama usaha ayam ras Garuda Farm?

Berapa lama anda bekerja usaha ayam ras petelur ini?

Bagaimana anda melakukan perawatan terhadap ayam ras petelur ini

Jawaban dari responden

Apa strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha ayam ras petelur Garuda Farm ?

Narasumber 1: Saya menggunakan strategi pemasaran secara langsung mendatangi toko-toko di sekitar.

Apa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan usaha mikro usaha ayam ras petelur milik Garuda Farm?

Narasumber 1: Faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha saya ini, saya memberikan kualitas telur yang baik, pelayanan yang ramah kepada pembeli dan menggunakan promosi yang menurut saya efektif di desa ini.

Apa latar belakang pendirian usaha ayam ras petelur Garuda Farm?

Narasumber 1: Usaha ini saya dirikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan telur yang berkualitas.

Bagaimana usaha ayam ras petelur Garuda Farm mempertahankan kualitas produk dan pelayanan pada konsumen?

Narasumber 1: Kami mempertahankan kualitas produk dan pelayanan dengan melakukan pengawasan kesehatan ayam secara teratur, menggunakan pakan yang berkualitas, dan melatih karyawan untuk memberikan pelayanan yang baik. Kami juga memiliki sistem kontrol kualitas yang ketat untuk memastikan telur yang dihasilkan berkualitas

Apa tujuan utama usaha ayam ras Garuda Farm?

Narasumber 1: Tujuan utama usaha ini adalah untuk menjadi produsen ayam ras petelur yang terkemuka dan berkualitas di daerah ini.

Berapa lama anda bekerja usaha ayam ras petelur ini?

Narasumber 2: Saya bekerja mulai dari peternakan ini di dirikan.

Bagaimana anda melakukan perawatan terhadap ayam ras petelur ini?

Narasumber 2: Perawatan ayam ras petelur ini dengan memberikan makanan dan minuman yang cukup, serta memastikan kesehatan ayam.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber mengenai usaha ayam ras petelur Garuda Farm, dapat disimpulkan beberapa hal penting terkait dengan strategi pemasaran, faktor-faktor keberhasilan, dan cara usaha ini mempertahankan kualitas produk serta pelayanan kepada konsumen.

Garuda Farm menerapkan strategi pemasaran dengan pendekatan langsung, yaitu mengunjungi toko-toko di sekitar untuk memasarkan produk telur mereka. Pendekatan ini memiliki keuntungan dalam membangun hubungan pribadi dengan pelanggan, yang sangat efektif di pasar lokal yang masih terbatas atau kecil. Selain itu, strategi pemasaran langsung memungkinkan usaha ini lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan dan permintaan pasar serta memperoleh feedback secara langsung dari konsumen. Salah satu keuntungan lainnya adalah pengurangan biaya pemasaran yang biasanya besar, karena metode pemasaran ini lebih efisien dan langsung menjangkau konsumen.

Keberhasilan Garuda Farm dalam mengelola usahanya dipengaruhi oleh beberapa faktor penting yang mendukung pertumbuhannya. Salah satu faktor utama adalah kualitas produk, di mana telur yang dihasilkan selalu memiliki kualitas tinggi dan bergizi. Kualitas telur yang terjaga dengan baik membantu membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat citra merek usaha. Selain itu, pelayanan yang ramah dan profesional menjadi kunci dalam mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen. Dalam bisnis yang berfokus pada produk konsumsi seperti telur, pelayanan yang memadai dan kepercayaan dari pelanggan sangat penting.

Garuda Farm juga menerapkan promosi yang sesuai dengan kebutuhan pasar lokal, yang memungkinkan mereka menjangkau lebih banyak konsumen dengan cara yang tepat dan efisien. Faktor lain yang tak kalah penting adalah pemilik yang terlibat langsung dalam operasional memberi dampak positif terhadap pengawasan dan pengelolaan usaha. Dalam hal ini, pemilik Garuda Farm yang aktif baik dalam produksi maupun pemasaran memberikan pendekatan personal yang sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan usaha.

Garuda Farm didirikan dengan tujuan utama untuk memenuhi permintaan konsumen akan telur yang berkualitas. Pemilik Garuda Farm melihat peluang untuk menyediakan produk telur yang tidak hanya bergizi, tetapi juga terjaga kebersihannya dan dihasilkan dari ayam yang dipelihara dengan baik. Dengan menekankan kualitas, Garuda Farm berusaha menjadi pilihan utama bagi konsumen yang peduli akan kualitas produk yang mereka konsumsi.

Latar belakang pendirian ini menunjukkan bahwa usaha ini dibangun dengan perencanaan yang matang, berdasarkan pada kebutuhan yang ada di pasar lokal. Seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya kualitas pangan, usaha ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan maju di masa depan.

## **Simpulan**

Dari kesimpulan yang diuraikan berdasarkan analisis yang dilakukan mengenai Strategi Pemasaran Ayam Ras Petelur Dalam Pengembangan Usaha Mikro (Studi Kasus Usaha Ayam Ras Garuda Farm Di Desa Ombul Kecamatan Arosbaya) dapat disimpulkan sebagai berikut:

Garuda Farm telah berhasil membangun usaha ayam ras petelur yang berfokus pada kualitas produk dan pelayanan yang unggul. Strategi pemasaran secara langsung yang diterapkan, dengan mengunjungi toko-toko sekitar memungkinkan mereka untuk membangun hubungan pribadi dengan pelanggan dan merespons kebutuhan pasar secara cepat dan efisien. Keberhasilan usaha ini dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti kualitas telur yang terjaga, pelayanan yang ramah dan profesional, serta pemilihan pakan yang berkualitas untuk mendukung kesehatan ayam dan produktivitas yang optimal. Selain itu, Garuda Farm juga memiliki pengalaman yang panjang dalam menjalankan operasionalnya, yang memberikan keuntungan dalam menyusun strategi dan mengatasi tantangan.

Komitmen pemilik untuk terlibat langsung dalam operasional dan pemasaran memperkuat pengelolaan usaha, serta memastikan kelangsungan usaha jangka panjang. Dengan pengawasan yang ketat terhadap kesehatan ayam, perawatan yang optimal, serta sistem kontrol kualitas yang cermat, Garuda Farm berupaya menjaga standar tinggi dalam setiap tahap produksi. Hal ini tidak hanya mempertahankan kualitas telur tetapi juga memastikan keberlanjutan usaha di masa depan. Secara keseluruhan Garuda Farm berpotensi untuk terus berkembang dan sukses dengan mempertahankan kualitas sebagai prioritas utama, serta menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen.

## **Daftar Rujukan**

- Ariza, R. A., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 188–194. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.834>
- Hadi, S., Fakultas, W., Hewan, K., Kedokteran, F., Shelly, H., & Fakultas Vokasi, W. (2018). Pengetahuan Manajemen Peternakan Dan Pemanfaatan Hasil Ternak Sebagai Sumber Gizi Masyarakat Di Kecamatan Baron Kabupaten Nganjuk Knowledge Of Living And Utilization Management Results Of Livestock As A Community Nutrition Source In Baron District, Nganjuk Regency Oky Setyo Widodo.
- Paendong, M., Tielung, M. V. J., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado.
- Muhammad Reza, H., Muhlisin, S., Gustiawati, S., & Ibn Khaldun Bogor, U. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha: Studi Kasus Rumah Makan Angkringan Mbah Darsih, Kramat Jati, Jakarta Timur. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1).

**Ucapan Terima kasih (Heading 1)**

Terima kasih kepada STKIP PGRI bangkalan yang telah mensupport peneliti untuk mengembangkan keilmuannya yang didapat selama ini.