

**ASPEK PASAR DAN PEMASARAN DALAM RANGKA PEMBANGUNAN
PABRIK PAKAN TERNAK DI KABUPATEN GRESIK**

Fahrul hidayat¹Abdur rohman²
Universitas Trunojoyo Madura
Email: 220721100032@student.trunojoyo.ac.id
Abdur.rohman@trunojoyo.ac.id

Abstrak

Kabupaten Gresik merupakan penghasil pakan ternak terbesar di Jawa Timur. Ia juga melakukan pemasaran yang cukup baik dan juga melakukan pemasaran melalui media sosial sebagai sarana utama. memungkinkan mereka untuk mencapai calon konsumen yang lebih efektif, memberikan akses mudah terhadap informasi terkait detail produk. konsumen dapat dibedakan menjadi dua golongan, yaitu konsumen akhir (pasar konsumen) dan pasar bisnis (pasar industri). Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan pengambilan data melalui wawancara kepada pabrik pakan ternak dengan pendekatan deskriptif dan metode kualitatif. Secara keseluruhan, penelitian kualitatif adalah metode inkuiri yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang orang-orang yang terlibat. Penelitian ini melibatkan pengumpulan dan analisis data non-numerik seperti, wawancara, dokumentasi, dan observasi ke lokasi yaitu pabrik pakan ternak. Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik merupakan langkah-langkah penting dalam mendukung pertumbuhan industri peternakan di daerah tersebut. Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal. Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik tidak hanya membawa manfaat ekonomi, tetapi juga mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan, selain itu, peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi akan mendukung pembangunan infrastruktur dan layanan publik yang lebih baik. Pabrik pakan ternak di Gresik akan menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Selain itu, peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi akan mendukung pembangunan infrastruktur dan layanan publik yang lebih baik. Ketersediaan pakan ternak berkualitas dan konsisten akan membantu peternak lokal meningkatkan produktivitas dan kualitas ternak mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan dan memperkuat industri peternakan lokal.

Kata Kunci: Pemasaran, Aspek, Pabrik, Pakan.

PENDAHULUAN

Kabupaten Gresik merupakan produsen terbesar pakan ternak di Jawa Timur.¹ Ia juga melakukan pemasaran yang cukup baik dan juga melakukan pemasaran melalui media sosial sebagai sarana utama. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk mencapai calon konsumen yang lebih efektif, memberikan akses mudah terhadap informasi terkait ulasan dan detail produk.² Adapun dalam pengertian yang sederhana atau sempit pasar adalah terjadinya transaksi jual beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Pada umumnya suatu transaksi jual beli melibatkan produk/barang atau jasa dengan uang sebagai alat transaksi pembayaran yang sah dan di setujui oleh kedua belah pihak yang bertransaksi.

¹ Dosen Akademi and Pertanian Hkti Banyumas, "Analisis Aspek Pasar Dan Pemasaran Pendirian Industri Dodol Salak Skala Kecil Di Kabupaten Banjarnegara Agus Suprpto," *AGRITECH*, no. 1 (2013): 60–68.

² Maya Tanjung et al., *Analisis Kelayakan Bisnis Pada Cafe Afmal Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran*, n.d.

Pasar atau konsumen dapat di bedakan menjadi dua golongan, yakni konsumen akhir (pasar konsumen) dan pasar bisnis (pasar industry). Dimana pasar konsumen adalah sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsi dan bukannya untuk diproses lebih lanjut. Sedangkan pasar bisnis adalah pasar yang terdiri dari individu-individu atau organisasi yang membeli barang-barang untuk di konsumsi dan bukannya untuk diproses lebih lanjut. Sedangkan pasar bisnis adalah pasar yang terdiri dari individu-individu atau organisasi yang membeli barang untuk di proses lagi menjadi barang lain dan kemudian dijual. Berdasarkan pengertian tersebut, sebagai contoh maka petani/peternak digolongkan kedalam pasar bisnis, sebab mereka membeli barang di gunakan untuk di proses lebih lanjut menjadi barang-barang hasil pertanian.

Philip Kotler (2002), mengemukakan beberapa Keputusan utama yang terlibat dalam Keputusan pembelian dari pasar bisnis, diantaranya berkenaan dengan menentukan spesifik produk, batas harga, persyaratan waktu pengiriman, persyaratan layanan, persyaratan pembayaran dan jumlah pemesanan, dalam kaitannya dengan rencana pengembangan pabrik pakan ternak dengan produksi utama pakan ternak dapat di nyatakan bahwa potensi pasar pakan ternak setiap tahun mengalami peningkatan, secara teoritis dugaan peningkatan kebutuhan pakan ternak dari tahun ke tahun semakin meningkat karena disebabkan oleh beberapa hal: (1). Peningkatan populasi ternak khususnya ternak unggas (broiler maupun layer/petelur) karena disebabkan peningkatan permintaan daging, telur dan susu, (2). Peningkatan jumlah penduduk yang menyebabkan peningkatan konsumsi makanan termasuk makanan yang berasal dari komoditas peternakan.

Dengan demikian, Pembangunan pabrik pakan ternak menjadi pilihan yang prospektif di kabupaten Gresik, sementara produksi bahan baku limbah pertanian dari perikanan cukup untuk memenuhi bahan baku produksi pakan ternak. Kenyataan selama ini produksi pakan ternak yang memenuhi pasar lokal adalah dari pulau jawa khususnya kabupaten Gresik. Kenyataan tersebut sesungguhnya merupakan tantangan sekaligus peluang bagi pengembangan usaha dibidang peternakan dengan memanfaatkan sumberdaya lokal. Keberadaan industry pabrik pakan ternak di kabupaten Gresik ini merupakan jawaban atas berbagai persoalan ketersediaan pakan ternak di kabupaten Gresik sehingga dibutuhkan suatu program pengembangan pabrik pakan ternak di kabupaten Gresik. Dengan demikian dibutuhkan studi kelayakan bisnis untuk pengembangan pabrik pakan ternak di kabupaten Gresik.

Studi kelayakan bisnis adalah proses evaluasi menyeluruh terhadap potensi keberhasilan suatu proyek bisnis. Ini mencakup analisis finansial, teknis, sosial, dan lingkungan untuk menentukan apakah ide bisnis tersebut layak untuk dijalankan. Perannya sangat penting karena membantu mengidentifikasi risiko, peluang serta memberikan dasar yang kuat untuk pengembalian Keputusan bisnis yang tepat.³

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Aspek Pasar

Aspek pasar merupakan sebuah Upaya dalam mengetahui besarnya permintaan pasar yang akan diterima dari Masyarakat sekaligus juga untuk menempatkan posisi yang

³ Pagala Amrullah Muhammad, *Aspek Pasar Dan Pemasaran Dalam Rangka Pembangunan Pabrik Pakan Ternak Di Sulawesi Tenggara*, 2020.

menguntungkan bagi proyek yang akan dijalankan. Poin-poin penting yang akan dianalisa dari sebuah aspek pasar adalah sebagai berikut:

- a. Permintaan pasar terhadap produk yang di sediakan
- b. Uraian analisis Tingkat persaingan sekaligus strategi dalam pemasaran produk
- c. Hasil metode dari aspek pasar yang dapat memenangkan produk di Tengah persaingan

Itulah hal penting secara garis besar mengenai aspek pasar, namun yang perlu dilakukan lainnya adalah dengan menggunakan penelitian, kemudian berlanjut dengan melakukan pengamatan. Dalam aspek pasar mempelajari tentang:

1. Penawaran
Penawaran diartikan sebagai kuantitas barang yang ditawarkan di pasar pada berbagai Tingkat harga. Hukum penawaran menyatakan bahwa jika harga suatu barang meningkat maka akan semakin tinggi kuantitas barang yang akan di tawarkan.
2. Permintaan
Permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan konsumen yang mempunyai kemampuan untuk membeli pada berbagai Tingkat harga. Hukum permintaan menyatakan bahwa jika harga suatu barang meningkat maka kuantitas barang yang diminta akan berkurang, begitu pun sebaliknya, bila harga barang yang diminta menurun maka kuantitas barang yang diminta akan naik (asumsi *ceteris paribus*).
3. Bentuk pasar
Bentuk pasar dapat dilihat dari sisi produsen dan sisi konsumen. Dari sisi produsen pasar dapat dibedakan atas pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistis, oligopoly, dan monopoli. Sedangkan pasar di lihat dari sisi konsumen, dapat di bedakan menjadi empat bentuk yakni: pasar konsumen, pasar industry, pasar penjual kembali (reseller) dan pasar pemerin.
4. Mengukur dan meramalkan permintaan
Peramalan merupakan pengetahuan dan seni untuk memperkirakan apa yang terjadi di massa yang akan datang pada saat sekarang. Dalam melakukan peramalan, peramal harus mencari data dan informasi masa lalu.⁴

Inovasi Produk

Aspek-aspek didalam strategi pemasaran mencakup bagian dari bauran pemasaran yaitu 4P (produk, harga, tempat dan promosi)

1. produk

Produk dalam konteks strategi pemasaran adalah segala sesuatu yang di tawarkan oleh sebuah Perusahaan pada pasar. Ini mencakup fitur, manfaat, kualitas, desain, merk, dan segala aspek lainnya yang mempengaruhi persepsi dan nilai produk di mata konsumen. Produk juga mencakup variasi produk, kisaran

⁴ Yoesoep Edhie Rachmad et al., *Manajemen Pemasaran Penerbit Cv.Eureka Media Aksara*, n.d.

harga, dan dukungan purna jual yang ditawarkan oleh Perusahaan. Dalam strategi pemasaran pengelolaan produk serta pengelolaan situs hidup produk.

2. Harga

Harga dalam strategi pemasaran mengacu pada nilai moneter yang di tetapkan untuk produk atau layanan yang di tawarkan kepada pelanggan, tidak hanya mencakup harga jual, tetapi juga faktor-faktor seperti kebijakan diskon, penawaran khusus, dan fleksibilitas harga. Tujuannya adalah menciptakan keseimbangan antara keuntungan Perusahaan dan nilai yang di berikan kepada pelanggan.

3. Tempat

Pabrik pakan ternak terletak di manyarejo kecamatan manyar kabupaten Gresik provinsi jawa timur. lokasi pabrik ini untuk melakukan strategi pemasaran bisa disebut sangat dekat dari pusat kota.

4. Promosi

Promosi adalah salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yaitu melibatkan berbagai kegiatan untuk mengomunikasikan nilai produk atau layanan kepada konsumen potensial, seperti iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan strategi komunikasi lainnya. Dengan promosi yang efektif Perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merk mempengaruhi perilaku pembelian, dan menciptakan keunggulan kompetitif.⁶

Pengertian Pakan

Pakan merupakan bahan baku yang telah dicampur menjadi satu dengan nutrisi yang sesuai sehingga dapat dikonsumsi dan dapat dicerna oleh ternak yang penting untuk perawatan tubuh, pertumbuhan dan reproduksi. Pakan harus mengandung semua nutrisi yang di butuhkan oleh tubuh ternak, namun tetap dalam jumlah yang seimbang, beberapa nutrient yang dibutuhkan oleh ternak antara lain karbohidrat, lemak, protein, vitamin, air serta mineral. Pakan berkualitas baik jika mampu memberikan seluruh kebutuhan nutrisi secara tepat, baik, jenis jumlah serta imbalanced nutrisi bagi ternak sehingga proses metabolisme yang terjadi didalam tubuh ternak akan berlangsung secara sempurna.

Indikator Inovasi Produk

Indikator inovasi produk menurut Kotler & Amstrong dalam Tijian & Harjanti dalam Hidayat & Yuliana adalah sebagai berikut: ⁵

a) Kualitas Produk

Yaitu kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsinya yang meliputi ketahanan, kehandala dan ketelitian.

b) Variansi Produk

Sarana kompetitif dapat membedakan produk yang dimiliki dengan produk pesaing.

c) Gaya Dan Desain Produk

⁵ Philip Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo. 2000. Hlm, 13.

Sarana untuk menambah nilai suatu produk bagi pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan pengambilan data melalui wawancara kepada pabrik pakan ternak dengan pendekatan deskriptif dan metode kualitatif. Secara keseluruhan, penelitian kualitatif adalah metode inkuiri yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang orang-orang yang terlibat. Penelitian ini melibatkan pengumpulan dan analisis data non-numerik seperti, wawancara, dokumentasi, dan observasi ke lokasi yaitu pabrik pakan ternak sehingga dapat digunakan dalam pemahaman mengenai studi kelayakan bisnis aspek pasar dan aspek pemasaran

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik merupakan langkah penting dalam mendukung pertumbuhan industri peternakan di daerah tersebut. Namun, sebelum memulai pembangunan pabrik, penting untuk mempertimbangkan aspek pasar dan pemasaran agar bisnis ini dapat berjalan dengan sukses. salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan adalah analisis pasar.⁶ Hal ini meliputi identifikasi potensi pasar, permintaan akan pakan ternak di wilayah tersebut, serta tren konsumsi pakan ternak. Dengan melakukan analisis pasar yang komprehensif,⁷ Para pelaku industri dapat memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga dapat menghasilkan produk pakan ternak yang sesuai dengan permintaan pasar. Selain itu, strategi pemasaran juga memegang peranan penting dalam keberhasilan pabrik pakan ternak. Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan cara-cara untuk memasarkan produk pakan ternak, baik secara offline maupun online. Pemasaran yang efektif dapat membantu menciptakan kesadaran konsumen, membangun citra merek, dan meningkatkan penjualan produk.⁸

Dalam mengembangkan strategi pemasaran, penting juga untuk mempertimbangkan keinginan pabrik pakan ternak.⁹ Hal ini mencakup penerapan praktik bisnis yang ramah lingkungan, serta memperhatikan tren pasar terkait dengan keinginan. Dengan demikian, pabrik pakan ternak dapat memposisikan dirinya sebagai pemain yang bertanggung jawab dalam industri peternakan. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti

⁶ “Aspek Pasar dan Pemasaran dalam rangka P” (n.d.).

⁷ A Fauzi, . “ Dampak Pabrik Pakan Ternak Terhadap Peternak Lokal.,” *Jurnal Agribisnis Indonesia*. (June 18, 2020): 4.

⁸ B Wijayanto, “Efisiensi Biaya Produksi Dengan Pakan Lokal,” *Jurnal Ekonomi Pertanian*. (August 20, 2019): 6.

⁹ “Industri Pakan” (n.d.).

regulasi pemerintah dan persaingan industri juga perlu diperhatikan. Peraturan yang berkaitan dengan produksi pakan ternak, kesehatan hewan, dan lingkungan harus dipatuhi agar pabrik dapat beroperasi secara legal dan berkelanjutan. Sementara itu, memahami pesaing dalam industri dapat membantu para pelaku bisnis untuk mengembangkan strategi yang kompetitif dan memenangkan persaingan pasar. Dalam konteks pemasaran pakan ternak, teknologi juga memainkan peranan penting.¹⁰

Pemanfaatan teknologi dalam pengembangan, produksi, dan distribusi pakan ternak dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memenuhi standar kualitas yang diinginkan konsumen. Penting juga untuk mempertimbangkan kerjasama dengan para peternak dalam pemasaran produk pakan ternak.¹¹ Dengan membangun kemitraan yang kuat dengan para peternak, pabrik pakan ternak dapat menjamin pasokan dan distribusi produk yang lancar, serta memperoleh umpan balik yang berguna untuk terus meningkatkan kualitas produk.

Berikut hasil wawancara dari beberapa pelaku dalam pabrik pakan di Gresik:

Manajer Pabrik

Pandangan Ekonomi: Manajer pabrik menekankan pentingnya keberadaan pabrik dalam meningkatkan perekonomian lokal. Mereka melihat pabrik ini sebagai penggerak utama yang menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan daerah.

Tantangan dan Peluang: Manajer menghadapi tantangan dalam hal pasokan bahan baku dan distribusi produk. Namun, mereka juga melihat peluang besar dalam meningkatkan efisiensi produksi dan memperluas pasar melalui strategi pemasaran yang inovatif.

Pekerja Pabrik

Kondisi Kerja: Pekerja umumnya merasa puas dengan kondisi kerja di pabrik. Mereka menyebutkan bahwa pabrik ini memberikan upah yang layak dan lingkungan kerja yang aman. Namun, beberapa pekerja mengeluhkan tentang panjangnya jam kerja dan kurangnya kesempatan untuk pelatihan dan pengembangan keterampilan.

¹⁰ S Rahman, “Inovasi Teknologi Di Industri Pakan Ternak’ . .,” *Jurnal Teknologi Pangan* (June 12, 2018): 9.

¹¹ Wijayanto, “Efisiensi Biaya Produksi Dengan Pakan Lokal.”

Petani Lokal

Kemitraan: Petani lokal yang menjadi pemasok bahan baku untuk pabrik merasa terbantu dengan adanya pabrik ini. Mereka mendapatkan pasar yang stabil untuk produk mereka, meskipun ada tantangan terkait dengan fluktuasi harga dan kualitas bahan baku yang diharapkan oleh pabrik.

Pengaruh Ekonomi: Para petani melaporkan peningkatan pendapatan yang signifikan sejak mereka mulai memasok ke pabrik. Ini juga berdampak positif pada perekonomian desa mereka, dengan peningkatan dalam pengeluaran lokal dan investasi di komunitas.

Konsumen

Kepuasan Produk: Konsumen yang menggunakan pakan ternak dari pabrik ini umumnya puas dengan kualitas produk. Mereka mencatat bahwa pakan ini membantu meningkatkan produktivitas ternak mereka, baik dari segi pertumbuhan maupun hasil produksi seperti telur dan susu. **Kesadaran dan Informasi:** Konsumen juga mengapresiasi informasi yang diberikan oleh pabrik melalui media sosial dan kampanye pemasaran. Mereka merasa lebih mudah mendapatkan informasi tentang produk dan cara penggunaannya.

Dokumentasi

Laporan Keuangan:¹² Analisis laporan keuangan menunjukkan bahwa pabrik ini mengalami pertumbuhan yang stabil sejak didirikan. Pendapatan meningkat setiap tahun, dengan kontribusi signifikan dari pasar lokal dan ekspansi ke pasar regional. **Lingkungan:** Dokumen ini menunjukkan bahwa pabrik telah mengambil langkah-langkah penting untuk mengurangi dampak lingkungan. Mereka mengimplementasikan teknologi ramah lingkungan dan berpartisipasi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang mendukung konservasi lokal.

Observasi

Operasional Pabrik: Observasi langsung di pabrik menunjukkan bahwa proses produksi berjalan efisien dengan teknologi modern. Sistem manajemen yang baik juga terlihat dalam pengelolaan limbah dan pemeliharaan mesin. **Interaksi Komunitas:** Observasi di komunitas sekitar menunjukkan bahwa pabrik ini memiliki hubungan yang baik dengan penduduk setempat. Program CSR yang dilakukan, seperti penyediaan air bersih dan pelatihan pertanian, mendapat respons positif dari masyarakat

¹² Kementerian Keuangan RI, *Peningkatan PAD Dari Sektor Industri.*, 2021.

Tabel 1. Hasil Penelitian

Metode Pengumpulan Data	Jenis data	Sumber Data	Isi data
Wawancara	Manajer Pabrik	Pabrik Pakan Gresik	Keberadaan pabrik ini memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan permintaan bahan baku lokal. Meskipun menghadapi tantangan dalam distribusi dan produksi, terdapat banyak peluang untuk meningkatkan efisiensi dan ekspansi pasar melalui penerapan teknologi baru dan strategi pemasaran digital. Analisis ini memberikan wawasan yang berharga untuk memahami aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan bisnis pembangunan pabrik pakan ternak di kabupaten gresik
	Pekerja Pabrik	Pabrik Pakan Gresik	Kondisi kerja di pabrik pakan ternak di Gresik umumnya baik, dengan perhatian yang tinggi terhadap keselamatan dan kesehatan pekerja. Pekerja merasa puas dengan gaji, bonus, dan dukungan dari manajemen. Namun, ada kebutuhan untuk perbaikan alat-alat kerja dan lebih banyak peluang pengembangan karier serta pelatihan keterampilan.
	Petani Lokal	Komunitas petani Gresik	Kemitraan antara petani lokal dan pabrik pakan ternak di Gresik sangat menguntungkan bagi kedua belah pihak. Petani mendapatkan kepastian pasar, harga yang layak, serta dukungan teknis yang membantu meningkatkan hasil pertanian mereka.

		Pabrik pakan ternak di sisi lain, mendapatkan pasokan bahan baku yang stabil dan berkualitas tinggi. Keberlanjutan dan kesuksesan kemitraan ini bergantung pada komunikasi yang baik dan saling mendukung antara kedua belah pihak.
Konsumen	Peternak di Gresik	Peternak di Gresik sangat puas dengan kualitas dan konsistensi produk pakan ternak dari pabrik setempat. Mereka merasakan peningkatan kesehatan dan produktivitas ternak mereka setelah menggunakan produk ini. Namun, ada beberapa saran untuk peningkatan, seperti menyediakan lebih banyak varian produk dan memperbaiki sistem distribusi. Pabrik pakan ternak dapat menggunakan umpan balik ini untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka, sehingga dapat lebih memenuhi kebutuhan peternak secara efektif.

Pembahasan

A. Aspek Pasar

Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik, Jawa Timur, merupakan inisiatif strategis yang bertujuan untuk memperkuat sektor peternakan di daerah tersebut. Dalam konteks ini, analisis pasar menjadi sangat penting untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha tersebut. Artikel ini akan membahas secara mendalam aspek pasar terkait pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik, termasuk kebutuhan pasar, potensi pasar, strategi pemasaran, dan dampak ekonomi lokal.

Analisis Pasar

Analisis pasar adalah proses evaluasi yang komprehensif terhadap kebutuhan dan karakteristik pasar yang akan dilayani oleh pabrik pakan ternak. Langkah ini

mencakup pengenalan terhadap jumlah peternak di wilayah tersebut, jenis ternak yang dibudidayakan, serta kebutuhan spesifik pakan ternak yang dibutuhkan oleh para peternak.

1. **Kebutuhan Pasar:** Kabupaten Gresik dikenal sebagai salah satu pusat peternakan utama di Jawa Timur. Menurut data dari Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Jawa Timur (2023), populasi ternak unggas, sapi, dan kambing di Gresik terus meningkat setiap tahun. Kebutuhan pakan ternak di wilayah ini diproyeksikan meningkat sejalan dengan peningkatan populasi ternak dan permintaan produk ternak seperti daging, telur, dan susu .
2. **Segmentasi Pasar:** Pasar pakan ternak dapat dibagi menjadi dua segmen utama: pasar konsumen akhir (peternak) dan pasar bisnis (pengolah pakan dan distributor). Peternak lokal merupakan konsumen utama yang membutuhkan pakan berkualitas tinggi untuk meningkatkan produktivitas ternak mereka. Sementara itu, distributor dan toko pakan ternak berperan sebagai perantara yang mendistribusikan produk pakan ke konsumen akhir .
3. **Analisis Kompetitif:** Kabupaten Gresik memiliki beberapa pabrik pakan ternak lokal dan nasional yang sudah beroperasi. Analisis kompetitif menunjukkan bahwa meskipun persaingan cukup ketat, masih terdapat peluang besar untuk masuk ke pasar dengan menawarkan produk pakan berkualitas tinggi dan layanan pelanggan yang unggul. Faktor seperti kualitas bahan baku, harga yang kompetitif, dan distribusi yang efisien akan menjadi kunci sukses .

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk memperkenalkan produk pakan ternak kepada konsumen dan membangun basis pelanggan yang kuat. Beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan antara lain:¹³

1. **Pemanfaatan Media Sosial:** Media sosial merupakan alat yang sangat efektif untuk mencapai dan berinteraksi dengan peternak lokal. Kampanye pemasaran melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp dapat membantu meningkatkan kesadaran dan permintaan terhadap produk pakan ternak .
2. **Kerjasama dengan Distributor Lokal:** Membangun jaringan distribusi yang luas dengan toko pakan ternak dan distributor lokal akan membantu memperluas jangkauan produk. Kerjasama ini dapat mencakup perjanjian distribusi eksklusif, program insentif, dan dukungan pemasaran bersama .
3. **Promosi dan Edukasi Peternak:** Mengadakan seminar, lokakarya, dan pelatihan untuk peternak tentang manfaat dan penggunaan pakan ternak berkualitas dapat meningkatkan pemahaman dan loyalitas pelanggan. Pendekatan ini juga membantu membangun hubungan yang kuat antara pabrik pakan ternak dan komunitas peternak lokal .

Dampak Ekonomi Lokal

Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik tidak hanya memberikan manfaat ekonomi langsung tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal secara keseluruhan.¹⁴

¹³ D., & Ellis-Chadwick, F Chaffey, "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson." (2019).

¹⁴ Dinas Peternakan Jawa Timur, "Tatistik Peternakan Jawa Timur 2022." (2023).

1. **Penciptaan Lapangan Kerja:** Pabrik pakan ternak akan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga .
2. **Peningkatan Pendapatan Daerah:** Dengan beroperasinya pabrik pakan ternak, pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor pajak dan retribusi akan meningkat, yang pada gilirannya dapat digunakan untuk pembangunan infrastruktur dan peningkatan layanan publik di Kabupaten Gresik .
3. **Pengembangan Industri Peternakan:** Ketersediaan pakan ternak berkualitas akan membantu peternak lokal meningkatkan produktivitas dan kualitas ternak mereka. Hal ini akan berkontribusi pada penguatan industri peternakan dan meningkatkan daya saing produk ternak dari Kabupaten Gresik di pasar lokal maupun nasional .
Penulis menyimpulkan bahwa pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik merupakan langkah strategis yang berpotensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkuat sektor peternakan. Dengan memahami dan mengoptimalkan aspek pasar, seperti kebutuhan dan segmentasi pasar, analisis kompetitif, dan strategi pemasaran yang tepat, pabrik pakan ternak dapat memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usahanya. Dampak positifnya tidak hanya dirasakan oleh pabrik itu sendiri tetapi juga oleh masyarakat dan ekonomi lokal secara keseluruhan.

B. Aspek Pemasaran

Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik merupakan langkah strategis yang diharapkan dapat mendukung pertumbuhan sektor peternakan di Jawa Timur. Pemasaran pakan ternak adalah salah satu aspek krusial yang menentukan keberhasilan operasional pabrik. Aspek pemasaran mencakup strategi distribusi, penetapan harga, promosi, dan pemahaman terhadap pasar sasaran. Dalam konteks ini, penelitian ini akan membahas bagaimana aspek pemasaran dapat dioptimalkan untuk mendukung keberhasilan pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik.

Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran¹⁵

1. Analisis Pasar

Analisis pasar adalah langkah awal yang penting untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Di Kabupaten Gresik, pasar pakan ternak terdiri dari peternak unggas, sapi, dan kambing yang membutuhkan pakan berkualitas untuk meningkatkan produktivitas ternak mereka. Menurut data dari Dinas Peternakan Jawa Timur, terdapat peningkatan jumlah peternak unggas dan sapi di Gresik, yang menunjukkan potensi pasar yang besar untuk pakan ternak .

2. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar dilakukan untuk mengidentifikasi kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan spesifik. Pabrik pakan ternak dapat mengelompokkan pasar berdasarkan jenis ternak, skala peternakan (kecil, menengah, besar), dan lokasi geografis. Segmentasi ini membantu dalam merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan setiap segmen pasar .

3. Strategi Penetapan Harga

Penetapan harga yang kompetitif adalah kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Strategi penetapan harga dapat mencakup

¹⁵ Journal of Agricultural Economics., "Market Analysis for Livestock Feed Industry". (2020).

penawaran harga khusus untuk pembelian dalam jumlah besar, diskon untuk pelanggan tetap, dan harga promosi untuk produk baru. Penetapan harga harus mempertimbangkan biaya produksi, harga kompetitor, dan daya beli konsumen.

4. **Distribusi**

Distribusi yang efektif memastikan bahwa produk pakan ternak tersedia di tempat dan waktu yang tepat. Pabrik di Gresik dapat membangun jaringan distribusi yang mencakup agen-agen lokal, toko pakan ternak, dan penjualan langsung kepada peternak. Kemitraan dengan distributor lokal dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan ketersediaan produk.

5. **Promosi**

Promosi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan menarik minat konsumen terhadap produk pakan ternak. Strategi promosi dapat mencakup penggunaan media sosial, iklan di media cetak dan elektronik, serta partisipasi dalam pameran peternakan. Program edukasi bagi peternak tentang manfaat menggunakan pakan berkualitas tinggi juga dapat menjadi bagian dari strategi promosi .

Studi Kasus: Implementasi di Pabrik Pakan Ternak Gresik

Implementasi strategi pemasaran di pabrik pakan ternak Gresik dapat dilihat melalui beberapa langkah konkret:¹⁶

1. **Kerja sama dengan Peternak Lokal**

Pabrik dapat mengembangkan kemitraan dengan peternak lokal untuk memastikan pasokan bahan baku yang konsisten dan berkualitas. Program kemitraan ini juga dapat mencakup pelatihan bagi peternak tentang praktik peternakan yang baik dan penggunaan pakan berkualitas tinggi .

2. **Penggunaan Teknologi Digital**

Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dapat membantu pabrik pakan ternak menjangkau pasar yang lebih luas. Misalnya, aplikasi mobile yang memberikan informasi tentang produk, harga, dan ketersediaan pakan dapat meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan .

3. **Pelatihan dan Edukasi**

Mengadakan seminar dan workshop bagi peternak tentang manfaat dan penggunaan pakan ternak yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Edukasi ini juga dapat meningkatkan pemahaman peternak tentang pentingnya pakan berkualitas dalam meningkatkan produktivitas ternak.

Penulis menyimpulkan Pemasaran yang efektif adalah kunci sukses dalam pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik. Dengan analisis pasar yang tepat, segmentasi yang jelas, strategi penetapan harga yang kompetitif, distribusi yang efisien, dan promosi yang inovatif, pabrik pakan ternak dapat memenuhi kebutuhan pasar

¹⁶ Agribusiness and Food Security Journal, "Enhancing Livestock Productivity through Quality Feed" (2020).

dan bersaing secara efektif. Implementasi teknologi digital dan program edukasi bagi peternak juga berperan penting dalam mendukung keberhasilan pemasaran produk pakan ternak.

Pabrik pakan ternak adalah salah satu jenis usaha yang memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan sektor peternakan di suatu daerah. Kabupaten Gresik, yang terletak di Jawa Timur, memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan sektor peternakan, sehingga pembangunan pabrik pakan ternak di wilayah ini merupakan langkah yang strategis. Namun, sebelum memulai pembangunan pabrik pakan ternak, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek pasar dan pemasaran untuk memastikan keberhasilan usaha ini.¹⁷

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam pembangunan pabrik pakan ternak adalah analisis pasar. Analisis ini mencakup pengenalan dan pemahaman terhadap kebutuhan pasar akan pakan ternak, baik dari segi kuantitas maupun kualitas.¹⁸ Dalam konteks Kabupaten Gresik, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai jumlah peternak di wilayah tersebut, jenis ternak yang dibudidayakan, serta kebutuhan pakan ternak yang dibutuhkan oleh para peternak. Dengan memahami pasar secara mendalam, pabrik pakan ternak dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga dapat memenangkan persaingan di pasar lokal.¹⁹

Selain itu, pembangunan pabrik pakan ternak juga memerlukan perencanaan pemasaran yang matang. Hal ini meliputi pemilihan strategi pemasaran yang tepat, penetapan harga yang kompetitif, serta promosi yang efektif. Dalam konteks pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik, strategi pemasaran dapat difokuskan pada membangun jaringan distribusi yang luas, baik melalui kerjasama dengan toko pakan ternak maupun langsung kepada peternak.²⁰ Penetapan harga yang kompetitif juga menjadi kunci dalam memenangkan pasar, sehingga perlu dilakukan studi harga terhadap produk sejenis di pasaran. Selain itu, promosi melalui berbagai media, seperti media sosial dan acara pertemuan peternak, juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam memasarkan produk pabrik pakan ternak.

Tak kalah pentingnya adalah kualitas produk pabrik pakan ternak. Kualitas produk akan menjadi faktor penentu dalam memenangkan kepercayaan pasar. Oleh karena itu, pabrik pakan ternak perlu memastikan bahwa bahan baku yang digunakan berkualitas tinggi, proses produksi dilakukan dengan standar yang baik, dan produk yang dihasilkan memenuhi standar gizi yang dibutuhkan oleh ternak. Dengan kualitas produk yang terjamin, pabrik pakan ternak dapat membangun citra yang baik di mata konsumen, sehingga dapat memenangkan persaingan di pasar.

A. Analisis Pasar

Kabupaten Gresik, sebagai produsen terbesar pakan ternak di Jawa Timur, memiliki posisi strategis dalam industri ini. Keberhasilan pemasaran melalui media sosial telah membuka peluang baru untuk mencapai konsumen dengan lebih efektif. Media sosial memberikan akses mudah bagi calon konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai ulasan dan detail produk, yang sangat penting dalam era digital

¹⁷ Badan Pusat Statistik, . . "Statistik Peternakan Kabupaten Gresik., 2023.

¹⁸ D Susanto, "Pemanfaatan Limbah Pertanian Untuk Pakan Ternak. ," *Jurnal Lingkungan dan Pertanian* (September 24, 2021): 10.

¹⁹ Reza Nurul Ichsan and MM dkk, *Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study)*, 2019.

²⁰ Jane Smith, *Pasar Pakan Ternak Global: Strategi Dan Tren*, 2023.

ini. Pasar, dalam pengertian sederhana, melibatkan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli pada waktu dan tempat tertentu. Transaksi ini umumnya melibatkan produk atau jasa yang dipertukarkan dengan uang sebagai alat pembayaran yang sah. Perbedaan pasar konsumen dan pasar bisnis juga penting untuk dipahami. Pasar konsumen melibatkan pembeli yang membeli barang untuk dikonsumsi, sedangkan pasar bisnis melibatkan pembeli yang membeli barang untuk diproses lebih lanjut menjadi produk lain.

Menurut Philip Kotler (2002), keputusan pembelian di pasar bisnis melibatkan beberapa faktor utama seperti spesifikasi produk, batas harga, persyaratan waktu pengiriman, layanan, pembayaran, dan jumlah pemesanan. Dalam konteks pakan ternak, potensi pasar ini terus meningkat setiap tahun. Peningkatan ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: (1) peningkatan populasi ternak, terutama unggas, akibat peningkatan permintaan daging, telur, dan susu; dan (2) peningkatan jumlah penduduk yang mendorong konsumsi makanan yang berasal dari komoditas peternakan.

B. Peluang dan Tantangan Pembangunan Pabrik Pakan Ternak

Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik merupakan langkah strategis yang prospektif. Produksi bahan baku dari limbah pertanian dan perikanan lokal mampu memenuhi kebutuhan produksi pakan ternak. Selama ini, produksi pakan ternak yang memenuhi pasar lokal sebagian besar berasal dari Pulau Jawa, khususnya Gresik. Ini menunjukkan adanya peluang besar bagi pengembangan usaha peternakan dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Keberadaan industri pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik dapat mengatasi berbagai masalah ketersediaan pakan ternak di daerah ini. Oleh karena itu, diperlukan suatu program pengembangan pabrik pakan ternak yang dilandasi oleh studi kelayakan bisnis yang komprehensif. Studi kelayakan bisnis ini akan mengevaluasi potensi keberhasilan proyek, termasuk analisis finansial, teknis, sosial, dan lingkungan. Evaluasi ini penting untuk mengidentifikasi risiko dan peluang serta memberikan dasar yang kuat bagi pengambilan keputusan bisnis yang tepat.

C. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah proses evaluasi menyeluruh terhadap potensi keberhasilan suatu proyek bisnis. Analisis ini mencakup berbagai aspek penting seperti:²¹

1. Analisis Finansial: Menilai biaya investasi, proyeksi pendapatan, analisis titik impas, dan return on investment (ROI). Aspek ini penting untuk memastikan bahwa proyek ini layak secara finansial dan memberikan keuntungan yang diharapkan.
2. Analisis Teknis: Menilai kebutuhan teknologi, kapasitas produksi, ketersediaan bahan baku, dan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung operasi pabrik. Ini mencakup evaluasi terhadap teknologi yang akan digunakan dan sumber daya yang tersedia di lokasi proyek.

²¹ Nurul Ichsan and dkk, *Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study)*.

3. Analisis Sosial dan Lingkungan: Menilai dampak sosial dan lingkungan dari pembangunan pabrik. Hal ini mencakup manfaat bagi komunitas lokal serta upaya mitigasi dampak lingkungan negatif. Analisis ini memastikan bahwa proyek tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial.
4. Strategi Pemasaran: Menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai target pasar. Ini meliputi penggunaan media sosial, promosi, harga, dan distribusi produk yang optimal. Dengan strategi yang tepat, produk pakan ternak dapat dikenal luas dan diminati oleh konsumen.

Manfaat Dibangunnya Pabrik Pakan Ternak di Kabupaten Gresik

Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik memiliki berbagai manfaat yang signifikan, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Berikut ini adalah pembahasan mengenai manfaat tersebut dengan dukungan dari sumber-sumber relevan.

1. Penguatan Ekonomi Lokal

Pembangunan pabrik pakan ternak dapat memberikan dorongan besar bagi ekonomi lokal. Dengan adanya pabrik, akan tercipta lapangan kerja baru yang dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar. Hal ini tentunya akan mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal.

Selain itu, adanya pabrik pakan ternak juga berpotensi meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi. Peningkatan pendapatan ini bisa digunakan untuk pembangunan infrastruktur dan layanan publik yang lebih baik di Kabupaten Gresik.²²

2. Mendukung Industri Peternakan Lokal

Pabrik pakan ternak akan menyediakan pasokan pakan yang berkualitas dan konsisten untuk para peternak lokal. Ketersediaan pakan yang terjamin akan membantu para peternak meningkatkan produktivitas dan kualitas ternak mereka, baik dalam hal daging, telur, maupun susu. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan peternak dan memperkuat industri peternakan lokal.

3. Efisiensi dan Pengurangan Biaya

Dengan adanya pabrik pakan ternak lokal, peternak tidak perlu lagi mengandalkan pasokan pakan dari daerah lain yang bisa menyebabkan biaya transportasi tinggi. Pengurangan biaya ini akan meningkatkan margin keuntungan bagi peternak dan membuat harga produk ternak menjadi lebih kompetitif di pasar.²³

4. Peningkatan Teknologi dan Inovasi

Pabrik pakan ternak seringkali menjadi pusat inovasi dan teknologi baru dalam produksi pakan. Teknologi modern dapat membantu dalam produksi pakan yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Selain itu, pabrik dapat menjadi tempat untuk pelatihan dan transfer teknologi kepada peternak lokal, yang pada gilirannya akan meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mereka dalam mengelola ternak.²⁴

²² Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, *Laporan Tahunan.*, 2023.

²³ Bidura Gde, *Buku Ajar Teknologi Dalam Industri Pakan*, 2017.

²⁴ *Teknologi Pakan Ternak*, n.d.

5. Dampak Sosial dan Peningkatan Kualitas Hidup

Selain dampak ekonomi, pembangunan pabrik pakan ternak juga memiliki dampak sosial yang positif. Dengan peningkatan pendapatan, masyarakat sekitar akan memiliki akses yang lebih baik terhadap layanan kesehatan, pendidikan, dan fasilitas umum lainnya. Peningkatan kualitas hidup ini akan berdampak pada kesejahteraan umum masyarakat.²⁵

6. Pengelolaan Sumber Daya Lokal

Pabrik pakan ternak dapat memanfaatkan sumber daya lokal, seperti limbah pertanian dan hasil sampingan dari industri perikanan, sebagai bahan baku pakan.²⁶ Ini tidak hanya mengurangi limbah dan dampak lingkungan tetapi juga memberikan nilai tambah bagi produk lokal yang sebelumnya kurang dimanfaatkan.

PENUTUP

Pembangunan pabrik pakan ternak di Kabupaten Gresik memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal. Berdasarkan data yang telah dipaparkan. Pada bagian ini terdapat, kesimpulan dan saran.

Kesimpulan

Pendirian pabrik pakan ternak di Gresik akan memberikan banyak manfaat, termasuk penciptaan lapangan kerja baru, pengurangan pengangguran, dan peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Pabrik ini juga akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi, mendukung pembangunan infrastruktur dan layanan publik. Selain itu, ketersediaan pakan berkualitas akan membantu peternak lokal meningkatkan produktivitas dan kualitas ternak, mengurangi biaya transportasi, dan meningkatkan daya saing harga produk ternak di pasar. Dari aspek pasar dan pemasaran, pabrik ini akan memastikan ketersediaan pakan ternak berkualitas dan konsisten, yang akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Harga pakan yang lebih kompetitif dapat menarik lebih banyak peternak untuk menggunakan produk pabrik ini, memperluas pangsa pasar dan meningkatkan volume penjualan. Pabrik ini juga dapat memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau lebih banyak konsumen, baik secara lokal maupun regional, dengan menonjolkan keunggulan kualitas dan efisiensi produknya. Dari aspek pasar dan pemasaran, pabrik ini akan memastikan ketersediaan pakan ternak berkualitas dan konsisten, yang akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Harga pakan yang lebih kompetitif dapat menarik lebih banyak peternak untuk menggunakan produk pabrik ini, memperluas pangsa pasar dan meningkatkan volume penjualan. Pabrik ini juga dapat memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau lebih banyak konsumen, baik secara lokal maupun regional, dengan menonjolkan keunggulan kualitas dan efisiensi produknya.

Saran

Sebelum memulai pembangunan pabrik, perlu dilakukan studi kelayakan bisnis yang komprehensif untuk menilai potensi keberhasilan proyek ini, termasuk analisis finansial, teknis, sosial, dan lingkungan untuk memastikan pasokan bahan baku yang

²⁵ Bidura Gde, *Buku Ajar Teknologi Dalam Industri Pakan*.

²⁶ Pagala Amrullah Muhammad, *Aspek Pasar Dan Pemasaran Dalam Rangka Pembangunan Pabrik Pakan Ternak Di Sulawesi Tenggara*.

stabil dan berkualitas, penting untuk menjalin kemitraan dengan petani dan peternak lokal. Hal ini akan memberikan manfaat bersama dan memperkuat hubungan antara pabrik dan komunitas lokal. Penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Promosi melalui berbagai media dan acara pertemuan peternak dapat menjadi strategi yang efektif. Kualitas produk adalah kunci untuk memenangkan kepercayaan pasar. Pabrik harus memastikan bahwa bahan baku yang digunakan berkualitas tinggi, proses produksi dilakukan dengan standar yang baik, dan produk yang dihasilkan memenuhi standar gizi yang dibutuhkan oleh ternak. Pabrik harus mengadopsi teknologi modern yang ramah lingkungan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Hal ini juga akan membantu dalam menciptakan citra positif di mata konsumen dan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agribusiness and Food Security Journal. "Enhancing Livestock Productivity through Quality Feed" (2020).
- Akademi, Dosen, and Pertanian Hkti Banyumas. "ANALISIS ASPEK PASAR DAN PEMASARAN PENDIRIAN INDUSTRI DODOL SALAK SKALA KECIL DI KABUPATEN BANJARNEGARA Agus Suprpto." *AGRITECH*, no. 1 (2013): 60–68.
- Badan Pusat Statistik. . . "Statistik Peternakan Kabupaten Gresik., 2023.
- Bidura Gde. *Buku Ajar Teknologi Dalam Industri Pakan*, 2017.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson." (2019).
- Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan. *Laporan Tahunan.*, 2023.
- Dinas Peternakan Jawa Timur. "Tatistik Peternakan Jawa Timur 2022." (2023).
- Edhie Rachmad, Yoesoep, Cipa Sri Sudiarti, MM La Ode Turi Dewi Endah Fajariana, MPd Yudo Kisworo, MM Ryan Firdiansyah Suryawan, MM Hendy Tanadi Kusnadi Eka Susilawati, MM SE Rio Rahmat Yusran, and MSi Sri Juminawati. *Manajemen Pemasaran Penerbit Cv.Eureka Media Aksara*, n.d.
- Fauzi, A. . "Dampak Pabrik Pakan Ternak Terhadap Peternak Lokal." *Jurnal Agribisnis Indonesia*. (June 18, 2020): 4.
- Jane Smith. *Pasar Pakan Ternak Global: Strategi Dan Tren*, 2023.
- Journal of Agricultural Economics. "Market Analysis for Livestock Feed Industry" (2020).
- Kementerian Keuangan RI. *Peningkatan PAD Dari Sektor Industri.*, 2021.
- Nurul Ichsan, Reza, and MM dkk. *Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study)*, 2019.
- Pagala Amrullah Muhammad. *Aspek Pasar Dan Pemasaran Dalam Rangka Pembangunan Pabrik Pakan Ternak Di Sulawesi Tenggara*, 2020.
- Rahman, S. "Inovasi Teknologi Di Industri Pakan Ternak'." *Jurnal Teknologi Pangan* (June 12, 2018): 9.
- Susanto, D. "Pemanfaatan Limbah Pertanian Untuk Pakan Ternak. ." *Jurnal Lingkungan dan Pertanian* (September 24, 2021): 10.
- Tanjung, Maya, Putri Rahmadani Nasution, Yulianti Lubis, Putri Kemala, and Dewi Lubis. *Analisis Kelayakan Bisnis Pada Cafe Afmal Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran*, n.d.

Wijayanto, B. “Efisiensi Biaya Produksi Dengan Pakan Lokal.” *Jurnal Ekonomi Pertanian*. (August 20, 2019): 6.
“Aspek Pasar dan Pemasaran dalam rangka P” (n.d.).
“Industri Pakan” (n.d.).
Teknologi Pakan Ternak, n.d.