

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Susu sebagai salah satu produk peternakan merupakan sumber protein hewani yang semakin dibutuhkan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan susu tersebut dilakukan peningkatan populasi, produksi, dan produktivitas sapi perah. Besarnya hasil produksi susu juga memerlukan siklus peternakan hingga pendistribusian yang tepat agar kualitas susu yang didapatkan baik mulai dari peternakan, pemerahan hingga ke konsumen. Selain kualitas yang dijaga ketersediaan susu juga harus dijaga agar dapat memenuhi setiap permintaan konsumen. Setiap usaha tidak lepas dari sistem pemasaran yang merupakan hal penting dalam kelangsungan sebuah usaha, susu memerlukan penanganan terbaik terutama dalam hal pemasaran .

Strategi adalah konsep yang wajib dipahami dan diterapkan oleh setiap entrepreneur maupun setiap manajer dalam segala macam jenis usaha. Strategi juga merupakan suatu keputusan tentang tujuan apa yang harus dicapai, tindakan apa yang harus dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Strategi Pemasaran sangat diperlukan dalam mengembangkan suatu usaha karena merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Sehingga dalam menjalankan usaha besar maupun usaha kecil diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasaran. Strategi pemasaran menurut Kotler (Kotler and Amstrong, 2012, p.72) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Pentingnya sektor peternakan salah satu produknya yaitu susu yang dibutuhkan masyarakat untuk pemenuhan nutrisi yaitu lemak hewani.

Strategi pemasaran produksi pertanian merupakan upaya untuk memasarkan produk hasil pertanian yang memiliki karakteristik khusus yaitu pengolahan susu sapi perah. Sentra pengolahan susu sapi yang saya teliti adalah perusahaan Susu sapi Best Cow Farm yang terletak di kecamatan mangli

kabupaten Jember. Peternakan sapi perah Best Cow Farm berdiri pada tahun 2011. Peternakan sapi perah Best Cow Farm merupakan salah satu anggota kelompok ternak sapi perah “Makmur Sejahtera”. Pada mulanya Best Cow Farm ini berdiri untuk memenuhi kuota susu dari koperasi Galur Murni, karena sang pemilik yakni Bapak Nyoman Ari Bowo S.Pt. merupakan anggota koperasi Galur Murni. Peternakan sapi perah Best Cow Farm berupaya menjadi salah satu bagian alternatif solusi kebutuhan susu nasional dan sekaligus melalui kegiatan persusuan, maupun meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat pedesaan. Peternakan sapi perah Best Cow Farm menjadi pioner pengembangan peternakan sapi perah di daerah Jember. Harapan dari pemilik Best Cow Farm, bahwa di daerah Jember dapat dikembangkan peternakan sapi perah untuk menambah pertumbuhan ekonomi di daerah Jember dan sekaligus memenuhi kebutuhan susu bagi masyarakat Jember.

Ada 2 produk yang diproduksi di Perusahaan Best Cow Farm yaitu Susu Murni dan Susu Pasteurisasi. Untuk susu murni diproduksi setiap hari dengan 2 sesi pengambilan susu di setiap harinya yaitu pagi hari dan sore hari, sedangkan susu pasteurisasi hanya diproduksi setiap ada pesanan saja dengan jangka waktu  $\pm$  1 bulan sekali. Namun ada beberapa permasalahan yang sedang dialami oleh Best Cow Farm saat ini yaitu dengan adanya pesaing dengan produk sejenis dan pemasarannya menurun dikarenakan efek dari Pandemi Covid 19. Pada saat sebelum pandemi Covid 19 perusahaan mampu menghasilkan sekitar 100 liter seharusnya sehingga bisa menghasilkan sekitar 200 kemasan per harinya, dengan kapasitas perkemasan yaitu 500 ml dan saat ini Best Cow Farm menghasilkan 40 liter atau 40.000 ml per harinya. Sehingga menghasilkan sekitar 80 pcs kemasan dengan harga Rp 10.000 perkemasannya yang akan dijual per harinya. Hal tersebut terjadi akibat kondisi pandemi COVID-19 saat ini dimana akan berpengaruh terhadap produksi susu dan pemasarannya. Jika pemasaran yang dilakukan masih kurang atau belum maksimal, maka penjualan akan mengalami penurunan.

Best Cow Farm pun hadir dengan bentuk unit usaha Agribisnis. Sebagai sebuah unit usaha pastinya Best Cow Farm menginginkan usahanya untuk bisa memperoleh konsumen sebanyak – banyaknya, meningkatkan profitabilitas, dan

sebagai market leader, diperlukan keunggulan daya saing untuk dapat berkompetisi dengan unit usaha sejenis maupun yang berbeda jenis. Adanya tekanan yang sama kuat terhadap bisnis manufaktur saat ini, menuntut Best Cow sebagai perusahaan yang memproduksi susu kemasan, Best Cow dituntut untuk lebih cerdas dalam menjalankan operasinya.

Dari permasalahan diatas, perlu diterapkan strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan Best Cow Farm dengan menggunakan analisis *strength, weakness, opportunity, threat* (SWOT) dan analisis matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Analisis SWOT guna menganalisis factor internal yakni peluang dan ancaman serta factor eksternal yakni kekuatan dan kelemahan yang dapat merumuskan strategi pemasaran berdasarkan kondisi perusahaan Best Cow Farm. Sedangkan matriks QSPM untuk menentukan strategi pemasaran yang menjadi prioritas utama pada perusahaan Best Cow Farm.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Strategi Pemasaran susu dalam kemasan produksi best cow farm, jember” guna menentukan strategi pemasaran yang tepat diterapkan perusahaan Best Cow Farm dalam menghadapi kondisi saat ini dan persaingan cukup ketat dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks QSPM yang menganalisis factor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam tujuan tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran susu dalam kemasan pada Best Cow Farm, Jember?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran susu dalam kemasan yang tepat pada Best Cow Farm, Jember?
3. Prioritas strategi apakah yang sesuai dalam pemasaran susu dalam kemasan pada Best Cow Farm, Jember?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran susu dalam kemasan pada Best Cow Farm, Jember.
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran susu dalam kemasan yang tepat pada Best Cow Farm, Jember.
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran susu dalam kemasan yang sesuai pada Best Cow Farm, Jember.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti  
Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bagaimana mengidentifikasi dan menganalisis masalah, serta menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi permasalahan tersebut.
2. Bagi Perusahaan  
Sebagai sumber informasi dan bantuan pemikiran kepada Best Cow Farm mengenai strategi – strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam proses pemasaran susu sehingga mampu bersaing secara kompetitif di pasaran.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Sebagai bahan informasi dan tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama dan ingin mendalami tentang strategi pemasaran bagi suatu perusahaan.