

RINGKASAN

Manajemen Pemasaran Susu Pasteurisasi Pada Koperasi Peternakan Sapi Perah (KPSP) Setia Kawan Nongkojajar Pasuruan, May Anggraeni, Nim D41200708, Tahun 2023, 71 Halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Prof. Dr. Ir. Bagus P. Yudhia Kurniawan, MP (Dosen Pembimbing) dan Mukhlisin (Pembimbing Lapangan).

Manajemen agroindustri merupakan salah satu program studi yang menyusun perencanaan pengolahan pasca panen hasil pertanian. KPSP Setia Kawan Nongkojajar merupakan salah satu perusahaan susu sapi yang memproduksi susu segar dan susu pasteurisasi. Susu pasteurisasi memiliki 4 varian rasa yaitu vanila, melon, coklat, dan strawberry. Tujuan laporan ini yaitu mampu menjelaskan tentang manajemen pemasaran, kegiatan pemasaran dan bauran pemasaran yang diterapkan pada KPSP Setia Kawan Nongkojajar, mengidentifikasi permasalahan dalam manajemen pemasaran pada KPSP Setia Kawan Nongkojajar, memberikan solusi terhadap permasalahan dalam manajemen pemasaran pada KPSP Setia Kawan Nongkojajar.

Manajemen pemasaran KPSP Setia Kawan Nongkojajar Pasuruan terdiri dari 4 (empat) aspek yakni perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Bauran pemasaran yaitu faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan meliputi dari produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*). Permasalahan pemasaran susu pasteurisasi memiliki empat faktor yaitu faktor *method*, *machine*, *environment* dan *man*. Pada faktor *method* yang menjadi penyebab adalah umur simpan produk susu yang relatif singkat, promosi yang dilakukan masih terbatas, tempat penjualan bergabung dengan penitipan barang dan harga bahan baku meningkat. Pada faktor *machine* adalah kondisi mesin yang kurang steril. Pada faktor *environment* yaitu pesaing lebih kreatif dan inovatif. Pada faktor *man* adalah kurangnya tenaga kerja tim penjualan yang menyebabkan penumpukan konsumen di dalam kedai susu dan rendahnya kreativitas tenaga kerja bagian promosi.

Solusi dari permasalahan pemasaran susu pasteurisasi pada faktor *method* yaitu melakukan metode sterilisasi bahan pengemas (botol) menggunakan alat sinar uv, mencari peternak yang memiliki kualitas yang sesuai berdasarkan standar dari perusahaan, memisahkan tempat penitipan barang, melakukan promosi melalui media sosial secara lebih luas. Pada faktor *machine* yaitu dilakukan pembersihan secara rutin untuk mencegah sisa-sisa lemak susu yang menempel pada mesin. Pada faktor *environment* yaitu memahami situasi dan kondisi dari pesaing. Pada faktor *man* yaitu melakukan *recruitment* tenaga kerja.

Kata Kunci : Manajemen Pemasaran, Susu Pasteurisasi, KPSP Setia kawan Nongkojajar Pasuruan