

RINGKASAN

Manajemen Pemasaran Produk Susu Segar Pada Koperasi Peternakan Sapi Perah (KPSP) Setia Kawan Nongkojajar Pasuruan, Tika Rosalia, Nim D41211512, Tahun 2025, 122 Halaman, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dr. Dewi Kurniawati, S.Sos., M.Si. (Dosen Pembimbing) dan Mukhlisin, S.E. (Pembimbing Lapangan).

Manajemen Agroindustri merupakan salah satu program studi yang menyusun perencanaan pengolahan pasca panen hasil pertanian. Koperasi Peternakan Sapi Perah (KPSP) Setia Kawan Nongkojajar merupakan salah satu Koperasi penyedia bahan baku susu segar yang mana 95% untuk IPS (Industri Pengolahan Susu) dan 5% dikelola sendiri untuk memproduksi susu segar dan susu pasteurisasi. Susu segar memiliki 2 sistem penjualan yaitu dalam bentuk botol dan curah. Tujuan laporan ini yaitu mampu menjelaskan tentang manajemen pemasaran, kegiatan pemasaran dan bauran pemasaran yang diterapkan pada Koperasi Peternakan Sapi Perah (KPSP) Setia Kawan Nongkojajar, mengidentifikasi permasalahan dalam manajemen pemasaran pada Koperasi Peternakan Sapi (KPSP) Setia Kawan Nongkojajar, memberikan solusi terhadap permasalahan dalam manajemen pemasaran pada Koperasi Peternakan Sapi Perah (KPSP) Setia Kawan Nongkojajar.

Manajemen pemasaran Koperasi Peternakan Sapi Perah (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*), dan promosi (*promotion*). Permasalahan pemasaran susu segar memiliki lima faktor yaitu material (*material*), metode (*method*), mesin (*mechine*), lingkungan (*environment*), dan manusia (*man*). Pada faktor material (*material*) yang menjadi penyebab adalah umur simpan produk susu yang relatif singkat dan kemasan tidak ada label serta harga bahan baku meningkat. Pada faktor metode (*method*) yang menjadi penyebab adalah sering terjadi penumpukan di Kedai Susu dan promosi yang dilakukan masih terbatas. Pada faktor mesin (*mechine*) adalah kondisi mesin dan truk tangki yang kurang steril. Pada faktor

lingkungan (*environment*) yaitu pesaing lebih kreatif dan inovatif. Pada faktor manusia (*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 segar pada faktor material (*material*) yaitu melakukan metode sterilisasi bahan pengemas (botol) menggunakan alat sinar uv dan memberikan label pada kemasan agar lebih menarik serta mencari peternak yang memiliki kualitas yang sesuai berdasarkan standar dari perusahaan. Pada faktor metode (*method*) yaitu memisahkan tempat penitipan barang atau layout Kedai Susu perlu diperbaiki dan melakukan promosi melalui media sosial secara lebih luas. Pada faktor mesin (*mechine*) yaitu dilakukan pembersihan secara rutin untuk mencegah sisa-sisa lemak susu yang menempel pada mesin packo dan truk tangki. Pada faktor lingkungan (*environment*) yaitu memahami situasi dan kondisi dari pesaing. Pada faktor manusia (*man*) yaitu melakukan *recruitment* tenaga kerja dan mengadakan pelatihan.

Kata Kunci : Manajemen Pemasaran, Susu Segar, Koperasi Peternakan Sapi Perah (KPSP) Setia kawan Nongkojajar Pasuruan