

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut Kotler, Philip dan Lane Keller (2008) Manajemen Pemasaran (*marketing management*) adalah suatu seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantar, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Ujung tombak dari sebuah usaha adalah pemasaran, pemasaran menjadi sesuatu yang sangat penting bagi sebuah kelangsungan usaha bisnis, baik itu bisnis kecil, mikro, maupun bisnis yang berskala besar. Melihat kenyataan itu, maka kegiatan pemasaran atau memasarkan merupakan salah satu kegiatan yang penting untuk dilakukan baik dalam kegiatan kehidupan sehari-hari terlebih kegiatan usaha atau bisnis.

Industri Pengolah Susu (IPS) di Indonesia ada dua macam, yaitu Industri Pengolah Susu (IPS) berstandart Internasional diantaranya adalah perusahaan susu Ultrajaya, Danone, Indolakto, dan Nestle ataupun Industri Pendolahan Susu (IPS) yang berstandart Regional seperti Industri Rumah Tangga. Perusahaan susu Nestle tahun 2011 mampu menyerap susu dari petani yang ada di Jawa Timur sebesar 700.000 liter per hari. Perusahaan susu Nestle tidak memiliki peternakan sapi perah dalam jumlah besar, namun perusahaan susu Nestle berani dan mampu memasarkan di tingkat Internasional.

Peternak Surya Susu pada awalnya selain menjual susu segar kepada koperasi dan kemudian dari koperasi disetor pada Industri Pengolahan Susu (IPS) seperti Nestle. Hal ini membuat kebutuhan ternak dan kandang peternak masih belum tercukupi. Berlandaskan kejadian tersebut, dengan keberanian dan kerja keras yang kuat untuk bisa mengangkat pendapatan peternak Surya Susu maka dilakukannya diversifikasi produk susu segar menjadi susu olahan, kemudian susu segar dan susu olahan dipasarkan.

Berkembangnya teknologi dan adanya pesaing pada usaha susu sapi segar ataupun susu olahan, manajemen pemasaran memegang peranan penting agar

produk susu sapi segar dan olahan dari Peternak Surya Susu yang memiliki nama merk dagang SUSUKU dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada volume penjualan yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran. konsekuensi dari fenomena tersebut menuntut untuk mengembangkan usaha dengan memperbaiki sistem pemasaran yaitu melalui *marketing mix 7P*.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka dapat diambil rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah untuk menentukan bagaimana pemasaran susu sapi segar dan olahan menggunakan *marketing mix strategy 7P*?

### **1.3 Tujuan**

Berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk mengetahui pemasaran susu sapi segar dan olahan menggunakan *marketing mix strategy 7P*.

### **1.4 Manfaat**

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan maka didapat manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa sebagai sarana terapan ilmu yang diperoleh selama kuliah.
2. Bagi peternakan Surya Susu sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menetapkan rencana kerja usaha selanjutnya mencakup peningkatan distribusi dalam pemasaran produk susu.
3. Bagi pembaca sebagai referensi yang berminat menciptakan kewirausahaan baru