



## RINGKASAN EKSEKUTIF

**AHMAD RIZA MUZAMMIL**, 2005. Analisis Strategi Pemasaran Susu Segar dan Produk Olahannya oleh Koperasi di Jawa Timur : Studi Kasus di Koperasi Peternakan Sapi Perah (KPSP) Setia Kawan Nongkojajar Pasuruan. Dibawah bimbingan **ARIEF DARYANTO** dan **BUDI SUHARJO**.

Salah satu tujuan pengembangan sektor peternakan di Jawa Timur pada saat ini adalah untuk memenuhi kebutuhan susu segar dalam negeri. Perkembangan usaha peternakan sapi perah di Jawa Timur tidak terlepas dari peternakan rakyat yang jauh lebih banyak dibandingkan usaha peternakan komersial (perusahaan). Pada tahun 2002, dari total populasi 131.262 ekor sebesar 126.559 ekor diantaranya adalah peternakan rakyat. Demikian pula tahun 2003, dari total populasi 131.827 ekor sebesar 127.057 ekor diantaranya adalah peternakan rakyat.

Pasar susu segar yang ada di wilayah Jawa Timur selama ini mirip model pasar monopsoni (pembeli tunggal PT Nestle Indonesia). Sebesar 95% susu segar produksi koperasi persusuan anggota Gabungan Koperasi Persusuan Indonesia (GKSI) Jawa Timur dipasarkan ke Nestle, sedangkan sisanya dipasarkan ke kota-kota besar seperti Surabaya, Malang dan sekitarnya dalam bentuk susu segar maupun produk olahan.

Pada tahun 2004 Nestle menerapkan kebijakan baru mengenai kuota (pembatasan) penyerapan susu segar dari GKSI Jatim. Alasan penerapan kuota tersebut adalah untuk mempertahankan daya saing produk-produk Nestle demi kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Tuntutan pasar agar produk Nestle (khususnya susu bubuk merk Dancow) menambahkan *high value ingredient* (bahan tambahan bernilai gizi tinggi) membuat kapasitas produksi Nestle berkurang. Secara umum memang tidak ada penurunan omzet penjualan pada produk-produk Nestle di Indonesia. Penjualan susu bubuk Dancow beserta variannya cenderung meningkat, namun Nestle menghadapi tantangan oleh produk susu bubuk sejenis dari sumber impor. Hal tersebut menyebabkan Nestle mengurangi pasokan susu yang menyebabkan kemungkinan tidak tertampungnya sebagian susu yang dihasilkan GKSI Jatim.

Akibat sistem kuota itu, diperkirakan akan ada 30-60 ton susu segar per hari yang tidak dapat diserap Nestle. Jika produktivitas sapi perah di Jatim mencapai 10 liter per ekor per hari, berarti ada 3.000-6.000 sapi per hari yang susunya tidak dapat dijual. Jika rata-rata kepemilikan sapi di Jatim adalah 1-3 ekor per peternak, berarti terdapat 1.000-2.000 rumah tangga peternak kehilangan penghasilan harian. Jika diasumsikan 10% populasi sapi perah Jatim berada di Nongkojajar, berarti akan ada 100-200 orang keluarga peternak yang terancam mata pencahariannya. Peternak yang tidak dapat menjual susu segarnya akan berdampak kehilangan penghasilan yang pada akhirnya juga akan memicu terjadinya depopulasi sapi perah, karena peternak yang tak mampu mengefisienkan biaya pakan terpaksa menjual sapi sebagai sapi potong.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi IPB tahun 2005



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

IPB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Susu yang tidak tertampung di Nestle selain dipasarkan dalam bentuk susu segar juga diproses menjadi produk-produk olahan. Produk olahan merupakan diversifikasi usaha yang dilakukan koperasi persusuan di Jatim dengan tujuan menjajaki kemungkinan semakin menurunnya kuota dari Nestle. Produk olahan susu antara lain keju, karamel, kerupuk, tahu dan susu pasteurisasi.

Sebagai salah satu anggota GKSI Jatim, Koperasi Peternakan Sapi Perah (KPSP) Setia Kawan Nongkojajar Pasuruan juga merasakan dampaknya. Pemasaran susu segarnya mulai mengalami hambatan karena selama ini berapapun produksi yang dihasilkan akan diserap oleh Nestle. Disamping itu, kualitas susu yang dihasilkan (terutama dilihat dari segi cemaran mikroba atau angka kumannya) sangat mempengaruhi kesepakatan harga dengan pihak pembeli.

Saat ini KPSP maupun GKSI telah melakukan beberapa alternatif pemecahan masalah melalui penjualan susu segar ke pihak-pihak lain di luar Nestle maupun pengolahan susu segar menjadi produk-produk olahan. Berdasarkan kondisi tersebut, salah satu yang penting untuk dikaji adalah merancang strategi pemasaran terhadap kemungkinan berlebuhnya produksi susu segar yang nantinya tidak lagi tertampung Nestle.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif berupa studi kasus di KPSP Setia Kawan Nongkojajar Pasuruan. Waktu untuk penelitian ini adalah 2 (dua) bulan dari Januari hingga Februari 2005. KPSP Setia Kawan dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pelopor koperasi persusuan di Jawa Timur dan juga telah mencoba melakukan berbagai pengembangan usaha sehingga dapat dijadikan sebagai acuan bagi koperasi-koperasi lainnya dalam menjalankan roda usahanya.

Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam secara langsung (*depth interviews*) dan pengisian kuesioner oleh para responden baik dari dalam maupun luar KPSP Setia Kawan. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, internet dan kajian pustaka baik yang ada di KPSP Setia Kawan maupun dari sumber-sumber informasi lainnya yang dianggap relevan dan terkait dengan penelitian ini. Pemilihan responden dilakukan dengan memilih secara sengaja (*judgement sampling*), dimana responden yang bersangkutan tersebut dinilai memiliki kemampuan, keahlian dan pengalaman pada bidang yang diteliti. Responden berasal dari dalam dan luar KPSP Setia Kawan.

Pengolahan dan analisis data yang dilakukan meliputi analisis pasar untuk mengidentifikasi dan menganalisis kondisi pasar yang dihadapi KPSP Setia Kawan berdasarkan aspek fisik, sumberdaya manusia (SDM) dan proses pemasarannya dalam keterkaitannya dengan alternatif pemecahan masalah pemasaran susu segar akibat *over supply*. Sedangkan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dilakukan untuk merancang strategi yang tepat dalam pemasaran susu segar oleh koperasi persusuan di Jatim terutama dalam menghadapi kemungkinan berlebuhnya produksi susu segar di KPSP Setia Kawan yang tidak bisa ditampung lagi oleh PT Nestle.

Hasil analisis pasar menunjukkan bahwa sebagai sebuah koperasi persusuan yang memiliki berbagai unit atau divisi usaha, KPSP berusaha

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



*Hak cipta dilindungi Undang-Undang*

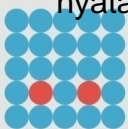
memberdayakan aspek fisik, SDM dan pemasaran untuk menghadapi persaingan pasar susu segar yang semakin kompetitif. Dalam menghadapi pasar monopsoni, KPSP pada awalnya memang tidak banyak menghadapi permasalahan dalam hal pemasaran susu segarnya. Kendala baru muncul setelah Nestle menerapkan kebijakan kuota dan berbagai persyaratan yang telah diatur oleh Standar Nasional Indonesia (SNI) untuk susu segar terutama terkait dengan kualitasnya.

Struktur dan kondisi pasar susu segar di Jatim yang mulai berubah sejak Nestle menerapkan kebijakan kuota susu dapat diantisipasi dengan penerapan konsep *Structure-Conduct-Performance* (SCP) atau Struktur-Perilaku-Kinerja yang baik oleh KPSP. Konsep atau paradigma SCP ini akan membuat kinerja KPSP lebih efektif dan efisien karena selalu menyesuaikan kemampuan produksi dengan kondisi pasar yang ada. Produktivitas yang dapat dicapai harus selalu dikaitkan dengan peluang (daya serap) pasar yang ada serta kontinuitas dan keberlanjutannya.

Berdasarkan pembobotan dalam analisis AHP, faktor yang diprioritaskan dalam rangka merancang strategi pemasaran yang tepat terhadap kemungkinan berlebihnya produksi susu segar yang nantinya tidak lagi bisa ditampung oleh PT Nestle adalah aspek pemasaran (58%) baru kemudian aspek SDM (32%) dan aspek fisik (10%). Pelaku atau aktor yang memiliki peran penting adalah GKSI (42%) baru kemudian koperasi (41%), swasta (10%) dan pemerintah (7%). Tujuan utama yang ingin dicapai adalah peningkatan pendapatan (61%) baru kemudian peningkatan skala usaha (20%) dan peningkatan daya saing (19%). Alternatif strategi yang paling mendapatkan prioritas untuk mencapai tujuan adalah mencari pasar baru di luar PT Nestle (62%) baru kemudian melakukan kemitraan dengan pihak lain (31%) dan pengolahan susu segar menjadi produk-produk olahan (7%).

Strategi pemasaran yang dilakukan pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan penerimaan koperasi sehingga kesejahteraan anggota juga ikut meningkat, meskipun harus didukung pula oleh ketersediaan SDM dan sarana fisik yang memadai. Peningkatan pendapatan hanya dapat dicapai jika kualitas susu segar sesuai standar (menurut SNI maupun Nestle). Peningkatan skala usaha tidak banyak membantu kinerja usaha koperasi jika secara ekonomis tidak dapat meningkatkan pendapatan. KPSP Setia kawan dan GKSI Jatim mempunyai program kerja ke depan yang bertujuan untuk mempertahankan kontinuitas pasokan dan keberlanjutannya dengan Nestle maupun pasar baru di luar Nestle. Produk olahan yang dihasilkan juga akan memberikan nilai tambah yang nyata bagi KPSP jika dapat diterima pasar dan terjamin keberlanjutannya.

Kata Kunci : Susu Segar, Produk Olahan, Kuota Penyerapan, Pasar Monopsoni, Metode Deskriptif, Analisis Pasar, Analisis AHP



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

**MB-IPB**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.