



RINGKASAN EKSEKUTIF

DJUWANDI HANTARBUMI. Analisa Strategi Bauran Pemasaran Makanan Ternak pada "KJUB PUSPETASARI" (dibawah bimbingan akademik Y. BAYU KRISNAMURTHI dan LIEN.HERLINA serta bimbingan lapangan NOOR HAKIM).

Koperasi Jasa Usaha Bersama (KJUB) PUSPETASARI, merupakan badan usaha yang berbentuk Koperasi Sekunder yang didirikan oleh koperasi-koperasi primer yang empat diantaranya merupakan KUD yang bergerak dalam usaha persusuan. Oleh sebab itu maka salah satu unit usaha KJUB PUSPETASARI adalah memproduksi pakan sapi yang saat ini bukan hanya untuk sapi perah tetapi juga untuk sapi potong. Produk pakan ternak ini pemasarannya masih terbatas didalam negeri. Dalam menghadapi era globalisasi termasuk komitmen Asean Free Trade Area (AFTA) tahun 2003 nanti serta terjadinya perubahan lingkungan baik lingkungan eksternal maupun internal serta makin meningkatnya persaingan maka perusahaan harus tanggap dalam merespon dan melakukan strategi usahanya.

Dari latar belakang permasalahan tersebut maka Geladikarya ini dibuat dengan mengkaji masalah eksternal dan internal serta masalah persaingan juga strategi generik maupun implementasinya dalam bauran pemasaran produk pakan ternak. Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus di KJUB PUSPETASARI dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai kondisi perusahaan. Data yang dikumpulkan berupa data primer maupun data sekunder dengan mengadakan wawancara maupun kuesioner. Faktor-faktor yang dianalisa diberi bobot dan skala untuk mendapatkan nilai terbobot. Hasil analisa pakan ternak menunjukkan bahwa peluang usaha dibidang ini masih terbuka luas.

Dari External Factor Evaluation (EFE) yang terdiri dari variable peluang dan ancaman nampak sebagai berikut:

Peluang:

1. Peluang untuk mendapatkan pasar baru masih terbuka terutama dari segi geografis. Daerah-daerah Populasi peternakan sapi masih banyak yang belum digarap sebagai pasar sasaran.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.
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.



1. Lini produk yang ada kemasannya kurang bervariasi. Hanya satu kemasan dengan berat 40 kg.

2. Masih banyak peternak yang belum menggunakan pakan tambahan berupa konsentrat.

3. Pertumbuhan pasar yang menonjol adalah untuk sapi potong. Permintaan akan daging sapi belum dapat dipenuhi oleh penawaran dari dalam negeri. Sehingga prospek sapi potong nampak baik.

Ancaman:

1. Suatu hal yang ironis pesaing baru justru juga dari dua KUD Primer pendiri KJUB PUSPETASARI, yang dengan dalih otonomisasi mendirikan pabrik pakan ternak bekerjasama dengan pengusaha, lain yaitu dari PT Sari Husada.

2. Kekuatan tawar menawar pembeli makin kuat karena makin banyaknya produk yang ditawarkan sehingga konsumen mempunyai banyak pilihan.

3. Produk substitusi berupa dedak padi atau katul sangat familier dimata peternak sebagai ransum sapi. Sebagian besar peternak adalah juga petani sehingga penggunaan katul sulit diatasi.

4. Berubahnya kebijakan Pemerintah. Hal ini menyangkut bahan baku berupa wheat pollard yang pengadaannya melalui fasilitas Banpres bisa dicabut.

5. Perubahan selera konsumen. Pakan ternak ada yang berbentuk Mash, Crumble atau Pallet. Dalam hal ini konsumen sering mengganti konsentrat dari bentuk mash menjadi crumble atau pallet dengan alasan bahwa sapi menunjukkan gejala bosan dengan pakan berbentuk mash.

Sedangkan dari Internal Factor Evaluation (IFE) yang terdiri dari Kekuatan dan Kelemahan dapat dianalisa sebagai berikut:

Kekuatan:

1. Produk dari perusahaan ini mempunyai kompetensi dalam hal keterampilan dan teknologi yang memungkinkan menyediakan pakan sapi perah yang diperuntukkan bagi pedet dengan berbagai tingkatan umur.
2. Dengan adanya SDM yang mempunyai latar belakang pendidikan S2 serta para manajer yang mayoritas S1 serta didukung dengan pengalaman kerja yang relatif cukup lama, juga dengan adanya Konsultan yang cukup berperan, maka masalah manajerial bisa diandalkan.



3. Citra yang baik. Produk perusahaan telah dikenal dengan baik oleh para peternak.
4. Dengan adanya Banpres bahan baku berupa Wheat pollard yang harganya lebih rendah daripada harga umum maka perusahaan berupaya untuk menerapkan strategi generik berbentuk Keunggulan biaya menyeluruh.
5. Inovasi dalam hal ini menyangkut masalah kejelian dalam menentukan perbandingan volume produksi antara pakan untuk sapi perah dan untuk sapi potong

Kelemahan:

1. Strategi Bisnis Unit (SBU) perusahaan menetapkan Divisi Feedmill tidak diprioritaskan untuk berperan sebagai penghasil profit yang utama. Tetapi lebih ditekankan sebagai unit yang mensupport KUD-KUD primer.
2. Untuk mendukung strategi Keunggulan biaya menyeluruh dibutuhkan Investasi modal yang terus menerus, pengendalian biaya yang ketat, laporan dan pengendalian yang sering dan terinci serta sistim distribusi yang berbiaya rendah. Hal ini nampak belum mendapatkan perhatian yang optimal.
3. Fasilitas yang usang. Mesin produksi yang digunakan sekarang merupakan modifikasi dari mesin Huller/rice mill yang telah digunakan sejak tahun 1979.
4. Belum ada R&D sendiri. Dengan makin meningkatnya persaingan serta meningkatnya kesadaran konsumen akan mutu produk maka keberadaan unit R&D kiranya sudah mendesak.

Selain faktor lingkungan internal dan eksternal tersebut tidak kalah pentingnya bagi perusahaan untuk menganalisa mengenai faktor Persaingan. Lima kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi persaingan industri pakan ternak KJUB PUSPETASARI dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Pendatang baru gampang masuk karena hambatan masuk relatif rendah. Terbukti munculnya produksi dari dua KUD yang merupakan pendiri KJUB PUSPETASARI. Dengan dalih Otonomisasi KUD mengadakan kerjasama dengan PT Sarihusada.
2. Barang pengganti yang diperhitungkan sangat besar penggunaannya adalah katul/dedak padi. Karena katul mudah didapatkan bahkan tidak usah membeli karena peternak rata-rata juga petani.



3. Pemasok yang mempunyai tawar menawar paling kuat adalah pemasok wheat pollard. Karena produsennya merupakan pelaku tunggal dari industri gandum nasional yaitu PT Bogasari.

4. Kekuatan tawar menawar yang paling tinggi adalah dari kelompok feedlotters. Mereka mampu membuat perbandingan mutu antara produk dari satu perusahaan dengan perusahaan yang lain.

5. Persaingan dari perusahaan sejenis dalam industri pakan ternak sapi. Persaingan makin meningkat karena pesaing yaitu Agro Cipta Karya/ACT pada awal bulan Desember 1996 telah menambah lagi satu unit berlokasi di Semarang. Untuk melengkapi dua unit yang telah ada di Surabaya dan Solo. Dan diseluruh Indonesia ACT mencatat ada 58 perusahaan yang memproduksi pakan ternak.

Implementasi strategi Bauran Pemasaran perusahaan kiranya juga perlu mengadakan penyesuaian-penyesuaian berdasarkan analisa lingkungan maupun analisa kompetitif tersebut.

1. Strategi produk. Pengemasan ini perlu diperluas dengan membuat kemasan yang volumenya lebih bervariasi. Misalnya dalam kemasan 10 kg, 20 kg dan 40 kg.

2. Strategi harga. Strategi yang perlu dilakukan adalah *penetration pricing* dengan harga produk yang rendah. Sehingga dengan harga yang rendah tersebut diusahakan agar cash flow lancar.

3. Strategi distribusi. Menghadapi era globalisasi maka saluran distribusi perlu menerapkan strategi Modifikasi. Sehingga mampu memperoleh struktur biaya yang paling efisien.

4. Strategi promosi. Promosi agar ditingkatkan untuk meningkatkan penjualan. Strategi push & pull kiranya paling mendesak untuk segera dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan yang sudah menunjukkan trend menurun.

