

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki kekayaan sumberdaya alam yang berlimpah. Beraneka ragam flora dan fauna terdapat di Indonesia. Salah satu faunanya Sapi. Sapi merupakan salah satu hewan ternak terpenting sebagai sumber daging, susu, kulit, tenaga kerja dan kebutuhan lainnya. Sapi menghasilkan sekitar 50% kebutuhan daging di dunia, 95% kebutuhan susu dan 85% kebutuhan kulit. Untuk sapi yang menghasilkan susu disebut dengan sapi perah.

Sapi perah merupakan hewan ternak penghasil susu. Susu merupakan cairan berwarna putih yang disekresi oleh kelenjar mammae (ambing) pada binatang mamalia betina, untuk bahan makanan dan sumber gizi bagi anaknya. Susu yang dikonsumsi manusia sebagian besar berasal dari sapi. Susu diproduksi dari unsur darah pada kelenjar susu sapi (Winarmo, 1993). Susu yang dikonsumsi oleh manusia sebagian besar berasal dari sapi perah karena jenis ternak ini adalah penghasil susu yang potensial. Ternak lainnya juga menghasilkan susu seperti kerbau, kambing, domba dan kuda, namun masih dalam jumlah terbatas.

Susu merupakan makanan alami yang hampir sempurna, memiliki nilai gizi yang tinggi dan lengkap. Kandungan gizi dalam susu sangat ideal, mudah dicerna dan diserap oleh darah dengan sempurna. Di dalam susu terkandung karbohidrat yang berfungsi sebagai bahan pembakar pada proses metabolisme dan digunakan dalam perkembangan sel otak. Kandungan susu yang baik tersebut, maka diperkenalkan sapi perah pada rakyat Indonesia pada zaman kolonisasi Belanda di akhir abad ke 19. Sapi perah sudah dikenal oleh rakyat Indonesia kurang lebih sejak 125 tahun.

Populasi sapi perah di Indonesia setiap tahunnya mengalami kenaikan, hal ini terjadi karena konsumsi susu yang meningkat. Namun, dengan konsumsi susu yang meningkat, konsumsi susu nasional Indonesia sampai saat ini belum dapat dipenuhi melalui produksi dalam negeri akibat lambannya perkembangan agribisnis sapi perah. Sementara itu, kebutuhan susu secara

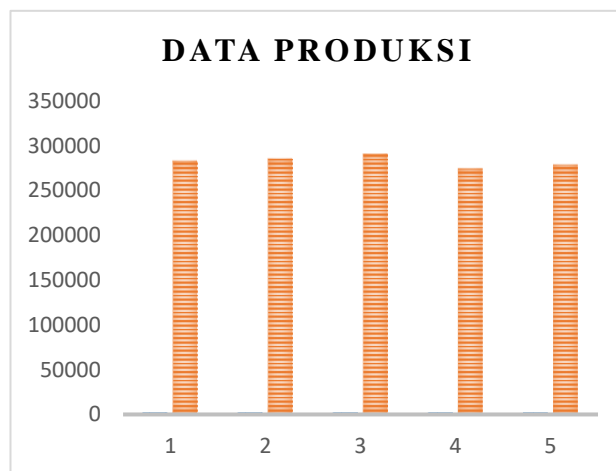
nasional mencapai 4,5 juta liter/hari, tetapi kenyataannya produksi susu saat ini baru memenuhi sekitar 30% (1.350.000 juta liter/hari) dari kebutuhan dalam negeri sehingga kekurangannya sebesar 70% di impor dari luar negeri (Trantono, 2009). Menurut sumber Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, Kementan. Produksi susu sapi di Indonesia selama 6 tahun terakhir yakni sejak tahun 2015 sampai dengan 2020 produksi susu sangat fluktuatif. Dari tahun 2015 sampai dengan 2020 jumlah produksi ini hanya mampu memenuhi 30% dari total kebutuhan susu nasional yang mencapai 4,5 juta ton.

Rendahnya faktor produksi susu sapi Indonesia terjadi karena beberapa faktor, antara lain seperti faktor cuaca, pakan ternak, usia produktif sapi perah, faktor lingkungan peternakan, serta faktor manajemen peternak sapi perah. Kondisi seperti ini sangat mempengaruhi kualitas dan produksi susu sapi, sehingga banyak peternak berusaha menjaga kualitas manajemen peternakan yang baik agar mampu menghasilkan susu sapi yang maksimal.

Sentra utama penghasil susu sapi perah terdapat di Pulau Jawa. Kedudukan penghasil susu sapi perah tertinggi berada di Jawa Timur, urutan ke dua adalah Jawa Barat, urutan ke tiga Jawa Tengah, urutan ke empat DI. Yogyakarta dan urutan ke lima adalah DKI Jakarta. Sebagai akibat banyaknya sentra sapi perah di Indonesia, maka DKI Jakarta berusaha untuk mengembangkan subsektor peternakannya yang akan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan industri susu di Indonesia. Salah satu peternakan yang cukup terkenal di Jakarta adalah Peternakan Cibugary yang berlokasi di Komplek Peternakan Kelurahan Pondok Ranggon, Cipayung, Jakarta Timur. Penetapan ini ditetapkan dengan Surat Keputusan Gubernur No. 300 tahun 1986. Dengan potensi peternakan yang lumayan tinggi di Jakarta, maka kompleks peternakan Pondok Ranggon ini memiliki banyak peternakan baik skala kecil, menengah, dan skala besar.

Peternakan Cibugary berdiri sejak 1996. Lokasi pertama peternakan ini berada di Kuningan Timur, namun karena digusurnya wilayah tersebut pemilik memindahkan lokasi peternakan di Jakarta Timur daerah Pondok Ranggon. Mulanya peternakan Cibugary hanya bergerak dalam pemroduksian susu sapi perah yang dijual. Seiring dengan perubahan zaman, peternakan Cibugary

berinovasi untuk meningkatkan penjualan dengan mengolah susu sapi tersebut menjadi produk yang lebih unggul yang dapat digemari masyarakat untuk menjadi nilai tambah dan keuntungan perusahaan. Dalam satu hari, Peternakan Cibugary memperoleh susu sapi murni berjumlah 800 sampai dengan 950 liter/hari yang diperah dari jumlah sapi kurang lebih 70 sapi yang merupakan gabungan sapi dewasa dan anakan sapi. 1 sapi dapat menghasilkan rata-rata 15 sampai dengan 17 liter susu perhari nya. Produksi sapi perah Cibugary dapat terlihat pada grafik dibawah ini.



Gambar 1. 1 Hasil Produksi susu Cibugary
Sumber data : sebid administrasi CV Prima Vita

Setiap tahun nya hasil penjualan susu sapi perah peternakan Cibugary mengalami peningkatan meskipun pada tahun 2020 produksi susu Cibugary mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yang diakibatkan karena pandemi Covid-19 yang masuk ke Indonesia, namun dengan naiknya konsumsi susu pada masa pandemi seharusnya penjualan susu di Cibugary meningkat, maka ini menjadi salah satu permasalahan mengapa volume penjualan susu di CV Prima Vita sangat menurun. Saat ini Peternakan Cibugary mengolah langsung hasil susu perahannya sehingga produk yang ditawarkan beragam dari susu sapi murni, susu sapi murni yang sudah dimasak, susu pasterurisasi, yogurt, yogurt stick dan keju mozzarella. Menurut Standar Nasional Indonesia, susu pasterurisasi merupakan susu yang mengalami proses pemanasan pada temperature 72 derajat celcius minimum 15 detik atau pemanasan pada 63-66 derajat celcius selama 30 menit yang kemudian segera didinginkan sampai 10 derajat celcius, selanjutnya diperlakukan secara aseptik dan disimpan pada

suhu maksimum 4,4 derajat celcius. Salah satu produk Cibugary yaitu susu pasteurisasi, perusahaan melakukan pemrosesan pembuatan susu pasteurisasi menyisihkan 20 sampai 24 liter susu murni per harinya. Dalam satu kali pemasakan untuk 20 liter susu murni pemilik dapat menghasilkan 72 sampai 76 botol susu ukuran 200 ml untuk memenuhi kebutuhan permintaan pelanggan setiap minggunya.

Dari produk yang ditawarkan, pemilik menjualnya secara langsung kepada masyarakat. Kegiatan saluran distribusi yang digunakan oleh CV Prima Vita saat ini adalah saluran distribusi pendek yaitu produsen langsung ke tangan konsumen. Saluran distribusi merupakan media yang baik untuk memasarkan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan pasar secara efektif dan efisien. Pemilihan saluran distribusi atau saluran pemasaran dilakukan setiap perusahaan untuk menekan biaya pemasaran, karena semakin panjang rantai pemasaran maka semakin tinggi biaya pemasaran sehingga perlu adanya kebijakan saluran distribusi lain yang dimaksudkan untuk memperluas pasar. Semakin meluasnya pasar semakin banyak yang mengetahui produk perusahaan sehingga produk yang ditawarkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan.

Dalam mengembangkan usaha yang khususnya untuk meningkatkan penjualan, perusahaan berupaya dengan meningkatkan kualitas produk dan memberi motivasi kepada konsumen untuk dapat memiliki barang tersebut. Pencapaian perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan adalah dengan menetapkan strategi pemasaran yang tepat serta menganalisis keberhasilan strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Penurunan penjualan pada saat pandemi banyak terjadi karena kurang maksimalnya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, terutama pada pemasaran melalui media sosial serta terbatasnya jaringan distribusi yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan data perusahaan, produksi susu sapi perah peternakan Cibugary melimpah dengan produksi susu pasteurisasi kurang lebih mencapai 5.000 – 6.500 botol per bulan namun tidak sebanding dengan volume penjualan yang hanya mencapai 4.500-3.000 botol per bulan atau sekitar 65-70% dari hasil produksinya. CV Prima Vita mengalami kerugian penjualan susu

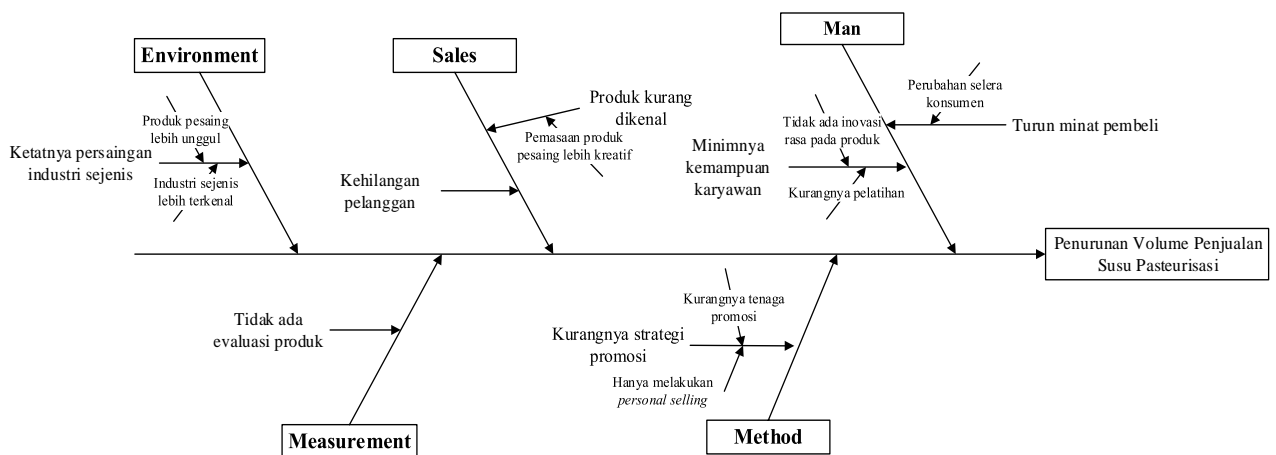
mencapai 30%, sebagai konsekuensinya CV Prima Vita harus melakukan pembuangan susu-susu yang tidak terjual tersebut karena susu tidak bisa diolah kembali, susu memiliki masa ketahanan selama 1 bulan dalam suhu pendingin dan tahan 1-2 hari pada suhu ruang.

Dari permasalahan yang dialami CV Prima Vita di antaranya disebabkan oleh beberapa hal yang meliputi : permintaan susu yang fluktuatif, meskipun sudah ada beberapa perusahaan serta industri rumahan yang membeli secara tetap susu pasteurisasi di peternakan Cibugary terkadang permintaanya tidak selalu menetap setiap bulannya, ada kalanya permintaan tersebut menurun, naik atau bahkan tidak ada permintaan dari perusahaan atau industri rumahan yang bekerjasama. Kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh peternakan. Hal ini terjadi karena akun media sosial, *website* dan penjualan secara *online* dilakukan sendiri oleh pemilik peternakan dan juga tidak insentif dalam penjualan secara *online*, sehingga promosi yang dilakukan masih terbatas dan kurangnya tenaga ahli dalam bidang pemasaran. Selanjutnya pada aspek perencanaan yang belum dilakukan secara optimal untuk meningkatkan kualitas susu yang dimiliki peternakan Cibugary untuk mampu bersaing dengan para peternak lainnya. Pada aspek penjualan, rendahnya tingkat penjualan susu pasteurisasi juga sangat terlihat karena produk yang ditawarkan kurang dikenal serta pelanggan yang mengetahui produk tersebut masih sedikit. Ini terjadi karena saluran distribusi yang dilakukan peternakan belum menambahkan *stakeholder* lainnya dan belum adanya penjualan menggunakan *marketplace* yang diharapkan masyarakat.

Selain itu, penyebab kerugian ini juga dapat dilihat dari aspek lingkungan, peternakan Cibugary salah satu peternakan di antara peternakan lainnya yang berada di komplek peternakan sapi Pondok Rangon, sehingga peternak lainnya juga sebagai pesaing ketat CV Prima Vita dalam menjual produk olahannya. Jika CV Prima Vita tidak mengetahui keinginan pasar dan tidak mengevaluasi kepuasan pelanggan maka CV Prima Vita tidak dapat memenuhi kepuasan pelanggan akan *service* yang telah diberikan. Kepuasan pelanggan menjadi penting untuk memberikan dampak baik bagi perusahaan untuk mempromosikan kembali ke orang-orang sekitarnya untuk mengajak

berkunjung dan membeli produk susu pasteurisasi ke peternakan Cibugary. Selain itu, masa pandemi menjadikan minat masyarakat untuk berkunjung ke peternakan jadi berkurang karena pemberlakuan pembatasan kegiatan yang mengakibatkan agro wisata untuk belajar bagi anak-anak maupun orang dewasa dalam memberi makan sapi dan pemerah susu sapi secara langsung tidak berjalan.

Aspek-aspek penyebab permasalahan yang mengakibatkan penurunan volume penjualan susu pasteurisasi digambarkan ke dalam *cause effect* diagram pada Gambar 2



Gambar 1. 2 Flowchart penurunan volume penjualan susu pasteurisasi
sumber : Diolah oleh peneliti, 2022

Dari permasalahan tersebut CV Prima Vita harus mempunyai sebuah strategi yang dilakukan untuk bisa bertahan dalam persaingan pasar. Menetapkan strategi pemasaran dilihat dari peluang pasar dan pengembangannya. Salah satu strategi yang dilakukan dalam memperluas pasar adalah pengukuran kinerja perusahaan yakni dengan membuat perencanaan pengembangan usaha yang perlu dilakukan oleh CV Prima Vita dalam menjual susu pasterurisasinya agar produk lebih dikenal oleh masyarakat. Pengukuran kinerja perusahaan dan penentuan strategi yang tepat akan berdampak baik untuk CV Prima Vita dalam mencapai tujuan yaitu meningkatkan volume penjualan dan perluasan pemasaran pada produk susu pasteurisasi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas rumusan masalah penelitian adalah :

1. Bagaimana perencanaan pengembangan usaha untuk meningkatkan volume penjualan susu pasteurisasi di CV Prima Vita?
2. Bagaimana usulan strategi yang tepat untuk di terapkan pada CV Prima Vita dalam peningkatan volume penjualan susu pasteurisasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah :

1. Menganalisis perencanaan pengembangan usaha CV Prima Vita mengenai susu pasteurisasi untuk meningkatkan volume penjualan yang optimal di tahun-tahun mendatang.
2. Menganalisis strategi yang tepat untuk diterapkan pada pada CV Prima Vita dalam meningkatkan volume penjualan.

1.4 Batasan Penelitian

Mengingat keterbatasan waktu guna memudahkan dalam penelitian maka diperlukan batasan-batasan masalah yaitu :

1. Penelitian dilakukan pada Peternakan Cibugary, Pondok Rangun Jakarta Timur.
2. Penelitian ini hanya pada produk susu pasteurisasi.
3. Data penjualan susu pasteurisasi diakumulasikan menjadi pertahun.
4. Data yang digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yaitu pada data sekunder tahun 2019-2021 dan data primer tahun 2021.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Bagi Perusahaan
Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam mengembangkan perusahaan. Utamanya pengembangan usaha dan menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi dan referensi dalam penelitian selanjutnya dan sumber informasi bagi pihak-pihak lain yang membutuhkan.

3. Bagi Penulis

Bagi penulis bermanfaat sebagai sarana untuk menambah referensi pembelajaran dan menambah wawasan dalam menerapkan ilmu-ilmu yang telah didapatkan di bangku akademis, serta dapat memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Logistik pada Program Studi Manajemen Logistik, Sekolah Tinggi Manajemen Logistik.

4. Bagi Pembaca

Bagi pembaca diharapkan berguna sebagai informasi di bidang logistik khususnya yang berkaitan dengan perencanaan pengembangan saluran distribusi dan bagaimana menetapkan strategi yang tepat untuk diimplementasikan pada sebuah perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian adalah :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai landasan teori yang dipakai sebagai acuan dalam perencanaan pengembangan jumlah saluran distribusi dan menganalisis peluang pasar perusahaan untuk menetapkan strategi di CV Prima Vita (Pternakan Cibugary).

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang langkah-langkah dalam proses penelitian serta mendeskripsikan alurnya.

4. BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menguraikan mengenai profil perusahaan, pengumpulan data dan pengolahan data berupa konsep, langkah serta penerapan guna menjawab tujuan penelitian.

5. BAB V ANALISIS

Bab ini menguraikan tentang hasil analisis berdasarkan pengolahan data pada bab IV guna menjawab rumusan masalah.

6. BAB VI PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang hasil kesimpulan dan saran dari uraian-uraian bab sebelumnya.

7. DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi referensi dari berbagai sumber tertulis maupun tidak yang digunakan untuk mendukung penelitian ini.