

## SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

STRATEGI PEMASARAN SUSU SAPI PERAH RAKYAT DI DESA KEMUNING LOR  
KECAMATAN ARJASA KABUPATEN JEMBER*The Strategies of Dairy Milk Marketing at Kemuning Lor Village Arjasa Sub-District Jember Regency*

Dwi Novi Ariyanti, Soetriono\*, Evita Soliha Hani

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember

Jln. Kalimantan 37, Jember 68121

\*E-mail : Irtooss@gmail.com

## ABSTRACT

Jember Regency, especially Kemuning Lor village is one of the area that is the dairy farms owned. The local community dairy farm is one of the sources of the milk which has high economic value and which plays important role in the life of the people in area. The prospect of dairy milk in the domestic market is good enough because as the time goes by, the consumers of this gradually increasing. However, cow's milk dairy farmers in the village folk Kemuning-Lor has problems become obstacles to date, namely the production has not been able to meet the needs of the market and lack of market information. This study aimed to determine: (1) cost efficiency in operations dairy cow dairy farm in the village folk Kemuning Lor, (2) marketing strategy dairy cow milk Kemuning people in the village of Lor. The methods that are used in this research are descriptive method and analitic. The sample is taken using Total Sampling. The results of the research reveal that (1) the utilization of the production cost of the dairy cow farming is efficient as shown by the R/C ratio of 1,2. This ratio represents the fact that the dairy farmers allocate the farming cost efficiently, (2) the implementation of the 'product' marketing principle is done by the strategy of positioning the product, the implementation of the 'place/distribution' marketing principle is done by the strategy of classifying the market and perishability, the implementation of the 'price' marketing principle is done by the strategy of setting the price on the demand basis in the form namely skimming pricing and, the implementation of the 'promotion' marketing principle is done by the strategy of promoting the dairy milk produced by the farmings at Kemuning Lor Village by person, which is most commonly known as personal selling, respectively.

**Keywords:** Dairy Cow Milk; Fresh Milk; Marketing Strategy

## ABSTRAK

Kabupaten Jember, khususnya di Desa Kemuning Lor merupakan daerah yang mengembangkan peternakan sapi perah rakyat. Peternakan sapi perah rakyat merupakan salah satu sumber penghasil bahan makanan berupa susu yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi di dalam kehidupan masyarakat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Prospek peternakan susu sapi perah rakyat di pasar domestik cukup baik, karena pengembangannya berangsur-angsur meningkat. Namun demikian peternak susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor memiliki permasalahan-permasalahan yang menjadi kendala hingga saat ini, yaitu produksi yang belum mampu mencukupi kebutuhan pasar dan lemahnya informasi pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) efisiensi biaya pada kegiatan usaha peternakan susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor, (2) strategi pemasaran susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan analitik. Metode pengambilan sampel secara *Total Sampling*. Alat analisa data yang digunakan adalah analisis R/C Ratio, analisis strategi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Penggunaan biaya produksi pada usahatani sapi perah efisien dengan nilai R/C ratio sebesar 1,2 Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha ternak sapi perah mampu mengalokasikan biaya produksinya secara efisien, (2) strategi pemasaran "produk" dengan menggunakan strategi *positoning* produk, strategi pemasaran "tempat/distribusi" dengan melakukan jenis pasar dan *perishability*. Strategi pemasaran "harga" yaitu dengan menggunakan metode penetapan harga berbasis permintaan yaitu *skimming pricing*, Strategi pemasaran "promosi" untuk mempromosikan produksi susu sapi perah rakyat yang berasal dari Desa Kemuning Lor yang telah dilakukan secara langsung atau disebut juga dengan *personal selling*.

**Kata kunci:** Sapi Perah; Susu Segar; Strategi Pemasarannya

**How to cite:** Ariyanti D, Soetriono, ES Hani Syaffi. 2014. Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah Rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. *Berkala Ilmiah Pertanian* x(x): x-x

## PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian, pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan produksi menuju swasembada, memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan serta meratakan taraf hidup rakyat. Untuk mencapai tujuan tersebut, sub sektor peternakan meletakkan salah satu prioritas utamanya pada pengembangan usaha peternakan sapi perah. Sub sektor peternakan yang merupakan bagian integral dari pembangunan pertanian telah banyak memberikan sumbangan terhadap pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat. Pemerintah telah memberikan perhatian khusus terhadap bidang peternakan mengingat prospek pengembangannya yang baik sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sutawi, 1995).

Prospek peternak sapi perah sangat baik karena konsumsi masyarakat akan susu saat ini cukup tinggi dengan ditunjang oleh kebutuhan dari pabrik susu yang setiap hari semakin meningkat. Usaha ternak sapi perah merupakan usaha yang mempunyai sifat maju, yang

secara selektif menggunakan masukan teknologi baru sehingga secara proporsional mampu tidak sepenuhnya memahami penggunaan teknologi tersebut (Arifin, 2004).

Strategi pengembangan usahatani susu sapi perah rakyat bergerak sejalan dengan pemasaran hasil usahatani susu sapi perah rakyat. Pemasaran hasil pertanian merupakan syarat mutlak yang diperlukan dalam pembangunan pertanian. Pemasaran pertanian dapat menciptakan nilai tambah melalui guna tempat, guna bentuk, dan guna waktu. Dengan demikian pemasaran pertanian dianggap memberikan nilai tambah yang dapat dianggap sebagai kegiatan produktif. Pemasaran merupakan proses perencanaan dan penetapan konsepsi, penetapan harga, promosi, distribusi barang dan jasa dengan menciptakan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan individu dan organisasi (Sudiyono, 2004).

Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember merupakan daerah yang potensial untuk pengembangan usaha sapi perah. Kegiatan produksi di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten

Jember dapat menghasilkan suatu produk. Produk susu sapi perah yang dihasilkan adalah salah satu sumber penghasil bahan makanan berupa susu yang memiliki nilai ekonomis tinggi, dan penting artinya di dalam kehidupan masyarakat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Peternakan sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa ini merupakan salah satu daerah yang potensial untuk pengembangan sapi perah, karena di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember memiliki dataran tinggi yang sangat cocok untuk usaha ternak sapi perah. Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan yang akan dikaji adalah efisiensi biaya pada kegiatan usaha susu sapi perah rakyat, strategi pemasaran usaha sapi perah rakyat.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui efisiensi biaya pada kegiatan usaha peternakan sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember, (2) Mengetahui strategi pemasaran susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Hipotesis pada penelitian ini adalah: Efisiensi biaya produksi pada usaha peternakan sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember adalah efisien.

## BAHAN DAN METODE

Daerah penelitian dilakukan dengan sengaja (*Purposive Method*). Pemilihan lokasi ini adalah berdasarkan pertimbangan bahwa: di Desa Kemuning Lor memiliki banyak usaha peternakan sapi perah yang telah mampu banyak memproduksi susu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan analitik. Metode pengambilan contoh pada penelitian ini adalah menggunakan metode *Total Sampling* yaitu sebanyak 10 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari peternak responden dengan metode wawancara dan data sekunder yang diperoleh dari Kantor Desa Sidomulyo dan Direktorat Jenderal Peternakan.

Metode pengambilan contoh pada penelitian ini menggunakan metode *total sampling*. *Total sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara keseluruhan (Amirin, 2009), dengan menggunakan keseluruhan jumlah populasi peternak sapi perah yang berjumlah 10 peternak rakyat. Penelitian dilaksanakan di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa di Dusun Rayap dan Dusun Darungan lokasi tersebut didasarkan bahwa dusun tersebut merupakan sentra dari pengembangan usaha peternakan sapi perah di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang dikumpulkan oleh peneliti adalah dengan melakukan observasi, wawancara dan kuisioner. Data sekunder yang dikumpulkan diperoleh dari berbagai literatur, internet, penelitian terdahulu, serta instansi terkait seperti Dinas Pertanian Kabupaten Jember, Badan Pusat Statistik, Direktorat Jenderal Hortikultura.

Metode yang digunakan untuk menguji permasalahan pertama mengenai tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi pada peternakan sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kabupaten Jember, digunakan analisa R/C ratio dengan formula sebagai berikut (Soekartawi, 1995) :

$$R/C \text{ ratio} = \frac{\text{Penerimaan Total (TR)}}{\text{Total Biaya (TC)}}$$

Kriteria Pengambilan Keputusan:

- R/C ratio  $\leq$  1, maka penggunaan biaya produksi pada usaha peternakan sapi perah adalah tidak efisien.
- R/C ratio  $>$  1, maka penggunaan biaya produksi pada usaha peternakan sapi perah adalah efisien.

Biaya penyusutan terdiri dari penyusutan ternak, penyusutan kandang dan penyusutan peralatan. Perhitungan penyusutan dengan menggunakan metode *straight line*, yaitu dengan rumus harga awal dikurangi harga akhir kemudian dibagi daya tahan. Jumlah penyusutan tahunan adalah (Yacob, 2009) :

$$P = \frac{B - S}{n}$$

di mana : P = Jumlah penyusutan per tahun

B = Harga beli aset (*original cost*)

S = Nilai sisa (*scrap value*)

n = Umur ekonomis aset

Metode yang digunakan untuk menguji permasalahan kedua, mengenai strategi pemasaran susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing mix* adalah kumpulan aktivitas pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran, keempat unsur atau variabel strategi acuan/bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu (Tjiptono, 2008):

## HASIL

### Efisiensi Biaya Pemasaran Susu Sapi Perah Rakyat

Efisiensi biaya dipengaruhi oleh perbandingan antara penerimaan dan biaya produksi. Penerimaan merupakan hasil kali antara hasil produksi dan harga jual. Sedangkan biaya produksi adalah penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel. Tingkat pendapatan yang tinggi peternak sapi perah dapat dicapai dengan memperhatikan efisiensi biaya produksinya. Efisiensi biaya produksi sangat dipengaruhi oleh total penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan. Penerimaan dipengaruhi oleh jumlah produk olahan yang dihasilkan dan harga jual dari produk. Analisis yang digunakan untuk mengetahui efisiensi penggunaan biaya produksi adalah analisis R/C ratio, yang digunakan untuk mengetahui besarnya penerimaan yang akan diperoleh setiap satuan penggunaan biaya produksi. Untuk mengetahui efisiensi penggunaan biaya produksi pada usatani susu sapi perah ini dapat kita lihat pada Tabel 1

**Tabel 1** Efisiensi Biaya (R/C Ratio) Usahatani Susu Sapi Perah Rakyat

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Total Penerimaan	23,139,000
2	Total Biaya Produksi	1,965,000
3	Pendapatan Bersih/ Keuntungan	21,193,000
4	R/C ratio	1,2

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2013

### Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah Rakyat

Hasil analisis dan pembahasan masalah yang dihadapi untuk memperoleh keadaan yang lebih baik untuk meningkatkan usahatani peternakan sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember perlu adanya strategi pemasaran susu sapi perah rakyat yang baik. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan 4P yang terdiri dari Product (produk), Price (harga), Place (tempat/distribusi), Promotion (promosi). Empat variabel tersebut saling berhubungan dan membentuk sebuah paket utuh yang akan menentukan derajat kesuksesan program pemasaran yang dijalankan, adapun penjelasan dari variabel tersebut adalah :

## PEMBAHASAN

### Efisiensi Biaya Usahatani Susu Sapi Perah Rakyat

Tabel 1 maka dapat diketahui bahwa rata-rata total penerimaan (TR) yang diterima peternak sapi perah rakyat dari kegiatan usahatani peternakan sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember adalah sebesar Rp 23.139.000 dimana rata-rata total penerimaan satu

kali produksi ini diperoleh dari hasil produksi susu sapi perah rakyat dikalikan dengan harga jual. Penggunaan total biaya proses produksi yang dikeluarkan peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember adalah sebesar Rp 1.965.000 dimana rata-rata total biaya produksi yang dikeluarkan peternak dalam usaha peternakan sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Rata-rata bahwa nilai R/C ratio pada usahatani susu sapi perah rakyat adalah sebesar 1,2 yang berarti bahwa penggunaan biaya produksi sudah efisien karena nilai R/C ratio lebih besar dari satu.

Untuk mengetahui pendapatan bersih per ekor peternak sapi perah rakyat, terlebih dahulu harus mengetahui jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi baik biaya tetap maupun biaya variabel. Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam usahatani sapi perah terdiri dari:

#### 1. Biaya Tetap:

Biaya tetap usaha sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor yang merupakan biaya yang besarnya dipengaruhi oleh jumlah yang terdiri atas biaya penyusutan kandang dan peralatan, dan biaya tenaga kerja (Rp/bulan)

##### a. Biaya Penyusutan Peralatan

Peralatan yang rata-rata dimiliki oleh peternak sapi perah yaitu:

- Sikat, memiliki nilai ekonomis 1 tahun;

Sikat memiliki harga Rp 3.000,- dengan nilai ekonomis 1 tahun. Nilai penyusutan yang dimiliki sikat selama pemakaian yaitu sebesar Rp 1.000,-.

- Sabit, mempunyai nilai ekonomis 5 tahun;

Sabit memiliki harga sebesar Rp 50.000,- dengan nilai ekonomis selama 5 tahun, dimana setiap alat memiliki nilai penyusutan yaitu sebesar Rp 10.000 dalam pemakaiannya selama 5 tahun setiap satuan barangnya, dengan kebutuhan para peternak yang berbeda.

- Timba, mempunyai nilai ekonomis kurang lebih 1 tahun;

Timba juga merupakan alat untuk menampung susu sapi yang telah diperah oleh peternak. Timba memiliki per satuan sebesar Rp 5.000,- dan juga memiliki nilai penyusutan Rp 1.000

#### 2. Biaya Variabel:

##### a. Biaya Pakan Ternak

Biaya pakan ternak merupakan biaya variabel terbesar yang harus dikeluarkan oleh peternak sapi perah. Untuk satu ekor sapi yang sedang laktasi dibutuhkan 2 ikat rumput setiap harinya. Satu ikat rumput harganya Rp 4.000,-. Biaya pakan ternak merupakan biaya variabel terbesar yang harus dikeluarkan oleh peternak sapi perah rakyat. Selain rumput gajah, sapi juga membutuhkan konsentrat, rumput gajah, bekatul dan ampas tahu. Umumnya harga pakan ini relatif stabil sehingga tidak sampai menghambat proses produksi. Umumnya pakan ini banyak tersedia disekitar daerah produksi sehingga peternak tidak mengalami kesulitan untuk mendapatkannya.

##### b. Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang digunakan dalam usahatani ternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember ini adalah anggota keluarga dan tenaga kerja upahan yang rata-rata berjumlah 2 orang, yaitu sebagai tenaga kerja pemberi pakan pada sapi perah rakyat dan juga sebagai pemeliharaan kandang. Upah tenaga kerja untuk pemberi pakan pada sapi perah rakyat yaitu Rp 12.000/hari dan bekerja selama 4 jam, sedangkan untuk upah tenaga kerja sebagai pemeliharaan kandang rata-rata per hari yaitu Rp 17.000,-. Tenaga kerja dari anggota keluarga peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor itu sendiri atas dasar upah yang harus dibayar seandainya pekerjaan tersebut dikerjakan oleh orang lain. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan meliputi: pemberian pakan, pemeliharaan kandang, panen/pemerahan susu sapi perah rakyat. Peternak sapi perah biasanya memberikan upah secara borongan pada tenaga kerja pemberi pakan, tenaga pemerahan susu dan tenaga

pemeliharaan kandang berdasarkan jumlah produksi susu yang dihasilkan. Upah yang diberikan kepada tenaga kerja pemberi pakan, pemerahan susu, dengan pemeliharaan kandang berbeda. Produk susu sapi perah rakyat tidak menggunakan label pribadi dan telah dikemas dengan kemasan plastik tebal, mulai dari kemasan plastik setengah kilo sehingga satu kilo.

#### c. Biaya Kesehatan

Kesehatan merupakan rutinitas menjaga fungsi keadaan sapi perah rakyat agar tetap baik dan normal dari seluruh proses produksi yang terjadi dalam tubuh ternak. Biaya kesehatan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember sebesar Rp 50.000,- per ekor per tahun. Biaya tersebut dikeluarkan untuk masa kawin sapi perah rakyat.

Total biaya merupakan jumlah keseluruhan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember selama proses produksi sampai produk tersebut dipasarkan. Biaya-biaya yang dikeluarkan berupa biaya pakan, biaya tenaga kerja, dan biaya penyusutan alat. Rata-rata biaya yang dikeluarkan per proses produksi adalah sebesar Rp 1.965.000,- sedangkan rata-rata penerimaan yang diperoleh per proses produksi adalah sebesar Rp 589.000,-. Penerimaan merupakan hasil kali antara harga jual dengan hasil produksi.

Penggunaan biaya produksi pada usahatani sapi perah rakyat sudah efisien karena besarnya biaya yang dikeluarkan lebih kecil dibandingkan dengan penerimaan yang diperoleh, sehingga hasil produksi dapat menutupi seluruh biaya produksi yang dikeluarkan. Hal ini disebabkan karena penggunaan biaya yang sudah efektif, mampu mencapai sasaran dan target sesuai dengan yang direncanakan oleh peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Peternak sapi perah kebanyakan untuk memperoleh bahan pakan sudah memiliki lahan sendiri sehingga harga produksi susu sapi perah dapat diminimalkan. Selain itu, tenaga kerja usahatani sapi perah tersedia di sekitar daerah produksi dengan upah yang murah karena tenaga kerja yang dibutuhkan tidak perlu memiliki keahlian khusus.

Usahatani susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember dapat mengefisienkan biaya pemasaran karena letak peternakan susu sapi perah rakyat dekat dengan kota sehingga biaya pemasaran dapat ditekan. Penggunaan biaya-biaya lain seperti biaya pakan, biaya pemeliharaan kandang, biaya pengemasan dan biaya penyusutan alat sedapat mungkin dialokasikan secara optimal. Perawatan peralatan perlu dilakukan untuk mencegah terjadinya kerusakan yang akan menyebabkan peternak susu sapi perah mengeluarkan biaya untuk memperbaiki peralatan rusak atau membeli peralatan baru. Upaya peningkatan produksi perlu diperhatikan efisiensi pemasarannya. Tingginya biaya pemasaran akan berpengaruh terhadap harga yang dibayar oleh konsumen dan harga pada tingkat produsen.

## Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah Rakyat

Hasil analisis dan pembahasan masalah yang dihadapi untuk memperoleh keadaan yang lebih baik untuk meningkatkan usahatani peternakan sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember perlu adanya strategi pemasaran susu sapi perah rakyat yang baik. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan adalah strategi bauran pemasaran (marketing mix) dengan 4P yang terdiri dari Product (produk), Price (harga), Place (tempat/distribusi), Promotion (promosi). Empat variabel tersebut saling berhubungan dan membentuk sebuah paket utuh yang akan menentukan derajat kesuksesan program pemasaran yang dijalankan, adapun penjelasan dari variabel tersebut adalah :

#### a. Strategi Produk

Strategi produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar/konsumen untuk menarik perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor mempunyai potensi dalam pengembangan pemasaran yang cukup bagus. Didukung dengan adanya permintaan kebutuhan konsumen yang cukup banyak. Akan tetapi peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor belum mampu mencukupi semua permintaan konsumen, dikarenakan produksi susu yang terbatas dan tidak mampu memasarkan hingga ke daerah diluar Kabupaten Jember. Maka peternak susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor menggunakan strategi produk yaitu dengan strategi *positioning product* dan *desain product*.

Strategi *positioning* merupakan strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra (*image*) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan produk/merek pesaing. Paling tidak ada tujuh pendekatan untuk melakukan strategi *positioning*, yaitu: *positioning* berdasarkan atribut, *positioning* harga (*price and quality positioning*), *positioning* yang dilandasi aspek penggunaan atau aplikasi (*use/aplication positioning*), *positioning* berdasarkan pemakai produk dan sesuai selera konsumen terhadap produk tersebut (*user positioning*), *positioning* berdasarkan kelas produk tertentu (*product class positioning*) produk susu sapi perah berada dikelas produk menengah karena dapat dikonsumsi semua kalangan masyarakat, *positioning* berkenaan dengan pesaing (*competitor positioning*) hasil produk peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember, *positioning* berdasarkan manfaat (*benefit positioning*).

Peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor memiliki produk standar yaitu susu segar murni tanpa ada bahan campuran. Produk susu segar ini merupakan produk unggul dari hasil peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor, dimana produk sudah dikenal oleh banyak kalangan masyarakat. Susu sapi perah milik rakyat berupa susu segar murni, tekstur wama pada produk memiliki warna kuning dan tidak tembus cahaya, dengan pengemasan secara sederhana yaitu dikemas plastik biasa tanpa menggunakan label pribadi. Para peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor hanya 1 peternak yang menggunakan label pribadi pada pengemasannya, dan 9 peternak yang lain tidak menggunakan karena produk tersebut sudah dipercaya kemurniannya oleh konsumen susu sapi perah rakyat. Para peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember menghasilkan produk yang berkualitas tanpa ada bahan campuran sehingga membuat warna susu tetap alami dan rasa yang khas.

*Positioning* produk susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor ini para peternak mengusahakan produk yang dihasilkan dapat dinilai dan dilihat di mata konsumen, serta apa yang bisa membuat konsumen mengingat produk susu segar tersebut dan bisa membedakannya dengan produk yang lain. Label pribadi yang muncul akan menjanjikan konsumen lebih tertarik kepada produk peternak sapi perah rakyat dibandingkan dengan produk susu sapi perah yang lain. *Positioning* tidak hanya membangun *image* tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dengan menanamkan berbagai informasi tentang produk didalam benak konsumen sehingga konsumen selalu ingat dengan produk susu segar milik peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor karena inilah *positioning* cukup berpengaruh bagi keberhasilan dalam meningkatkan pemasaran produk susu sapi perah tersebut.

Strategi desain produk merupakan strategi ini berkaitan dengan tingkat standarisasi produk. Perusahaan memiliki tiga pilihan strategi, yaitu produk standar, *customized product* (produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tertentu), dan produk standar dengan modifikasi. Pada peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember memiliki produk standar. Dilihat dari strategi desain produk, produk susu sapi perah rakyat merupakan produk standar. Produk standar susu sapi perah rakyat yaitu suatu produk susu segar tanpa ada bahan campuran atau disebut dengan susu segar murni, memiliki warna susu yang kuning. Warna susu sapi perah kuning ini merupakan warna alami dari hasil perahan, warna tersebut juga

pengaruh dari bahan makanan yang biasa dikonsumsi oleh sapi perah. Pakan sapi perah yang alami tanpa menggunakan pakan konsentrat, dari 10 peternak sapi perah di Desa Kemuning Lor hanya ada 1 peternak yang menggunakan pakan konsentrat sehingga membuat warna susu yang dihasilkan menjadi warna putih. Produk susu sapi perah didesain secara standar yaitu pengemasan dengan kantong plastik biasa tanpa menggunakan label pribadi.

Agar dapat menjalankan strategi ini dengan baik, para peternak sapi perah rakyat memerlukan keahlian khusus secara mendalam terhadap pengolahan produk mulai dari pemerahan susu sapi perah hingga dikemas dan siap untuk segera dipasarkan, serta perubahan lingkungan yang biasa dilakukan oleh peternak sapi perah rakyat karena berpengaruh terhadap produk yang akan dihasilkan, khususnya perubahan teknologi dalam menghasilkan produk yaitu yang paling menonjol perubahan dalam pemerahan secara steril sehingga pengemasan menggunakan plastik tebal dan penggunaan label pribadi pada produk tersebut. Hasil yang diharapkan dari strategi-strategi ini adalah peningkatan permintaan susu terhadap konsumen dan dalam pertumbuhan, pangsa pasar, dan laba yang akan diperoleh oleh peternak di Desa Kemuning Lor. Strategi produk secara standar yang dilakukan oleh peternak dengan modifikasi produk juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan hubungan yang erat dengan pasar dan memperoleh pengalaman dalam pengembangan standar produk.

Secara garis besar strategi produk dapat dikelompokkan menjadi 8 jenis atau kategori yaitu: strategi *positioning*, strategi *repositioning* produk, strategi overlap, strategi desain produk, strategi eliminasi produk, strategi produk baru, strategi diversifikasi. Pada peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor hanya menggunakan strategi *positioning* produk dan desain produk. Berikut 6 strategi yang tidak digunakan oleh peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember yaitu strategi *repositioning* produk. Strategi *positioning* produk ini dibutuhkan bilamana terjadi salah satu dari empat kemungkinan tersebut: ada pesaing yang masuk dan produknya diposisikan berdampingan dengan merek perusahaan, sehingga membawa dampak buruk terhadap pangsa pasar perusahaan, preferensi konsumen telah berubah, ditemukan kelompok preferensi pelanggan baru, yang diikuti dengan peluang yang menjanjikan, terjadi kesalahan dalam *positioning* sebelumnya.

Para peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor tidak menggunakan strategi *repositioning* produk, karena peternak memiliki keyakinan bahwa produknya akan tetap unggul meskipun diposisikan berdampingan dengan merek perusahaan susu sapi perah rakyat yang ada di Kabupaten Jember. Produk susu sapi perah rakyat memiliki keunggulan, dimana produk sudah banyak dikenal oleh masyarakat sehingga permintaan konsumen menjadi meningkat. Susu segar milik peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember juga memiliki peluang yang menjanjikan bagi peternak sapi perah. Hasil yang didapat dari produksi dapat meningkatkan pendapatan peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember.

Strategi overlap ini adalah strategi pemasaran yang menciptakan persaingan terhadap merek tertentu dengan merek milik usaha ternak sapi perah rakyat sendiri. Persaingan ini dibentuk melalui cara yaitu: pengenalan produk yang bersaing dengan usaha ternak sendiri. Peternak sapi perah rakyat tidak menggunakan strategi overlap tersebut karena produk susu sapi perah rakyat sebelumnya sudah dikenal oleh masyarakat luas di daerah Kabupaten Jember. Dikarenakan produk susu sapi perah ini memiliki kualitas yang baik dan sudah dipercayai oleh konsumen, mutu produk susu sapi perah rakyat ini sudah terjamin kemurniannya sehingga para loper susu/tengkulak tidak perlu lagi mengenalkan produk yang dihasilkan oleh peternak sapi perah rakyat tersebut kepada konsumen.

Strategi eliminasi produk dilaksanakan dengan jalan mengurangi komposisi portofolio produk yang dihasilkan unit bisnis perusahaan, baik dengan cara memangkas jumlah produk dalam suatu rangkaian/lini atau

dengan jalan melepaskan suatu divisi atau bisnis. Ada tiga alternatif dalam strategi ini, yaitu:

a. *Harvesting*

*Harvesting* merupakan strategi 'memerah' atau menyedot segala kemungkinan arus kas masuk selagi produk yang bersangkutan masih ada. Umumnya strategi ini diterapkan pada produk-produk yang mengalami penurunan pangsa pasar maupun volume penjualan secara perlahan-lahan (sedikit demi sedikit). Biasanya strategi ini dilaksanakan dengan jalan menaikkan harga atau dengan menekan biaya.

b. Penyederhanaan Lini Produk

Dalam strategi ini lini produk dipangkas menjadi lebih sedikit dan lebih mudah dikelola. Pemangkasannya ini dilaksanakan dengan jalan mengurangi jumlah dan jenis produk atau jasa yang ditawarkan. Penyederhanaan lini cocok untuk diterapkan dalam kondisi dimana terjadi peningkatan biaya dan perusahaan mengalami kekurangan sumber daya maupun sumber penghasilan.

c. *Total-Line Divestment*

Strategi ini dilakukan dengan melepaskan produk yang tidak berkembang atau tidak memenuhi rencana strategis perusahaan. Hal ini merupakan kebalikan dari akuisi. Biasanya perusahaan-perusahaan menghindari strategi ini karena pertimbangan-pertimbangan ekonomis dan psikologis.

Para peternak sapi perah tidak menerapkan strategi eliminasi produk karena produk susu sapi tidak mengalami penurunan pangsa pasar. Sebaliknya para peternak sapi perah rakyat mengalami peningkatan pangsa pasar akan tetapi para peternak tidak mampu mencukupi kebutuhan konsumen yang dikarenakan hasil produksi yang terbatas sehingga looper susu tidak dapat memasarkan produk susu sesuai dengan kebutuhan konsumen di luar daerah Jember. Produk susu sapi perah rakyat tidak berkembang karena produksi yang terbatas, akan tetapi produk yang dihasilkan menguntungkan dan disukai oleh kalangan masyarakat yang disebabkan oleh kontribusi produk yang baik sehingga mencapai ke konsumen biaya dikeluarkan lebih kecil dari laba yang didapat, prospek kinerja masa datangnya juga bagus, produk tersebut cocok atau sesuai dengan strategi bisnis keseluruhan.

Strategi produk baru dapat meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. Dalam strategi produk baru terdapat tiga alternatif, yaitu penyempurnaan atau modifikasi produk, produk imitasi/tiruan, dan inovasi produk. Peternak sapi perah tidak menerapkan strategi produk baru, karena tidak ada permintaan dari konsumen tentang produk-produk baru dan peternak pun masih bertahan dengan produknya, hanya saja ingin lebih meningkatkan. Sehingga peternak sapi perah tetap memasarkan produk yang sudah lama dihasilkan dan dipercaya oleh konsumen kemurniannya. Produk susu sapi perah tetap berjalan dengan baik karena permintaan konsumen yang semakin meningkat. Susu sapi perah ini juga layak dikonsumsi karena produk tersebut murni tanpa ada bahan campuran sehingga konsumen tetap mengkonsumsi, selain itu juga susu sapi perah memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh manusia, Susu sapi perah memiliki kualitas dan zat-zat gizi yang baik. Peternak sapi perah rakyat mengupayakan dan menciptakan produk yang unik agar banyak diminati oleh banyak konsumen, tetapi tetap dalam bentuk susu segar tanpa ada bentuk yang lain. Selain itu juga, peternak sapi perah selalu menjaga kualitas produk hingga ke konsumen.

Peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor harus menjaga kualitas susu sapi perah yang dihasilkan, agar konsumen dapat terus membelinya. Dalam upaya meningkatkan pangsa pasar susu sapi perah, peternak melakukan strategi produk dengan cara menghasilkan susu sapi yang baik dan memiliki zat-zat gizi, yaitu dilakukan pemerahan yang sempurna, tidak termasuk kolostrum serta tidak ditambah atau dikurangi suatu komponen. Peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember pada umumnya tidak melakukan proses penyimpanan. Hal ini dibuktikan sebanyak 10 responden mengatakan bahwa hasil susu sapi perah yang dihasilkan tidak mengalami penyimpanan, sebab setelah panen, susu sapi perah yang

dihasilkan akan langsung dijual ke pada looper yang ada di masing-masing peternak. Jadi setelah masa pemerahan, hasil susu sapi yang telah diperah langsung dimasukkan ke dalam *milk can*. Peternak sapi perah langsung menjual ke looper agar hasil panen dapat segera terjual serta keuntungan segera didapatkan. Loper susu sapi perah biasanya menjual susu sapi dari peternak dalam bentuk mentah yang kemudian langsung dijual kepada konsumen, pengolahan tersebut dilakukan agar susu sapi perah memiliki kualitas cita rasa yang baik. Peternak sapi perah rakyat maupun looper di Desa Kemuning Lor ini melakukan proses pengemasan dengan menggunakan plastik.

Strategi diversifikasi adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan. Secara garis besar, strategi diversifikasi dikembangkan dengan berbagai tujuan, diantaranya adalah meningkatkan pertumbuhan bila pasar/produk yang ada telah mencapai kedewasaan dalam *Product Life Cycle (PLC)*, menjaga stabilitas dengan jalan menyebarkan risiko fluktuasi laba, meningkatkan kredibilitas di pasar modal. Peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor mengupayakan dan menciptakan produk yang unik agar banyak diminati oleh banyak konsumen, tetapi tetap dalam bentuk susu segar tanpa ada bentuk yang lain. Selain itu juga, peternak sapi perah rakyat selalu menjaga kualitas produk hingga ke konsumen. Sebagian besar peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor harus menjaga kualitas susu sapi perah rakyat yang dihasilkan, agar konsumen dapat terus membelinya.

Dalam upaya meningkatkan pangsa pasar susu sapi perah rakyat, peternak melakukan strategi produk dengan cara menghasilkan susu sapi yang baik dan memiliki zat-zat gizi, yaitu dilakukan pemerahan yang sempurna, tidak termasuk kolostrum serta tidak ditambah atau dikurangi suatu komponen. Peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember pada umumnya tidak melakukan proses penyimpanan. Hal ini dibuktikan sebanyak 10 responden mengatakan bahwa hasil susu sapi perah yang dihasilkan tidak mengalami penyimpanan, sebab setelah panen, susu sapi perah yang dihasilkan akan langsung dijual ke pada looper yang ada di masing-masing peternak.

Peternak sapi perah langsung menjual ke looper agar hasil panen dapat segera terjual serta keuntungan cepat didapat. Loper susu sapi perah biasanya menjual susu sapi dari peternak dalam bentuk mentah yang kemudian langsung dijual kepada konsumen, pengolahan tersebut dilakukan agar susu sapi perah memiliki kualitas cita rasa yang baik. Peternak sapi perah rakyat maupun looper di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa ini melakukan proses pengemasan dengan menggunakan plastik.

b. Strategi Tempat (Distribusi)

Strategi distribusi merupakan suatu strategi yang digunakan untuk memasarkan barang dari produsen sampai ke konsumen agar pemasaran barang dapat berjalan dengan lancar. Hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam strategi distribusi produk susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember meliputi pertimbangan pasar dan pertimbangan produk:

1. Pertimbangan Pasar

a. Jenis Pasar

Untuk mencapai pasar industri perusahaan tidak akan memerlukan pengecer. Sedangkan peternak di Desa Kemuning Lor menyalurkan produknya langsung ke konsumen, dengan adanya pengecer/looper susu dapat memudahkan para peternak sapi perah rakyat untuk memasarkan produk susunya tanpa mengeluarkan biaya transportasi. Akan tetapi ada beberapa peternak yang tidak memerlukan pengecer, karena bagi mereka memasarkan sendiri lebih banyak mendapatkan keuntungan.

Produk susu di Desa Kemuning Lor dapat dengan mudah terserap oleh pasar. Produk susu milik peternak rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa hanya beberapa saja untuk memenuhi kebutuhan Industri Pengolahan Susu (IPS) sebagai bahan baku industri. Lokasi produksi sangat menentukan jumlah produksi yang akan dihasilkan. Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember sangat cocok dalam

pemeliharaan sapi perah, karena suhu udara dan daerah dataran tinggi yang mempengaruhi hasil produksi susu sapi perah. Selain itu, Desa Kemuning Lor merupakan daerah yang memiliki pusat peternakan sapi perah, oleh karena itu produk susu sapi perah di Desa Kemuning Lor mempunyai peluang untuk dikembangkan. Produk susu sapi perah di Desa Kemuning Lor dengan mudah terserap oleh pasar. Tempat tujuan pemasaran susu sapi perah adalah loper langsung menyalurkan ke konsumen.

Ada beberapa peternakan susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember yang langsung menjual produknya sendiri pada konsumen yaitu konsumen primer dan konsumen sekunder. Konsumen primer adalah pembeli susu untuk dikonsumsi sendiri, yaitu penduduk yang ada di sekitar daerah produksi. Konsumen sekunder adalah pembeli susu yang akan dijual lagi. Pemasaran susu sapi perah dari peternak sapi perah rakyat ke loper kemudian loper langsung menjual produk susu segar ke konsumen langsung.

Lokasi produksi sangat menentukan jumlah produksi yang akan dihasilkan oleh setiap input produksi. Berdasarkan data dari Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Jember diketahui bahwa Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa merupakan sentra budidaya sapi perah rakyat. Selain itu, Kabupaten Jember sebagai salah satu kabupaten yang berada di Propinsi Jawa Timur juga turut memberikan kontribusinya dalam pemenuhan permintaan produk susu sapi, meskipun produksinya belum mampu menyaingi sentra produksi susu sapi di Jawa Timur seperti Malang dan Pasuruan. Oleh karena itu produk susu sapi perah di Desa Kemuning Lor mempunyai peluang untuk dikembangkan. Daerah penghasil susu sapi perah di Kabupaten juga cukup banyak, sehingga produk susu sapi perah mudah untuk didapatkan.

Daerah pemasaran yang hanya terbatas pada kawasan produksi saja tidak menjadi hambatan bagi konsumen, karena konsumen lebih memilih susu segar di Desa Kemuning Lor yang merupakan sentra produksi susu sapi perah rakyat. Selain itu kualitas susu sapi perah di daerah ini lebih baik di daerah lain yang mengusahakan susu sapi perah rakyat di Kabupaten Jember, karena itu usaha untuk meningkatkan kualitas dari susu sapi perah mutlak harus dilakukan agar dapat bersaing dengan daerah penghasil susu sapi perah di Kabupaten Jember. Pemasaran susu sapi perah rakyat dilakukan setiap hari yang merupakan hari produksi sapi perah. Pada masa akhir tahun, banyak wisatawan yang menghabiskan waktu liburan di kawasan wisata renaissance sehingga berdampak pada penjualan susu sapi perah rakyat. Selain di daerah Desa Kemuning Lor, susu sapi perah rakyat dipasarkan di daerah perkotaan tetapi pedagang yang menjual di daerah perkotaan lebih sedikit dibandingkan dengan yang menjual di daerah produksi. Banyak peternak susu sapi perah rakyat yang menjual disekitar daerah produksi karena keterbatasan sarana transportasi. Selain itu peternak sapi perah rakyat menjual yang langsung kepada konsumen menyebabkan pengembangan daerah pemasaran susu sapi perah rakyat menjadi terbatas di sekitar daerah produksi saja.

Terbatasnya pedagang yang menjual susu sapi perah di daerah perkotaan menyebabkan konsumen cukup kesulitan dalam mendapatkan susu sapi perah yang berasal dari Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa, karena biasanya susu sapi perah rakyat yang dipasarkan di daerah perkotaan bukan merupakan hasil dari Desa Kemuning Lor. Dengan penambahan pedagang yang menjual susu sapi perah di daerah perkotaan diharapkan dapat memudahkan konsumen untuk membeli susu sapi perah serta dapat meningkatkan pendapatan petani karena permintaan akan susu sapi perah meningkat. Selain itu peternak dapat bekerjasama dengan investor dan koperasi untuk mendirikan tempat pemasaran di daerah perkotaan agar daerah pemasaran dapat lebih berkembang. Susu sapi perah Desa Kemuning Lor akan terus diminati oleh konsumen sebab kualitas susu sapi perah di daerah ini lebih baik daripada di daerah lain yang mengusahakan susu sapi perah. Maka dari itu usaha untuk meningkatkan kualitas susu sapi perah mutlak harus dilakukan agar dapat bersaing dengan daerah lain dan dapat menghasilkan produksi yang lebih banyak.

### c. Strategi Harga

Strategi penetapan harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Metode yang digunakan dalam penetapan harga di Desa Kemuning Lor yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan yang terdiri dari *skimming pricing*, *prestige pricing*, *price lining pricing*, *demand-backward pricing*, dan *bundle pricing*. Strategi harga yang tepat digunakan pada peternakan sapi perah rakyat yaitu *skimming pricing*. Strategi *skimming pricing* ini diterapkan dengan jalan menetapkan harga tinggi bagi suatu produk baru atau inovatif selama tahap pengenalan, kemudian menurunkan harga tersebut pada saat persaingan mulai ketat. Peternak sapi perah rakyat menetapkan harga sesuai dengan kesepakatan awal dengan para peternak lain sehingga hasil yang didapat tetap, tidak ada penigkatan. Dengan kata lain terdapat peningkatan yaitu ketika hasil produksinya banyak.

Harga susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor ditetapkan oleh kesepakatan dengan para peternak yang ada di Desa Kemuning Lor dan ada juga yang mengikuti harga peternakan susu sapi perah milik Pemerintah Kabupaten. Penentuan harga susu juga berdasarkan kualitas susu yang dicerminkan oleh kandungan total solid (TS) susu dan banyaknya bakteri yang terkandung di dalam susu. Mekanisme penentuan harga dilakukan secara bersama oleh para peternak. Selain itu juga sebelumnya para peternak dalam penentuan harga mengikuti patokan harga dari koperasi susu yang mempunyai kekuatan dalam menentukan harga susu. Umumnya harga yang ditetapkan oleh peternak sapi perah adalah Rp 4.000 sampai Rp 6.000 per liter, tetapi terdapat juga para peternak yang menjual susu sapi perah dibawah harga jual yang telah ditetapkan. Menurut peternak sapi perah dan loper di Desa Kemuning Lor, perubahan harga pada susu sapi perah tidak mengurangi jumlah tingkat penjualan, sehingga meskipun harga susu sapi perah mengalami peningkatan namun tingkat penjualannya tidak mengalami perubahan. Bagi konsumen susu sapi perah, harga tidak terlalu menjadi masalah ketika dalam pembelian. Meskipun harga susu sapi perah sedikit naik, namun jumlah konsumsi susu sapi perah tetap tinggi.

Peternakan susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas susu sapi perah agar harga susu sapi perah tetap tinggi. Hal ini dilakukan karena penentuan harga susu sapi perah berdasarkan kualitas. Semakin tinggi kualitas susu maka harga susu juga akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya jika kualitas susu rendah maka harga susu sapi perah juga akan rendah. Penentuan harga berdasarkan kualitas, semakin tinggi kualitas maka harganya juga akan semakin tinggi begitu juga sebaliknya semakin rendah kualitas maka harganya juga akan semakin rendah. Bila harga produk tinggi, peternak sapi perah mengalami keuntungan yang cukup tinggi. Namun bila harga rendah, peternak mengalami kerugian. Permasalahan yang seperti ini yang selalu dihadapi ketika produksi. Hal ini akan berpengaruh pada tingkat penjualan susu sapi perah selanjutnya. Selain itu strategi pemasaran harga susu sapi perah di Desa Kemuning Lor adalah dengan kerjasama antara peternak sapi perah dan koperasi susu agar peternak memiliki posisi tawar yang tinggi dalam penentuan harga susu sapi perah.

### d. Strategi Promosi

Promosi diperlukan dalam proses pemasaran dengan tujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal masyarakat luas. Untuk mempromosikan produksi susu sapi perah yang berasal dari Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember yang telah dilakukan adalah pertemuan penjualan. Pertemuan penjualan juga dapat disebut strategi promosi melalui *personal selling*. *Personal selling* merupakan alat promosi yang sifatnya secara lisan, baik kepada seseorang maupun lebih calon pembeli dengan maksud untuk menciptakan terjadinya transaksi pembelian yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dengan menggunakan manusia sebagai alat promosinya. Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak yaitu antara loper susu dengan konsumen bersifat interaktif atau komunikasi dua arah sehingga penjual/loper susu dapat langsung memperoleh tanggapan dari konsumen tentang keinginan dan pendapat konsumen. Proses komunikasi dapat dilakukan dengan sangat fleksibel karena dapat disesuaikan dengan

situasi yang ada, yaitu ketika looper susu memasarkan produk susu sapi perah pada konsumen. *Personal selling* merupakan alat promosi yang sifatnya secara lisan, dengan dilakukannya strategi tersebut dapat menciptakan terjadinya transaksi pembelian yang saling menguntungkan antara looper susu dengan konsumen.

Metode pendekatan yang dilakukan secara *personal selling* juga mempunyai kelebihan antara lain operasinya lebih fleksibel karena penjual dapat mengamati reaksi pelanggan dan menyesuaikan pendekatannya, usaha yang sia-sia dapat diminimalkan, pelanggan yang berminat biasanya langsung membeli, dan penjual dapat membina hubungan secara jangka panjang dengan pelanggannya. Namun karena menggunakan armada penjual yang relatif kecil, maka metode ini biasanya lebih murah. Disamping itu, spesifikasi penjual yang diinginkan perusahaan mudah untuk dicari. Meskipun demikian, *personal selling* tetaplah penting dan biasanya dipakai untuk mendukung metode promosi lainnya.

Strategi personal selling memiliki 7 tugas yaitu prospecting, targeting, communicating, selling, servicing, information gathering, allocating. Dari ke 7 tugas tersebut sebaiknya para looper susu melakukan tugas yang wajib dilakukan sebagai seorang pedagang yaitu: selling, servicing. Selling, yakni mendekati para pelanggan dengan secara tidak langsung menawarkan produk susu sapi perah yang akan dijual, mempresentasikan secara langsung ketika bertatap muka dengan pelanggan kemudian mempresentasikan tentang kualitas susu segar yang akan dijual bahwa produk tersebut murni tanpa ada campuran bahan yang lain, serta menjual produk kepada pelanggan. Kemudian looper susu/tengkulak melakukan tugas selanjutnya yaitu servicing, yakni memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Penggunaan biaya produksi pada usahatani sapi perah rakyat efisien yang ditunjukkan dengan nilai R/C ratio sebesar 1,2. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha ternak sapi perah mampu mengalokasikan biaya produksinya secara efisien.
2. Strategi pemasaran yang digunakan peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember:
  - a. “produk” dengan menggunakan strategi *positioning* produk. Dimana strategi *positioning product* yang dilakukan yaitu peternak memiliki produk standar yaitu susu segar murni tanpa ada bahan campuran dan dalam pengemasan dilakukan dengan pengemasan yang baik juga terdapat label pribadi
  - b. “tempat/distribusi” dengan melakukan pertimbangan pasar yaitu menyalurkan produknya langsung ke konsumen, dengan adanya pengecer/looper susu dapat memudahkan para peternak sapi perah rakyat untuk memasarkan produk susunya tanpa mengeluarkan biaya transportasi
  - c. “harga” yaitu dengan menggunakan metode penetapan harga berbasis permintaan yang terdiri dari *skimming pricing* dengan harga susu di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember ditetapkan oleh kesepakatan dengan para peternak yang lain yang ada di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember.
  - d. “promosi” untuk mempromosikan produksi susu sapi perah rakyat yang berasal dari Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember yang telah dilakukan adalah *personal selling* yaitu mulut ke mulut.

### Saran

Berdasarkan keadaan usahatani susu sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember, sebaiknya perlu dilakukan beberapa hal berikut ini : perlu adanya kerjasama antara peternak sapi perah dengan pemerintah dalam hal upaya usaha beternak sapi perah dengan memberikan bantuan bibit sapi perah, sehingga mampu meningkatkan hasil produksi

susu sapi perah dan dapat meningkatkan pendapatan peternak sapi perah rakyat di Desa Kemuning Lor Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua dan saudara tercinta, sahabat-sahabat tersayang, Ibu. Triana Dewi Hapsari, SP., MP selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran, Masyarakat peternak Desa Kemuning Lor pihak terkait yang membantu pelaksanaan penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirin, Tatang M. 2009. *Populasi dan Sampel Penelitian 3 : Pengambilan Sampel dari Populasi Tak Terhingga dan Tak Jelas*.
- Bustanul Arifin. 2004. *Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia*, Penerbit Kompas. Jakarta.
- Fandy, T. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta: UI-Press.
- Sudiyono. A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sutawi. 1995. *Liberalisasi Perdagangan dan Nasib Peternak Sapi Perah*. Majalah Ruminansia No. 3 Tahun IX 20 Januari – 20 Februari.
- Ibrahim, Yacob. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.