



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SUSU SAPI PERAH  
(Studi Kasus di KUD Argopuro, Kecamatan Krucil, Kabupaten Probolinggo)**

**Bairosi, B., I N. S. Miwada, dan A. W. Puger**

PS. Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Udayana, Jl. P. B Sudirman, Denpasar

Email: [bambangbairosi@gmail.com](mailto:bambangbairosi@gmail.com) Telp: 085258951501

**ABSTRAK**

Kegiatan praktek kerja mahasiswa ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang berpengaruh dalam pemasaran susu sapi perah serta menganalisis strategi alternatif yang sesuai diterapkan di KUD Argopuro yang mempunyai kemitraan dengan PT. Nestle Indonesia, Pasuruan. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Krucil selama 1 bulan (November 2018) dengan melibatkan 55 responden, yang terdiri dari 50 orang peternak dan 5 orang ahli. Responden peternak ditentukan menggunakan metode *random sampling* sedangkan responden ahli ditentukan menggunakan metode *purposive random sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi langsung di lapangan dengan melakukan wawancara, dan pengisian kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik IE, dan Matrik SWOT. Matrik SWOT untuk menentukan beberapa alternatif strategi kemitraan antara KUD Argopuro dengan PT. Nestle Indonesia, yaitu dengan memaksimalkan keunggulan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Hasil analisis matriks IFE menunjukkan total skor 3,354 (posisi internal yang kuat) dan hasil analisis matriks EFE menunjukkan total skor 3,711 (kemitraan menaikkan keuntungan). Hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa kemitraan antara KUD Argopuro dengan PT. Nestle Indonesia, Pasuruan terletak pada kuadran I, atau masuk ke divisi tumbuh dan bina. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berada pada pasar yang kuat, sehingga memiliki peluang strategi sangat besar untuk berkembang dan perlu untuk dipertahankan.

*Kata kunci: KUD Argopuro, Kemitraan usaha, Analisis SWOT*

**MARKETING STRATEGIES ANALYSIS OF MILK COW  
(Case Study in KUD Argopuro, Krucil District, Probolinggo Regency)**

**ABSTRACT**

The aim of this student work practice is to find out the internal and external strategic factors that influence the marketing of milk for dairy cows and to find out the appropriate alternative strategies in the Argopuro Village Cooperative that have a partnership with PT. Nestle Indonesia, Pasuruan. This activity is carried out in Krucil Village during November 2018. This activity uses 55 respondents, consisting of 50 farmers and 5 experts. Respondents of farmers are determined using the random sampling method. Expert respondents were determined using the purposive random sampling method. Data collection is done by direct

observation in the field by conducting interviews, and filling out questionnaires. The analytical tool used in this study consisted of EFE Matrix, IFE Matrix, IE Matrix, and SWOT Matrix. SWOT matrix to determine several alternative partnership strategies between KUD Argopuro and PT. Nestle Indonesia, namely by maximizing excellence and opportunities, and minimizing weaknesses and threats. The results of the IFE matrix analysis showed a total score of 3,354 (strong internal position) and the EFE matrix analysis showed a total score of 3,711 (partnership increases profit). The results of this analysis can be concluded that the partnership between KUD Argopuro and PT. Nestle Indonesia, Pasuruan is located in quadrant I, or enters into a growing and nurturing division. This position signifies a strong organization and is in a strong market, so it has a very large strategic opportunity to develop and needs to be maintained.

*Keywords: KUD Argopuro, Business Partnership, SWOT Analysis*

## **PENDAHULUAN**

Produk hasil ternak sangat beragam salah satunya adalah susu. Susu merupakan bahan pangan yang mempunyai nilai gizi tinggi karena mempunyai kandungan nutrisi yang lengkap seperti laktosa (4,8%), protein (3,4%), lemak (3,9%), abu (0,72%), air (87,10%) (Buckle *et al.*, 1995).Kebutuhan susu di Indonesia sekitar 6,4 juta liter/hari, tetapi produktivitas sapi perah dalam negeri masih sangat kurang dan jauh dibawah kebutuhan. Untuk memenuhi kebutuhan susu dalam negeri pemerintah saat ini masih mengimpor susu sebesar 1,7 juta ton, karena produksi susu sapi selama ini belum memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat, kebutuhan tersebut hanya dapat dipenuhi 0,6 juta ton/tahun, dari kebutuhan susu sebesar 2,3 juta ton/tahun (Ngadiyono, 2007).

Kabupaten Probolinggo tepatnya di Kecamatan Krucil merupakan sentra penghasil susu sapi perah yang dihasilkan oleh peternak rakyat, terbukti jumlah kepemilikan ternak sapi perah di Kecamatan Krucil ini adalah sebanyak 4079 ekor sapi perah mulai dari pedet sampai laktasi. Sapi yang ada di Kecamatan Krucil dapat dikatakan sangat banyak, dengan demikian maka di bangun Koperasi Unit Desa (KUD) untuk mempermudah penjualan susu dari peternak.

Koperasi sebagai wadah gerakan ekonomi rakyat diharapkan mampu meningkatkan potensi ekonomi masyarakat, termasuk para peternak sapi perah. Koperasi Unit Desa (KUD) sebagai badan usaha perekonomian pedesaan dan sebagai pusat pelayanan ekonomi pedesaan berperan penting dalam usaha peningkatan potensi ekonomi desa. Peranan ini diwujudkan dalam berbagai usaha dan pelayanan KUD untuk memenuhi kebutuhan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil

Menengah, 2012). Semua peternak sapi perah yang menjadi anggota Koperasi Unit Desa (KUD) Argopuro menyerahkan hasil perasan susu sebelum diolah lebih lanjut maka terlebih dahulu ditampung di KUD Argopuro. Susu yang ada kemudian akan disalurkan ke PT. Nestle Indonesia, Pasuruan. Tujuan KUD Argopuro melaksanakan kemitraan dengan PT. Nestle Indonesia adalah untuk mendapatkan jaminan pasar susu yang lebih baik.

Produksi susu peternak di wilayah KUD Argopuro saat ini terkendala dengan masalah produktivitas dan kualitas susu yang dihasilkan sehingga harganya murah. Untuk mengatasi masalah tersebut pihak KUD Argopuro menjalin kerjasama kemitraan dengan peternak, untuk bersama-sama melakukan pembinaan ke peternak guna meningkatkan kualitas dan kuantitas susu agar memenuhi syarat masuk industri. Pertama, adalah melaksanakan pembinaan untuk memperbaiki kualitas dalam hal pemerahan, kebersihan sapi maupun tempatnya. Kedua, masalah budidayanya dan penyediaan sarana produksi susu oleh KUD Argopuro, terakhir adalah adanya kesepakatan harga susu sesuai kualitasnya.

Tujuan praktek kerja mahasiswa ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang berpengaruh dalam pemasaran susu sapi perah dan untuk mengetahui bagaimana strategi alternatif yang sesuai di KUD Argopuro yang mempunyai kemitraan dengan PT. Nestle Indonesia, Pasuruan.

## **METODELOGI**

Kegiatan ini dilakukan di Desa Krucil selama bulan November 2018. Kegiatan ini menggunakan 55 responden, yang terdiri dari 50 orang peternak dan 5 orang ahli. Responden peternak ditentukan menggunakan metode *random sampling*. Responden ahli ditentukan menggunakan metode *purposive random sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi langsung dilapangan dengan melakukan wawancara, dan pengisian kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik IE, dan Matrik SWOT. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus dengan analisis deskriptif kuantitatif, diawali dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, kemudian dilakukan analisis SWOT (Sumardjo, *et al.*, 2004). Jenis data meliputi data primer adalah data yang diperoleh dari peternak sapi perah anggota KUD Argopuro yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner, kemudian data divalidasi, diklasifikasi, dan diskoring, serta dianalisis korelasinya (Surakhmad, 1994). Data sekunder diperoleh dari literatur yang mendukung dan instansi terkait seperti: KUD Argopuro, PT. Nestle Indonesia, Dinas

Peternakan Kabupaten Probolinggo. Penentuan skor faktor *Internal-Eksternal (IE)* pada kegiatan ini meliputi 3 tahapan yaitu:

1. Mengurutkan faktor-faktor internal dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingannya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengurutan faktor-faktor internal dan eksternal

No	Pertanyaan	Penilaian kondisi saat ini			
		1	2	3	4
A	Faktor Internal Kekuatan Kelemahan				
B	Faktor Eksternal Peluang Ancaman				
Ket: (Untuk kekuatan dan peluang)		Ket: (Untuk kelemahan dan ancaman)			
4 : Sangat kuat		4 : Sangat lemah			
3 : Kuat		3 : Lemah			
2 : Lemah		2 : kuat			
1 :Sangat lemah		1 : Sangat kuat			

2. Memberikan peringkat (*rating*) berdasarkan kondisi saat ini

Pemberian peringkat berdasarkan kondisi saat ini. Untuk kekuatan dan peluang peringkatnya 1 sampai 4, untuk kelemahan dan ancaman peringkatnya yaitu 1 sampai 4 sesuai dengan tabel 1 diatas.

3. Menterjemahkan hasil penilaian ke tabel *paired comparison*, sehingga diperoleh skor masing-masing faktor

Untuk menterjemahkan hasil penilaian ke tabel *paired comparison* terlebih dahulu diurutkan dari peringkat yang tinggi ke rendah, kemudian diberikan kode huruf untuk mempermudah menghitung *paired comparison* misalkan peringkat 4 diberikan kode A dan seterusnya.

Tabel 2. Pengurutan dari peringkat yang tinggi ke rendah dan pemberian kode huruf

No	Pertanyaan	Kode*	Keterangan
	Faktor Internal		
	Faktor Eksternal		

\* Di isi huruf A, B, C,....dan seterusnya

Tabel 3. *Paired comparison*

Faktor	A	B	C	D	E	F	G	Dst	Jumlah	Bobot
A									$\sum X_1$	$\sum X_1 / \sum X$
B									$\sum X_2$	$\sum X_2 / \sum X$
C									$\sum X_3$	$\sum X_3 / \sum X$
D									$\sum X_4$	$\sum X_4 / \sum X$
E									$\sum X_5$	$\sum X_5 / \sum X$
F									$\sum X_6$	$\sum X_6 / \sum X$
G									$\sum X_7$	$\sum X_7 / \sum X$
dst									dst	dst
<b>Total</b>									$\sum X$	$\sum \text{Bobot}$

Skala yang digunakan dalam pengisian kolom:

- 2 : Jika faktor vertikal lebih penting dibandingkan dengan faktor horisontal
- 1 : Jika faktor vertikal sama penting dibandingkan dengan faktor horisontal
- 0 : Jika faktor vertikal kurang penting dibandingkan dengan faktor horisontal

Tabel 4. Analisis faktor internal dan eksternal

No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
A	Faktor-faktor internal			
	Kekuatan			
	Sub Total Kekuatan			
	Kelemahan			
	Sub Total Kelemahan			
	Total			
B	Faktor-faktor eksternal			
	Peluang			
	Sub Total Peluang			
	Ancaman			
	Sub Total Ancaman			
	Total			

Setelah tahapan-tahapan diatas dihitung maka didapatkan *rating* dan bobot. Langkah selanjutnya yaitu menghitung analisis faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel 4. Untuk menghitung skor yaitu *rating* dikalikan dengan bobot. Kemudian di jumlahkan semua faktor tersebut, dan di cocokkan dengan kuadran matriks IE seperti pada gambar 1.

		Total nilai IFE yang diberi bobot			
		4,0	3,0	2,0	1,0
Total nilai EFE yang diberi bobot	Tinggi 3,0 – 4,0	I	II	III	
	Sedang 2,0 – 3,0	IV	V	VI	
	Rendah 1,0 – 2,0	VII	VIII	IX	

Gambar 1. Matriks IE

Analisis SWOT digambarkan dalam matriks SWOT untuk menentukan empat kemungkinan alternatif strategi yang cocok dengan lingkungan internal dan eksternal yaitu strategi kekuatan-peluang (S-O Strategi), kelemahan-peluang (W-O Strategi), kekuatan-ancaman (S-T Strategi),kelemahan-ancaman (W-T Strategi). Analisis SWOT seperti ditunjukkan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Matriks SWOT

Internal \ Eksternal	<b>Kekuatan – S</b> Daftar Kekuatan	<b>Kelemahan – W</b> Daftar Kelemahan
<b>Peluang – O</b> Daftar Peluang	<b>Strategi SO</b> Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
<b>Ancaman – T</b> Daftar Ancaman	<b>Strategi ST</b> Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	<b>Strategi WT</b> Minimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

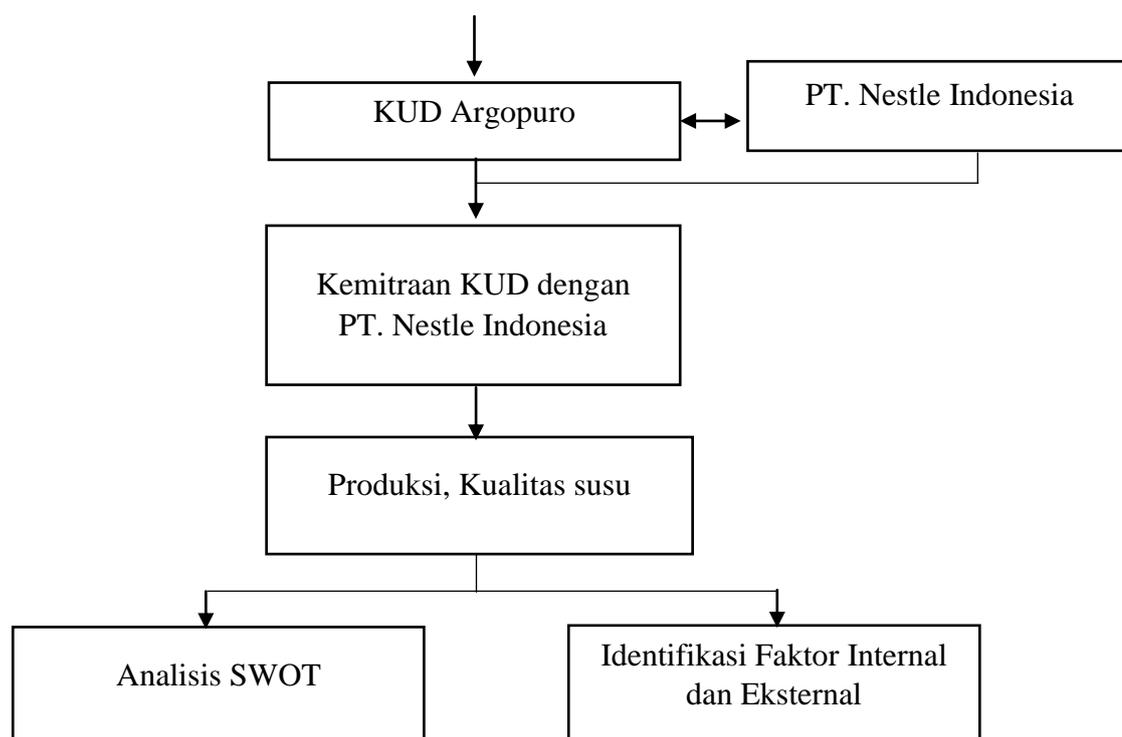
Sumber : David, 2012

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

#### 1. Analisis Matriks IFE(*Internal Factor Evaluation*)

Berdasarkan hasil analisis faktor internal yang ada dalam kemitraan antara KUD Argopuro dengan PT. Nestle Indonesia, maka dapat diidentifikasi faktor-faktor kunci internal yang berupa kekuatan(*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang berpengaruh terhadap strategikemitraan itu sendiri.



Gambar 2. Diagram alir alur kegiatan secara keseluruhan

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor internal tersebut dalam mencapai efektifitas dari kemitraan yang ada. Nilai total yang dibobot pada matriks ini merupakan hasil penjumlahan total dari perkalian bobot dan peringkat masing-masing faktor strategis internal di dalam kemitraan antara KUD Argopuro dengan PT. Nestle Indonesia, Pasuruan. Skor bobot total dibawah 2,5 mencirikan adanya kemitraan yang lemah secara internal, sedangkan skor di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat (Davis, 2012). Berdasarkan analisis matriks IFE menunjukkan skor 3,354 yang mengindikasikan bahwa kemitraan tersebut berada pada posisi internal yang kuat. Kekuatan utama dari kemitraan ini adalah lebih efisiennya biaya yang dikeluarkan oleh KUD Argopuro dalam hal pengeluaran untuk transportasi susu sapi perah ke pihak mitra serta kualitas susu yang menjadi prioritas utama dengan skor 0,928

Tabel 6. Matrik IFE

No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Kualitas susu merupakan faktor utama yang paling penting	0,232	4	0,928
2	Adanya kemitraan yang terjalin menjadikan KUD lebih efisien utamanya untuk biaya transportasi pengiriman susu sapi perah	0,232	4	0,928

3	Adanya kemitraan menjamin produksi susu sapi perah dari KUD (peternak) jelas pasarnya	0,107	3	0,321
4	Adanya kemitraan menjadikan pembinaan ke peternak lebih efektif	0,107	3	0,321
5	Bagi perusahaan mitra suplay bahan baku lebih terjamin	0,107	3	0,321
6	Potensi pengembangan masih terbuka luas	0,107	3	0,321
<b>Sub Total Kekuatan</b>				<b>3,140</b>
<b>Kelemahan</b>				
7	Kualitas susu sapi perah yang dihasilkan belum stabil	0,107	2	0,214
8	Belum dioptimalkanya potensi yang ada baik secara volume maupun kualitas	0	3	0
<b>Sub Total Kekuatan</b>				<b>0,214</b>
<b>Total</b>		<b>1,000</b>		<b>3,354</b>

## 2. Analisis Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

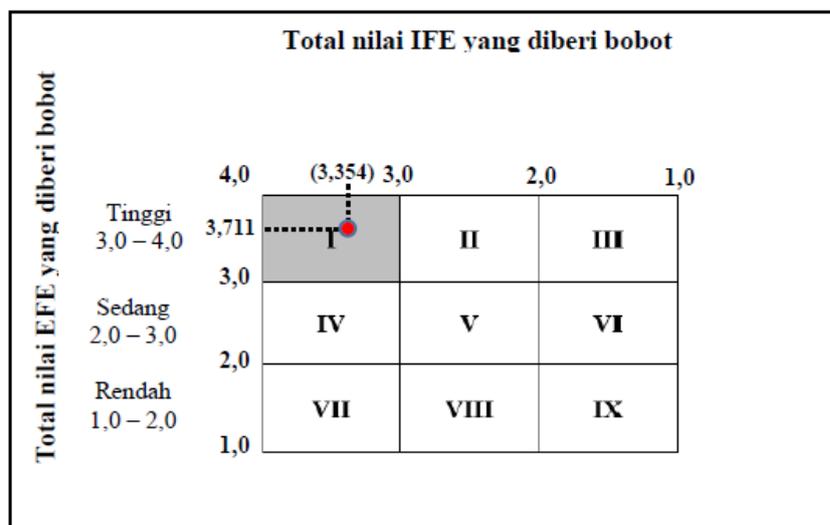
Berdasarkan analisis matriks EFE menunjukkan skor 3,711, hasil ini mengindikasikan bahwa kemitraan yang terjalin antara KUD Argopuro dengan PT. Nesle Indonesia, Pasuruan mampu menaikkan keuntungan atau mempunyai respon yang bagus terhadap peluang yang ada dan mampu menghindari adanya ancaman yang mengganggu kemitraan tersebut.

Tabel 7. Matrik EFE

No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	Adanya kemitraan berpeluang untuk menggali potensi yang ada untuk mendorong terpenuhinya kuota produksi	0,238	4	0,952
2	Adanya kemitraan berpeluang untuk meningkatkan SDM trampil baik teknis maupun administrasi	0,238	4	0,952
3	Dengan kemitraan berpeluang untuk dapat lebih mensejahterakan peternak karena adanya kepastian pasar dan harga	0,238	4	0,952
4	Dengan kemitraan menjamin terpenuhinya sumber bahan baku sesuai kapasitas produksi yang ada	0,095	3	0,285
5	Dengan kemitraan menjamin kepastian pengadaan bahan baku sesuai kualitas yang dipersyaratkan	0,095	3	0,285
<b>Sub Total Peluang</b>				<b>3,426</b>
<b>Ancaman</b>				
6	Adanya musim kemarau berpotensi menurunkan volume bahan baku susu sapi perah peternak	0,095	3	0,285
7	Adanya kompetitor dengan produksi berbahan baku susu sapi perah	0	3	0

<b>Sub Total Ancaman</b>		<b>0,285</b>
<b>Total</b>	<b>1,000</b>	<b>3,711</b>

Peluang utama dengan adanya kemitraan ini adalah kemitraan berpeluang untuk menggali potensi yang ada untuk mendorong terpenuhinya kuota produksi, adanya kemitraan berpeluang untuk meningkatkan SDM trampil baik teknis maupun administrasi dan dengan kemitraan berpeluang untuk dapat lebih mensejahterakan peternak karena adanya kepastian pasar dan harga dengan skor 0,952, selanjutnya diikuti dengan kemitraan menjamin terpenuhinya sumber bahan baku sesuai kapasitas produksi yang ada serta dengan kemitraan menjamin kepastian pengadaan bahan baku sesuai kualitas yang dipersyaratkan dengan skor 0,285. Respon terhadap ancaman yang ada adalah adanya musim kemarau yang dapat menurunkan volume produksi peternak karena kendala keterbatasan ketersediaan air, dan naiknya biaya produksi karena adanya biaya yang harus dikeluarkan oleh peternak untuk memenuhi kebutuhan akan air bagi ternaknya yaitu ditunjukkan dengan skor sebesar 0,285.



Gambar 3. Matriks IE

Kemitraan antara KUD Argopuro dengan PT. Nestle Indonesia, Pasuruan terletak pada kuadran I, atau masuk ke divisi tumbuh dan bina. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berada pada pasar yang kuat, sehingga memiliki peluang strategi yang sangat besar untuk berkembang (gambar 3).

### Rekomendasi Strategi

Rekomendasi strategi untuk organisasi tersebut yaitu mengembangkan lagi pos penampungan susu agar susu yang dihasilkan lebih banyak lagi, mempertahankan kualitas

susu yang sudah dihasilkan agar kemitraan tetap berjalan lancar karena organisasi ini terletak pada kuadran I (gambar 3) yang berarti posisi kuat. Perumusan strategi dilakukan dengan mengkombinasikan berbagai faktor yang telah diidentifikasi dan dikelompokkan. Hasil perumusan strategi dikelompokkan menjadi empat kelompok perumusan strategi yang terdiri dari: strategi kekuatan-peluang (SO), kekuatan-ancaman (ST), kelemahan-peluang (WO), dan kelemahan-ancaman (WT). Hasil analisis SWOT berupa perumusan strategi perlu diimplementasikan pada kebijakan perumusan strategi kemitraan antara KUD Argopuro dengan PT. Nestle Indonesia, Pasuruan. Alternatif strategi yang direkomendasikan adalah: 1) Petugas melakukan pembinaan lebih disiplin kepada peternak agar susu yang dihasilkan stabil karena susu sudah berkualitas baik, 2) Melakukan pelatihan pembuatan pakan olahan sehingga pada saat musim kemarau pakan stabil 3) Mempertahankan kualitas susu yang dihasilkan dari peternak agar kualitas tetap stabil 4) Membuat sesuatu yang berbeda dan lebih kreatif karena banyak sekali kompetitor yang sejenis

### **SIMPULAN**

Kemitraan antara KUD Argopuro dengan PT. Nestle Indonesia, Pasuruan terletak pada kuadran I, atau masuk ke divisi tumbuh dan bina. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berada pada pasar yang kuat, sehingga memiliki peluang strategi yang sangat besar untuk berkembang dan perlu untuk dipertahankan. Alternatif strategi yang direkomendasikan adalah: 1) Petugas melakukan pembinaan lebih disiplin kepada peternak agar susu yang dihasilkan stabil karena susu sudah berkualitas baik, 2) Melakukan pelatihan pembuatan pakan olahan sehingga pada saat musim kemarau pakan stabil 3) Mempertahankan kualitas susu yang dihasilkan dari peternak agar kualitas tetap stabil 4) Membuat sesuatu yang berbeda dan lebih kreatif karena banyak sekali kompetitor yang sejenis

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Peternakan Universitas Udayana karena izin Praktek Kerja Mahasiswa yang diberikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dr. I Nyoman Sumerta Miwada, S.Pt., MP., dan Ir. Anthonius Wayan Puger, MS., selaku dosen pembimbing penulis selama Praktek Kerja Mahasiswa (PKM) dilaksanakan. Penulis tidak lupa juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Suloso, SH. S.Pt selaku Manager di KUD Argopuro, Bapak Supriyadi, S.Pt selaku ketua pengurus KUD Argopuro, Bapak Mujiono, S.Pt selaku Sekretaris KUD Argopuro,

Bapak Drs. Menot Bs, S.Pt, Bapak Heriyanto, S.Pt selaku Sekretariat, Bapak Djumari selaku Divisi Produksi, Bapak Ribut Supeno selaku Divisi PMT, Bapak Sigit Rukminto, S.Pt selaku Divisi PSP beserta karyawan KUD Argopuro, Krucil, Probolinggo, Jawa Timur.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Buckle, K.A., R.A.Edwards, G.H.Fleet dan M.Wooton. 1995. Ilmu Pangan. Alih bahasa: H. Purnomo dan Adiono. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- David. 2012. Strategic Management. Terjemahan Sularno Tjitowardojo. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. 2012. Undang Undang Nomor 17 Tahun 2012 Tentang “Perkoperasian”. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Jakarta.
- Ngadiyono. 2007. Beternak Sapi. PT. Citra Aji Parama. Yogyakarta.
- Sumardjo, J. Sulaksana dan W.A. Darmono. 2004. Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis. Penebar Swadaya. 88 hal.
- Surakhmad, W. 1994. Penelitian Ilmiah. Dasar, Metode, dan Teknik. Tarsito. Bandung.