

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dengan melihat prospek peternak sapi perah yang sangat baik saat ini dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat akan susu sapi saat ini sangat meningkat 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. Strategi pengembangan usaha tani 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 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 .

BUMDES Makmur Abadi Desa Bendosari Kecamatan Sanan Kulon Kabupaten Blitar merupakan daerah yang potensial untuk pengembangan usaha sapi perah. Selain itu BUMDES Makmur Abadi Desa Bendosari merupakan BUMDES yang paling maju di daerah Blitar sehingga hal ini yang dianggap menarik dari BUMDES Makmur Abadi yang terletak di Desa Bendosari Kecamatan Sanan Kulon Kabupaten Blitar dari pada BUMDES-BUMDES yang lainnya. Kegiatan produksi di BUMDES Makmur Abadi Desa Bendosari 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 BUMDES Makmur Abadi Desa Bendosari Kecamatan Sanan Kulon Kabupaten Blitar. Di Desa Bendosari Kecamatan Sanan Kulon Kabupaten Blitar merupakan salah satu daerah yang sangat berpotensi untuk pengembangan sapi perah dan olahan dari susu sapi mengingat adanya tempat pengumpulan susu sapi yang sudah tersedia dan juga banyaknya masyarakat yang menjadi peternak sapi perah itu sendiri, itulah yang membuat BUMDES Makmur Abadi memilih untuk membuat olahan dari susu sapi yang dihasilkan oleh peternak sapi perah di sekitar wilayah tersebut. Tetapi selepas dari itu semua, BUMDES Makmur Abadi harus mempunyai sebuah strategi yang harus dilakukan untuk bisa bertahan

dalam persaingan pasar untuk memasarkan produk olahan susu sapi untuk meningkatkan pendapatan Desa.

Strategi adalah sebuah konsep yang wajib dipahami dan diterapkan oleh setiap *entrepreneur* maupun setiap manajer dalam segala macam jenis usaha. Strategi juga merupakan suatu keputusan tentang tujuan-tujuan apa yang akan diupayakan pencapaiannya, tindakan-tindakan apa yang harus dilakukan, dan bagaimana cara memanfaatkan sumber daya guna mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan.

Pemasaran akan semakin kuat kontribusi untuk membuat lebih banyak orang yang tahu tentang produk yang kita jual dengan cara menginformasikan produk yang kita jual untuk konsumen, kemungkinan pelanggan akan meningkatkan angka penjualan produk sebuah perusahaan. Melalui proses pemasaran, kita akan dapat menjelaskan mengenai produk, fungsi, dan manfaat dari produk yang kita buat. Karena konsumen akan menjadi tertarik ketika seorang penjual telah memberi tahu apa fungsi, manfaat, dan keuntungan ketika kita telah membeli sebuah produk.

Pada dasarnya tujuan dalam pendirian suatu perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan sangatlah dipengaruhi oleh kemampuan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Hal ini dikarenakan persaingan perusahaan yang semakin kompetitif dan bervariasi, suatu perusahaan haruslah memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan dan mempertahankan

bisnisnya. Dalam mempertahankan bisnisnya, perusahaan melakukan upaya-upaya mereka yang terbaik. Salah satunya adalah menggunakan strategi pemasaran yang baik sesuai dengan tujuan suatu perusahaan. Dalam hal ini strategi pemasaran dapat diartikan merupakan cara-cara atau kiat-kiat yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, baik itu eksternal maupun internal, dalam memperoleh pasar terbaik yang mereka inginkan atau sesuai dengan target suatu perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya.² Dalam hal ini perlunya peran pemerintah dan juga peran masyarakat Desa Bendosari untuk memanfaatkan potensi yang ada dan juga memaksimalkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk BUMDES Makmur Abadi.

Sehubungan dengan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN SUSU SAPI DALAM PENINGKATAN PENJUALAN DI BUMDES MAKMUR ABADI DESA BENDOSARI KECAMATAN SANAN KULON KABUPATEN BLITAR”**

²Geroge Stainer dan John Milner, *Manajemen Strategis*, (Erlangga, Jakarta), hal. 70

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka yang dapat dijadikan focus penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran di BUMDES Makmur Abadi?
2. Apa kendala yang dihadapi oleh BUMDES Makmur Abadi dalam memasarkan produknya?
3. Bagaimana solusi yang dilakukan oleh BUMDES Makmur Abadi dalam mengatasi masalah pemasaran produknya?

C. Tujuan Penelitian

Adanya tujuan dan kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Tujuan dari penelitian di BUMDES Makmur Abadi ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh BUMDES Makmur Abadi.
2. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh BUMDES Makmur Abadi dalam memasarkan produknya.
3. Untuk mengetahui solusi yang dilakukan oleh BUMDES Makmur Abadi dalam mengatasi masalah pemasaran produknya.

D. Batasan Masalah

Mengingat luasnya pembahasan mengenai strategi pemasaran susu sapi dalam peningkatan penjualan di BUMDES Makmur Abadi Desa Bendosari maka perlu adanya pembatasan masalah. Pembatasan masalah ini diharapkan agar pembahasan tidak terlalu meluas dan melebar serta terarah adapun pembahasan dari penelitian ini ialah strategi pemasaran yang dikaji adalah terkait dengan pemasaran yang meliputi strategi pemasaran, penjualan, serta peningkatan kualitas produk dan tempat oleh pelaku usaha di BUMDES Makmur Abadi Desa Bendosari.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat bagi beberapa orang. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dalam suatu perusahaan strategi pemasaran produk sangat penting guna mewujudkan tercapainya keuntungan yang diinginkan. Strategi pemasaran adalah rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu dalam peningkatan jumlah penjualan suatu perusahaan. Strategi pemasaran sangat mempunyai peranan yang besar dalam sebuah perusahaan / bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Praktisi/Pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi pengusaha dalam menerapkan strategi pemasaran produk, dan cara meningkatkan pendapatan suatu perusahaan.

b. Bagi Akademik

Secara akademik, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait strategi pemasaran, manajemen pemasaran, dan peningkatan penjualan.

c. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai bahan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang strategi pemasaran, manajemen pemasaran, dan peningkatan penjualan.

F. Definisi Istilah

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Strategi Pemasaran Susu Sapi dalam Peningkatan Penjualan di BUMDES Makmur Abadi Desa Bendosari” adalah sebagai berikut:

a. Strategi

Strategi adalah suatu langkah atau proses untuk mengembangkan, mempertahankan, menentukan sasaran-sasaran perusahaan untuk memasarkan produknya agar dapat diterima konsumen.³ Strategi adalah rencana-rencana perusahaan dalam menghadapi tantangan lingkungan, serta memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Strategi dilakukan dengan rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan dan dilakukan secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan.⁴

b. Pemasaran

Pemasaran mempunyai arti yang beragam berdasarkan pemirsa, media, dan dinamika pasar. Itu sebabnya tidak heran bahwa pemasar mendefinisikan pemasaran dengan pandangan yang berbeda. Pemasaran berasal dari kata dasar “pasar” dimana salah satu pengertian umumnya adalah tempat dimana terjadinya transaksi jual beli barang atau jasa dan transaksi tukar menukar barang atau jasa antara penjual dengan pembeli. Pemasaran merupakan aktivitas, mengatur lembaga, dan proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan, dan

³ Zelner, *Pemasaran Bank*, Kencana, (Jakarta: 2004), hal 63

⁴ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta : PT Bumi Aksara,2008), hal.17

bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya.⁵

c. Peningkatan Penjualan

Dalam peningkatan penjualan kegiatan promosi sangatlah berpengaruh untuk meningkatkan penjualan. Pada hakikatnya promosi adalah fasilitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas produk agar bisa diterima dan diminati. Promosi adalah komunikasi yang persuasive, maksudnya adalah komunikator yang secara terencana mengatur berita dan acara penyimpanannya untuk mendapatkan sikap dan tingkah laku sipenerima (target terdekat). Penjualan pribadi adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditunjukkan untuk menciptakan penjualan. Sedangkan promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran selain penjualan pribadi, periklanan dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer.⁶

2. Definisi Operasional

Secara operasional strategi pemasaran susu sapi dalam peningkatan penjualan di BUMDES Makmur Abadi di Desa Bendosari

⁵ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 1-2

⁶ Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2003), hal. 349

Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran. Dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat penjualan di BUMDES Makmur Abadi di Desa Bendosari Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan laporan penelitian ini terdapat 6 pembahasan dimana setiap bab terdiri dari sub-sub bab sebagai perinciannya, hal ini ditujukan untuk menghasilkan pembahasan yang sistematis antara pembahasan yang satu dengan yang lainnya, serta agar dalam pembahasan mendapat gambaran yang jelas dan menyeluruh. Adapun sistematika pembahasan pada penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, focus penelitian, tujuan dari penelitian, identifikasi masalah dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan untuk mengetahui arah penulisan pada penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan membahas tentang landasan teori yang berguna sebagai alat analisa pada data penelitian ini. Bab ini terdiri dari 4 sub bab yang mencakup manajemen pemasaran, strategi pemasaran, penjualan dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini digunakan untuk menentukan jenis penelitian yang berisi tentang menggali data dan analisis data. Bab ini terdiri dari 8 sub bab yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan data dan tahap-tahap dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai hasil penelitian dan paparan data yang berkaitan dengan tema skripsi. Pada bab ini terdiri dari 3 sub bab mencakup tentang gambaran umum objek penelitian, paparan data, dan temuan penelitian. Adapun paparan data dan temuan data menguraikan tentang strategi pemasaran susu sapi di BUMDES Makmur Abadi Desa Bendosari dalam peningkatan penjualan Desa.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang pembahasan terkait dengan hasil temuan yang di analisa dengan teori-teori yang disajikan dalam bab 2. Bab ini mencakup tentang pembahasan strategi pemasaran susu sapi di BUMDES Bendosari dalam peningkatan penjualan.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab terakhir ini adalah hasil akhir dalam penelitian dan memberikan kesimpulan serta saran dalam skripsi.