

BAB IV

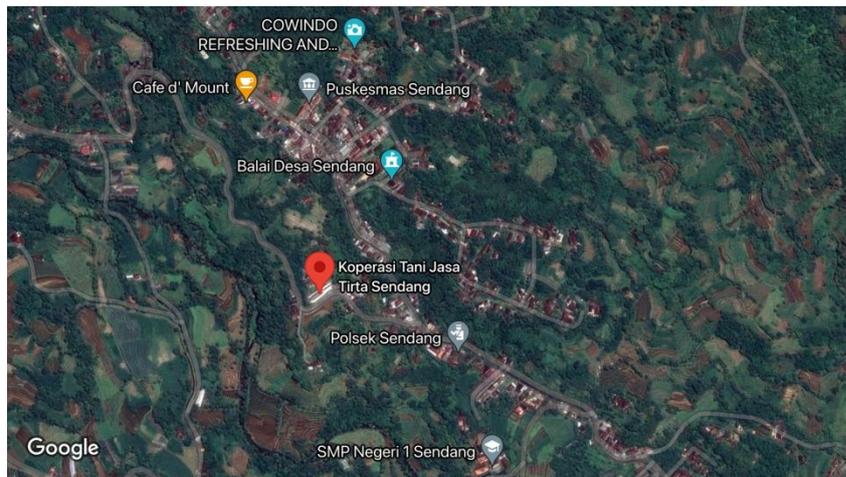
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Lokasi penelitian

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Pusat pemerintahan kabupaten Tulungagung berada di kecamatan Tulungagung. Luas wilayah kabupaten tulungagung yaitu 1.055,65 km². Secara topografi Tulungagung terletak pada ketinggian 85m diatas permukaan laut. Bagian barat laut Kabupaten Tulungagung merupakan daerah pegunungan yang merupakan bagian dari gunung wilis-liman. Bagian tengah adalah dataran rendah, sedangkan bagian selatan merupakan pegunungan rangkaian dari pegunungan kidul. Disebelah barat laut Tulungagung tepatnya di Kecamatan Sendang, terdapat gunung wilis sebagai titik tertinggi kabupaten Tulungagung yang memiliki ketinggian 2552m.

Sendang adalah sebuah Kecamatan di Kabupaten Tulungagung. Kecamatan sendang ini berada di lereng gunung wilis bagian selatan, karena lokasi yang berada di dataran tinggi Kecamatan Sendang terkenal akan produksi susu sapi perah. Dengan potensi yang ada banyak sekali koperasi maupun pengusaha yang menjalankan usaha sebagai penampung susu sapi perah yang bekerjasama dengan peternak sapi perah. Penelitian ini berada di Koperasi Tani Jasa Tirta yang beralamat di Jalan Raya Sendang-Penampean Desa Geger Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. Lokasi Koperasi ini dapat dijangkau menggunakan *Google Maps*.



Gambar 4.1

Lokasi Koperasi Tani Jasa Tirta Sendang

2. Sejarah Koperasi Tani Jasa Tirta

Koperasi Tani Jasa Tirta berdiri sejak tahun 1999, awalnya koperasi ini didirikan oleh lima tokoh pendiri koperasi yaitu bapak Ruseni, sugito, Sujiono, Miskanto dan Yanto. Latar belakang berdirinya koperasi ini awalnya adalah kelompok HIPA (Himpunan Petani Pemakai Air) yang mana HIPA Desa Sendang ini akhirnya mempunyai aset yang dimanfaatkan untuk simpan pinjam kelompok karena sulitnya penagihan pada saat itu akhirnya anggota memutuskan untuk membuat badan hukum untuk membentuk legalitas agar memudahkan penyelesaian dana yang dipinjam oleh anggota.

Adanya semangat gotong royong, kebersamaan, kerja keras dan loyalitas untuk memperjuangkan koperasi ini yang awalnya koperasi ini tidak mempunyai modal sama sekali dan akhirnya koperasi memutuskan untuk menyertakan modal dari anggota yang digunakan untuk usaha pupuk akhirnya mengalami kerugian. Angka kerugian yang dialami koperasi ini adalah 250.000 pada masa itu. Meskipun mengalami kerugian namun hal itu tidak

mematahkan semangat para anggota koperasi ini.

Kerugian yang dialami oleh Koperasi Tani Jasa Tirta ini tidak menyurutkan minat anggotanya untuk terus berusaha. Setelah mengalami kerugian pada usaha pupuk kini koperasi ini bangkit lagi dan memulai usaha baru yaitu usaha pakan ternak. Koperasi ini awalnya hanya membuat gamblong kemudian merambah ke pakan ternak *mix*. Pembuatan pakan ternak *mix* ini dikelola oleh anggotanya sendiri dan modal usaha ini bersifat kemitraan (sistim pinjam bayar).

Keuletan yang dilakukan oleh pendahulu anggota koperasi ini termasuk pak miskanto sehingga untuk usaha pakan ternak mulai tahun 2003 koperasi ini mencoba melakukan pengembangan usaha baru yaitu susu sapi perah. Dalam menjalankan usaha susu ini tidak semudah yang dibayangkan, dalam pemasarannya pun tidak hanya setor, terima, bayar artinya pemasaran susu ini sulit jika tidak memasuki dilinknya pabrik sehingga koperasi ini memutuskan untuk mencari pabrik untuk diajak bekerja sama.

Usaha yang dilakukan oleh koperasi ini untuk mencari mitra yang berkompeten dan yang kuat berjalan dengan rentan waktu yang lama. Setelah mengalami perjalanan yang cukup panjang akhirnya pada tahun 2010 koperasi ini memutuskan untuk bekerja sama dengan pabrik Frisian Flag Indonesia yang berlokasi di kota Jakarta. Dari perjalanan ini karena koperasi ini mempunyai program yang besar tapi dengan finansial yang kurang cukup tetapi tidak menyurutkan semangat anggota koperasi ini sehingga program tersebut tetap berupaya dilaksanakan.

Selain menyeter susu ini ke pabrik koperasi ini mencoba untuk membuat produk olahan susu segar yang dinamainya “susu hebat”, karena mengurus surat perizinan yang sulit dan susu ini tidak bisa bertahan lama mengakibatkan pembuatan produk susu

ini tidak bisa berkembang. Koperasi ini kemudian membuat air mineral kemasan yang dinamainya “arsend” yang sudah mendapatkan perizinan dan untuk pemasarannya sendiri sudah mulai berkembang dengan baik. Setelah itu koperasi ini membuat usaha tempat wisata yang dinamai dengan “origreen” yang awalnya sudah mulai berkembang namun akibat pandemi covid-19 ini mengakibatkan wisata ini tidak berkembang dengan baik.

Pemasaran susu sapi perah di Koperasi Tani Jasa tirta ini dipasarkan di beberapa tempat yaitu di pabrik Frisian Flag Indonesia, selain itu juga diolah sendiri yang kemudian juga dipasarkan sendiri namun kapasitas pengolahannya sangat kecil yaitu hanya 50 liter dalam sehari, selain diolah sendiri susu ini juga menerima pesanan dari kios penjual susu racik dimana pemilik kios ini dari Tulungagung dan Kediri, namun pengambilan susu sapi dari kios ini tidak banyak yaitu sekitar 500 liter dalam sebulan. Sehingga secara keseluruhan penjualan susu sapi perah ini di pasarkan di Frisian Flag Indonesia yaitu sekitar 99%.⁴⁴

3. Visi Misi Koperasi Tani Jasa Tirta

Visi :

Menjadi koperasi berkualitas, mandiri, demokratis dan berkeadilan untuk kesejahteraan anggota.

Misi :

-Komitmen untuk menjadi “bank”-nya petani

-Manajemen yang baik, mental yang jujur dan skil yang memadai

-Melaksanakan pembinaan anggota dan pengurus secara berkesinambungan

-Membantu mewujudkan keinginan anggota dalam

⁴⁴ Wawancara ketua Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 05 Juni 2021

mengembangkan ekonomi keluarga

-Optimilasi bekerja sama dengan berbagai pihak

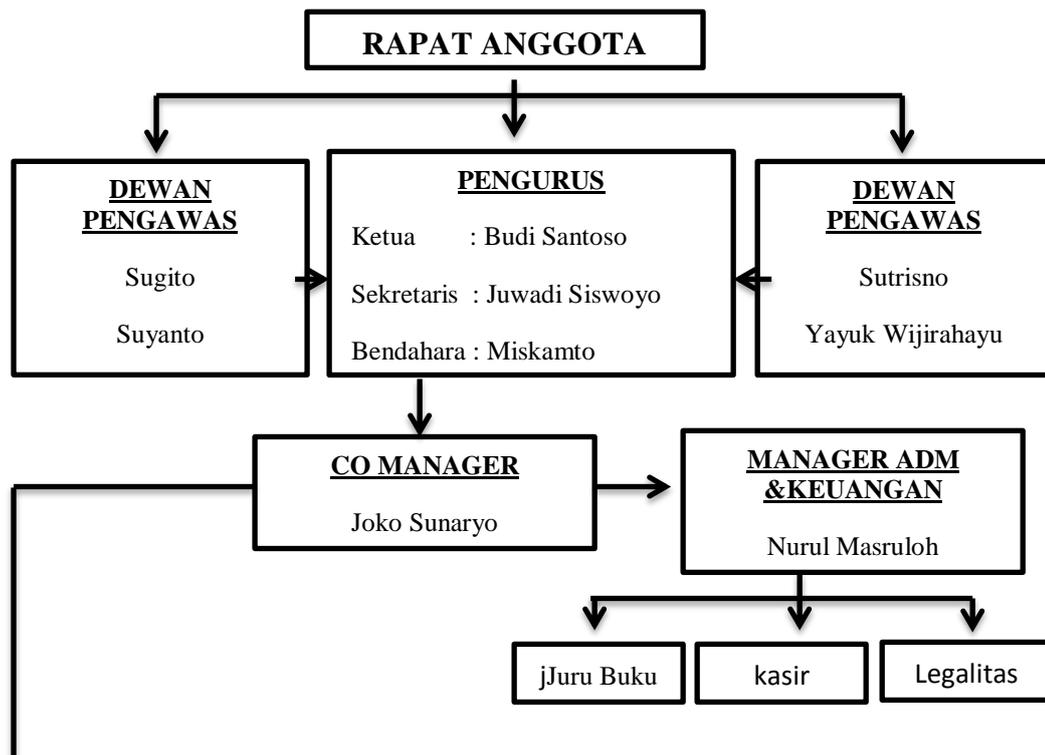
-Menerapkan paket teknologi tepat guna untuk menyediakan sarana dan prasarana produksi.

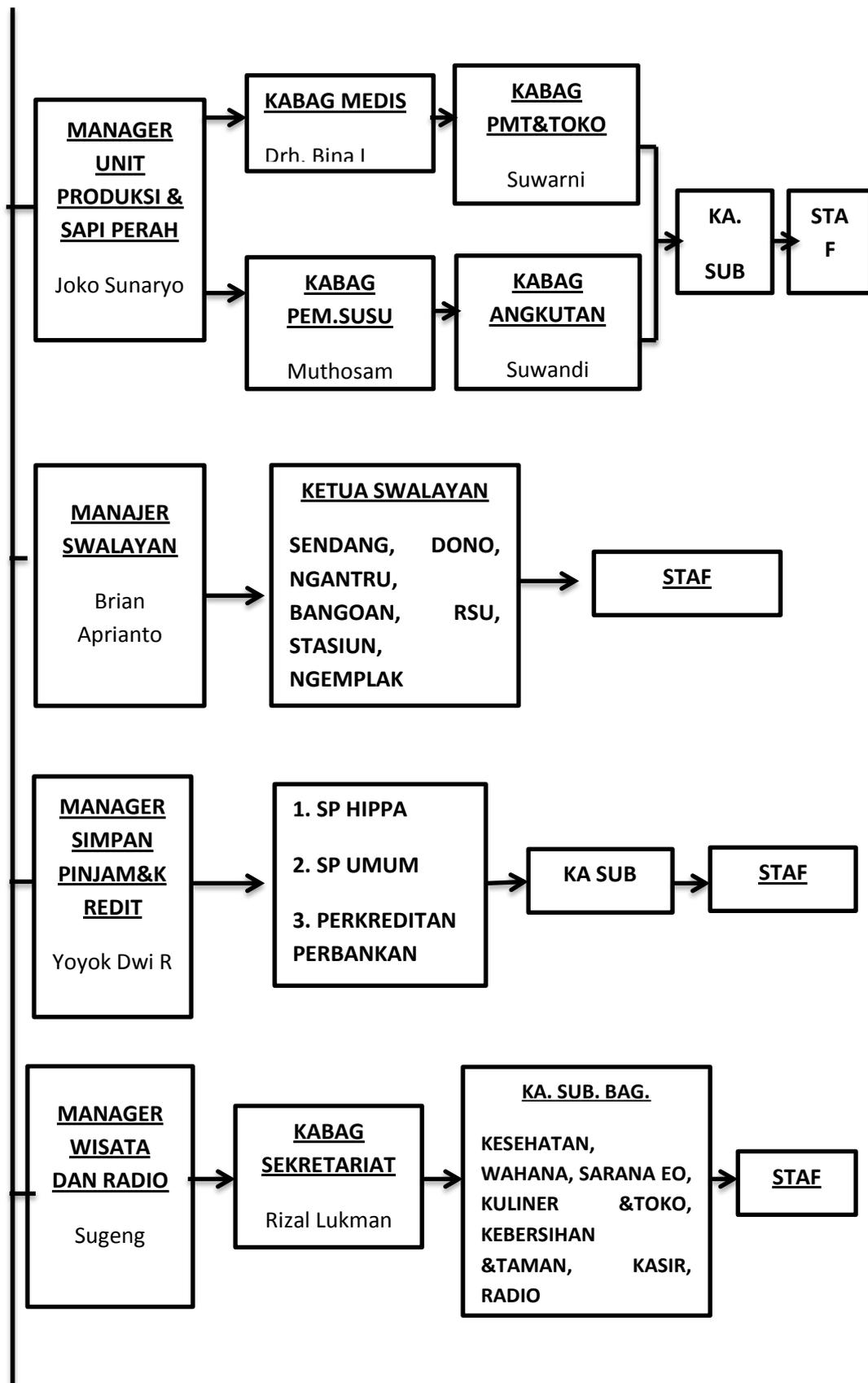
4. Struktur Organisasi Koperasi Tani Jasa Tirta

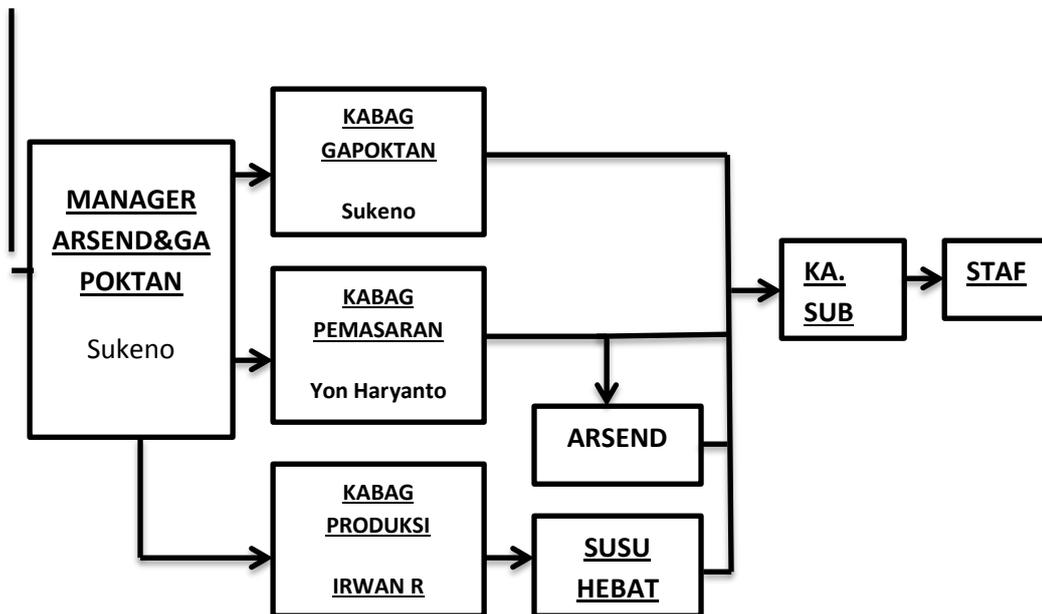
Struktur organisasi adalah suatu sistem yang digunakan untuk mendefinisikan suatu hirarki dalam suatu organisasi. Hal ini untuk mengidentifikasi setiap pekerjaan, fungsinya untuk melapor ke organisasi. Struktur organisasi ini dikembangkan untuk menetapkan bagaimana bisnis beroperasi dan membantu usaha dalam mencapai tujuan untuk memungkinkan pertumbuhan di masa depan. Struktur organisasi ini biasanya diilustrasikan menggunakan bagan organisasi. Berikut ini adalah struktur organisasi Koperasi Tani Jasa Tirta Kecamatan Sendang :

Skema 4.1

Struktur Organisasi







Sumber data : Koperasi Tani Jasa Tirta

5. Volume Penjualan Susu Sapi Perah Koperasi Tani Jasa Tirta

Volume penjualan merupakan keseluruhan dari hasil penjualan produk yang dihitung berdasarkan unit, ton, liter, dll. Berikut ini adalah tingkat penjualan susu sapi perah di Koperasi Tani Jasa Tirta selama beberapa bulan :

Tabel 4.1

Volume Penjualan

No.	Bulan	Tahun	Jumlah penjualan (Liter)
1.	Januari	2021	792.802
2.	Februari	2021	710.503
3.	Maret	2021	779.220
4.	April	2021	780.900

5.	Mei	2021	783.535
6.	Juni	2021	783.900

Sumber data : Koperasi Tani Jasa Tirta⁴⁵

B. Paparan Data

Temuan penelitian pada penulisa skripsi bertujuan untuk mempermudah dalam menjelaskan permasalahan yang diteliti. Penulis memaparkan hasil temuan yang berkaitan dengan fokus penelitian. Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu strategi pemasaran susu sapi perah dalam meningkatkan volume penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta. Berikut ini adalah temuan penelitian yang penulis dapatkan saat berada di lapangan :

1. Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta

Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi kebutuhan pasar. Tujuan utamanya yaitu untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi pemasaran. Dengan melakukan strategi pemasaran yang baik tentunya akan meningkatkan volume penjualan pada perusahaan atau organisasi sehingga pendapatan pun juga akan meningkat. Begitu juga dengan Koperasi Tani Jasa Tirta untuk meningkatkan volume penjualannya koperasi ini melakukan strategi pemasaran *marketing mix* (4P) yaitu : produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), saluran distribusi (*place*).

a. Produk (*Product*)

⁴⁵ Observasi Peneliti Tanggal 03 Juni 2021

Produk merupakan semua bentuk yang ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen sehingga memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam memasarkan sebuah produk sebagai perusahaan atau organisasi harus menjaga kualitas produk yang dijual agar dapat memuaskan konsumen serta dapat bersaing di pasaran. Berikut ini merupakan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Budi Santoso Selaku ketua dari Koperasi Tani Jasa Tirta:

“Ada tiga hal yang menjadi pedoman dalam memasarkan susu sapi perah yaitu asli, bersih, dan cepat jadi kuncinya disini. Jadi susu asli memang artinya mempunyai daya tahan yang bagus sehingga bisa disetor di pabrik Frisian Flag Indonesia kemudian bersih, jadi bersih ini nanti akan berpengaruh pada TPC (Total Plate Count) nanti jika tidak menjaga kebersihan maka mikroorganisme (TPC) akan cepat berkembang. Kemudian asli, bersih dan cepat nah ini yang memang kita tetap menggenjot ketiganya ini sampai dipendinginan ini harus cepat jangan sampai lebih dari satu jam atau satu setengah jam ini yang paling utama. Selain itu ketika sudah dingin mencapai satu derajat kita nanti akan kirim menggunakan tangki double wall (tangki dobel dinding). Dengan menggunakan tangki double wall tersebut perjalanan dari koperasi sampai di pabrik FFI suhu tersebut akan mencapai tujuh derajat (maksimal). Untuk pengiriman susu sapi perah ini dilakukan setiap hari. Untuk target ditahun ini kita mudah-mudahan bisa tembus di angka tiga puluh ribu liter. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam meningkatkan target penjualan susu itu nanti akan meningkat adanya jumlah populasi, jumlah peternak, dan juga peningkatan produksi itu sendiri. Jumlah populasi ini dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan BNI artinya akan bekerjasama untuk memberikan KUR agar bisa menambah populasi di pihak peternak, kemudian jumlah peternak kita berupaya untuk mengamankan tanggal gajian agar tepat waktu karena itu merupakan satu pelayanan kita yang dapat dijual ke peternak. Kemudian penambahan jumlah ternak produksi per ekornya ini tidak lepas dari suplemen makanan yang tersedia yang hari ini kita pacu yaitu di kualitas pakannya karena kemarin kita dipakan konsentrat ini sebenarnya rugi tapi kita subsidi agar bagaimana terjangkau dipeternak dan kualitasnya

*bagus yang akhirnya demi produksi susu jadi sebenarnya itu.*⁴⁶

Pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Joko Sunaryo selaku koordinator manager :

*“Dalam menjaga kualitas produk itu harus asli, bersih dan cepat. Dalam menyimpan susu agar tidak mudah basi yaitu harus cepat diletakkan dipendingin jadi tidak boleh lebih dari satu atau satu setengah jam. Pengiriman susu ini dilakukan setiap hari dan pengiriman ke pabrik setiap hari itu dua rit (dua tangki) itu sekitar dua puluh satu ton. Jadi dua hari itu sekitar lima rit (lima tangki). Beberapa hal yang harus diupayakan untuk memenuhi target kita harus menjaga kualitas pakan ternak yang kita berikan ke petani karena pakan ternak ini akan berpengaruh terhadap susu yang dihasilkan oleh sapi perah tersebut.”*⁴⁷

Berdasarkan pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menjaga kualitas produk susu sapi perah Koperasi Tani Jasa Tirta menerapkan 3 pedoman dalam memasarkan susu sapi perah yaitu asli, bersih dan cepat. Jadi susu ini harus asli artinya mempunyai daya tahan yang bagus sehingga bisa disetor di pabrik. Susu harus bersih, kebersihan susu nantinya akan berpengaruh terhadap jumlah mikroorganisme (TPC). Cepat, dalam melakukan pengambilan susu sapi perah dari peternak ini harus cepat sampai di mesin pendingin jangan sampai melebihi satu atau satu setengah jam. Dalam pengiriman ke pabrik susu ini dilakukan setiap hari dan untuk menjaga kualitasnya koperasi ini menggunakan tangki double wall (tangki dobel dinding) untuk mengirim susu ke pabrik Frisian Flag Indonesia. Untuk mencapai target penjualan koperasi ini melakukan beberapa upaya yaitu dengan menambah jumlah populasi, jumlah peternak dan juga

⁴⁶ Wawancara bersama dengan Bapak Budi Santoso selaku Ketua Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

⁴⁷ Wawancara bersama dengan Bapak Joko Sunaryo selaku Koordinator Manager di Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

peningkatan produk susu sapi.

Hal ini diperkuat lagi dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut :

“Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, memang benar bahwa koperasi ini menerapkan tiga pedoman dalam menjaga kualitas produknya, yaitu dengan cara menjaga keaslian dari susu sapi perah, menjaga kebersihan susu dan juga kerja yang cepat dalam meletakkan susu ke dalam pendingin. Dalam pengiriman susu ini juga dilakukan setiap hari dan tangki yang digunakan juga dilapisi dengan dua dinding(tangki double wall). Dan dalam mencapai penjualannya koperasi ini juga melakukan beberapa upaya untuk terus menambah populasi jumlah peternak.”

Hal ini juga diperkuat dengan dokumentasi bukti wawancara bersama dengan narasumber.



Gambar 4.2

Foto wawancara bersama narasumber⁴⁸

⁴⁸ Dokumentasi pada Tanggal 03 Juli 2021

Gambar diatas menunjukkan bahwa hasil foto yang telah dilakukan setelah wawancara bersama dengan narasumber mengenai strategi pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan bukti dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi pemasaran yang telah dilakukan yaitu dalam menjaga kualitas produknya itu harus menjaga keaslian susu, kebersihan susu dan juga harus dengan cepat memasukkan susu ke mesin pendingin agar tidak basi. Pengiriman susu ini dilakukan setiap hari dan untuk menjaga susu agar tidak basi di perjalanan maka koperasi ini menggunakan angkutan berupa tangki yang double wall (dobel dinding). Dan untuk mencapai target penjualan koperasi ini melakukan beberapa upaya untuk menambah populasi jumlah peternak sehingga produksi susu bisa lebih maksimal.

b. Harga (*Price*)

Harga yang dimaksud disini adalah uang yang harus diberikan customer kepada perusahaan atau organisasi untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan. Pada poin ini perusahaan atau organisasi ini harus berfikir bagaimana cara agar perusahaan atau organisasi ini dapat membuat customer merasa uang yang mereka berikan itu sebanding dengan produk yang didapatkan. Berikut ini adalah penjelasan yang diberikan oleh Bapak Budi Santoso selaku ketua Koperasi Tani Jasa Tirta.

“Kalau di koperasi ini harga rata-rata susu sapi ini 5.650 rupiah per liter nya. Kalau kita itu biasanya jadi objek penderita artinya untuk harga itu yang menentukan ya pabrik. Sehingga ini yang menjadi problem kita sedangkan aturan-aturan pabrik itu luar biasa banyaknya, dari sisi kualitas itu nanti meliputi total fat clone, total solid (TS). Tapi sekarang TS ini jarang dipakai yang dipakai sekarang ini malah fat

sama protein penerimaan di FFI itu tapi itu malah lebih susah lagi. Pemasaran sulit kalau sudah fat sama protein memang perusahaan yang diambil benefitnya disitu tapi disituasi seperti itu kita yang kualahan. Karena fat dan protein ini tergantung dari yang konsumsi ternak, baik rumput dan konsentrat yang diberikan. Sehingga konsentrat yang kita berikan itu sebenarnya malah lebih berani dari perusahaan lain artinya karena pembudidayaan kita itu sistim kualitas TS nya berapa gitu, kalau sudah masuk labolatorium pada hari terakhir misalnya tanggal dua puluh atau tiga puluh itu kalau peternak tanya harga itu kami sudah tau untuk periode ini. Nah ini yang sebenarnya kita kemarin spekulasi harga dari pabrik belum turun karena dari pabrik itu harga turun 14 hari setelah pengiriman jadi membuat pembayaran. Tapi kita berani memberikan harga ke peternak padahal kita tidak tau TPC nya. Padahal di barik itu yang mempengaruhi harga itu TPC nya sehingga inilah kemarin kita membuat spekulasi dan dengan sistim yang ada alhamdulillah kita bisa.”⁴⁹

Berikut ini pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Joko Sunaryo selaku koordinator manager di Koperasi Tani Jasa Tirta :

“Kalau rata-rata harga susu sapi di koperasi ini 5.650 rupiah perliter, tapi biasanya jika kualitas susu bagus bisa muncul harga 5.700-5.800 rupiah per liter. Ya kalau untuk harga ditentukan oleh pabrik Frisian Flag Indonesia. Dan aturan yang diterapkan di pabrik itu sangat banyak, namun kita harus tetap menjaga kualitas produk agar tidak mengecewakan pabrik.”⁵⁰

Hal ini diperkuat lagi dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut :

“Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, memang benar adanya jika harga penjualan susu sapi perah di koperasi Tani Jasa Tirta yang dipasarkan di pabrik Frisian Flag Indonesia(FFI) itu ditentukan oleh pabrik FFI itu sendiri.

⁴⁹ Wawancara Bapak Budi Santoso selaku ketua Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

⁵⁰ Wawancara Bapak Joko Sunaryo selaku coordinator Manager Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

Hal ini dibuktikan adanya aturan-aturan yang ada di pabrik dan harga tersebut ditentukan dari kualitas susu dari koperasi itu sendiri. Sehingga pabrik membuat harga sesuai dengan kualitas produk yang ada, jika kualitas bagus maka harga yang diberikan juga seimbang dengan harganya. Namun disini koperasi Tani Jasa Tirta tetap mengutamakan kualitas artinya koperasi tetap melakukan upaya-upaya untuk memperoleh susu yang bagus yang sesuai dengan aturan yang ada di pabrik. Hal ini dibuktikan dengan koperasi memberikan konsentrat yang lebih bagus dari yang lain ke peternak sapi, sehingga kemungkinan menghasilkan susu yang berkualitas dapat dicapai.”

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Koperasi Tani Jasa Tirta tetap menjaga kualitas produknya yang akan di pasarkan ke pabrik Frisian Flag Indonesia. Upaya yang dilakukan koperasi ini untuk tetap menjaga kualitas produknya yaitu dengan menjaga keaslian, kebersihan dan kecepatan susu sapi perah. Dan salah satu upaya yang dilakukan oleh koperasi ini adalah dengan memberikan konsentrat yang kualitasnya lebih bagus dari pesaing yang tujuannya sapi milik peternak bisa menghasilkan susu yang berkualitas. Hal ini diperkuat lagi dengan adanya bukti dokumentasi dari Koperasi Tani Jasa Tirta .



Gambar 4.3

Dokumentasi ruang pengolahan konsentrat ⁵¹

Gambar diatas menunjukkan bahwa untuk kualitas produk yang berkualitas dan memperoleh harga yang seimbang dengan produk maka koperasi membuat upaya untuk meningkatkan kualitas produk susu dari sapi peternak dengan mengolah konsentrat yang berkualitas unggul dari pesaing.

c. Saluran Distribusi (*Place*)

Berhasil atau tidaknya suatu strategi pemasaran ditentukan juga oleh saluran distribusi. Didalam *marketing mix* saluran distribusi menempati posisi krusial saluran distribusi sendiri yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat jasa atau produk yang mudah diperoleh oleh customer. Perusahaan haruslah memperhatikan kemudahan akses dan ketersediaan produk, karena tujuan dari distribusi

⁵¹ Dokumentasi pada Tanggal 03 Juli 2021

sendiri ialah menyediakan produk dan jasa untuk konsumen pada tempat dan waktu yang tepat. Berikut ini pernyataan tentang saluran distribusi dan sistim pengawasan gudang yang disampaikan oleh ketua Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut :

“Kita melihat kredibilitas masing-masing pabrik karena kita itu melakukan usaha susu ini sudah lama ya mbak, jadi kita merasakan rasanya mengikuti beberapa pabrik bagaimana. Dulu pernah ikut di garuda food bagaimana, kemudian kita di greenfields, kemudian di indolakto gimana. Ya itu dari seleksi apa yang telah kita lakukan hari ini. Untuk menerapkan sistim gudang yang kami lakukan sekarang ini untuk menjaga kualitas susu yaitu SOP dari penerimaan susu mbak dari susu datang kemudian diuji di laboratorium kemudian disedot dipendinginan(cooling) itu ada cek suhu setiap satu atau dua jam jadi untuk mengecek mesin ini bermasalah atau tidak. Selain itu juga kita selalu mengevaluasi hasil lab susu pertangki. Dari hasil lab per tangki ini nanti jika susu yang bagus akan langsung dimasukkan ke mesin cooling. Pada saat dimesin pendinginan alat ini rusak tidak, nah ini nanti ada cek list untuk suhu, jika suhu ini sudah mencukupi akan kita kirim, nah saat akan kirim kita cek dulu tangkinya bersih atau tidak jadi kita kontrol setelah susu itu dinaikkan baru itu nanti tes terakhir seperti tes antibiotik tiga jam an, tes pecah kemudian Tsnya berapa kalau oke nanti disegel baru berangkat.”⁵²

Berikut ini pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Joko Sunaryo selaku koordinator manager :

“Jadi kita itu menyeleksi pabrik untuk sasaran penjualan kita. Sebelum kita bekerjasama dengan pabrik FFI ini kita dulu juga pernah bekerja sama dengan beberapa pabrik. Jadi ininya kita itu melihat kredibilitas dari masing-masing pabrik untuk memutuskan bekerjasama dengan pabrik tersebut. Untuk sistim gudangnya kita tetap menjaga kualitas susu dengan menerapkan sistim SOP dari koperasi ini.”⁵³

Hal ini juga diperkuat hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut :

⁵² Wawancara bersama dengan ketua Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

⁵³ Wawancara dengan coordinator manager pada Tanggal 03 Juni 2021

“Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, memang benar adanya jika koperasi ini untuk melakukan saluran distribusinya dengan melihat kredibilitas dari pabrik itu sendiri. Hal ini dibuktikan dengan adanya kerjasama dengan beberapa pabrik terdahulu, namun sekarang koperasi ini memutuskan bekerjasama dengan pabrik Frisian Flag. Dan dengan keputusan untuk bekerjasama dengan pabrik FFI ini maka koperasi tetap berupaya menjaga kualitas produknya, dan hal yang paling penting dalam menjaga kualitas produk yaitu dengan melakukan pengawasan gudang dengan menerapkan sistim SOP yang ada di koperasi.”

Hal ini diperkuat dengan bukti dokumentasi saluran distribusi dengan menerapkan pengawasan gudang yang dilakukan oleh Koperasi Tani Jasa Tirta.



Gambar 4.4

Ruang pendingin (cooling unit) untuk menjaga kualitas susu⁵⁴



Gambar 4.5

Tangki double wall pengangkut susu ke pabrik⁵⁵

Gambar diatas menunjukkan bahwa saluran distribusi yang dilakukan dengan melakukan pengawasan gudang dengan sistim SOP yang ada, salah satu upaya yang diterapkan dengan menjaga kebersihan di mesin cooling maupun menjaga kebersihan tangki.

Berdasarkan wawancara, observasi dan bukti dokumentasi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa saluran distribusi yang dilakukan koperasi ini dengan melakukan pengawasan gudang dengan menerapkan sistim SOP yang

⁵⁴ Dokumentasi pada Tanggal 03 Juli 2021

⁵⁵ Dokumentasi pada Tanggal 03 Juli 2021

telah ditetapkan oleh koperasi. Beberapa SOP yang diterapkan diantaranya harus menjaga kebersihan susu, melakukan tes laboratorium pada susu dan mengevaluasi hasil tes laboratorium pada susu.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah sebuah upaya membujuk untuk mengajak konsumen untuk menggunakan produk atau pun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Salah satu tujuan dari promosi ini yaitu untuk mendapatkan konsumen baru dan untuk menjaga loyalitas konsumen tersebut. Berikut ini merupakan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Budi Santoso selaku ketua Koperasi Tani Jasa Tirta mengenai promosi yang dilakukan.

“Biasanya yang diminta awalnya pabrik itu tentang kualitas susu. Ketika kita kirim sebelumnya kita itu tes susu kita jadi Tsnya berapa, fat berapa dan sebagainya. Kemudian dia dulu misalnya dikirim di pabrik sebelumnya itu TPCnya berapa nah ketika pabrik sudah melihat oh susu ini bagus ini kita bisa bekerjasama, jadi pabrik ini melihat progres sejak awal dari kualitas susu yang kita dapatkan.”⁵⁶

Berikut ini pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Joko Sunaryo selaku koordinator manager di Koperasi Tani Jasa Tirta.

“Ya kalau pabrik itu yang diminta tentang kualitas susu, jadi kita itu menawarkan bekerjasama dengan pabrik dengan cara memberi tau tentang kualitas susu kita. Nah ketika pabrik melihat jika susu ini kualitasnya bagus maka kita bisa bekerjasama dengan pabrik tersebut.”⁵⁷

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai

⁵⁶ Wawancara Bersama dengan Ketua Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

⁵⁷ Wawancara Bersama dengan Koordinator Manager pada Tanggal 03 Juni 2021

berikut :

“Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, memang benar bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh koperasi ini dengan menawarkan kualitas produknya kepada pabrik. Koperasi ini selalu menjaga kualitas susu dengan berbagai upaya yang dilakukannya seperti menjaga keaslian, kebersihan, kecepatan, dan selalu evaluasi hasil tes laboratorium susu sapi perah. Dari sini lah koperasi ini selalu menjaga kualitas produknya agar dapat memuaskan pabrik.”

Hal ini diperkuat lagi dengan bukti dokumentasi promosi dengan memberikan kualitas kepada pabrik Frisian Flag yang dilakukan oleh Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut.



Gambar 4.6

Dokumentasi susu sapi dengan kualitas yang bagus⁵⁸

⁵⁸ Dokumentasi pada Tanggal 03 Juli 2021



Gambar 4.7

Sampel sapi perah milik peternak yang terjaga kebersihannya⁵⁹



Gambar 4.8

Dokumentasi piagam penghargaan Koperasi Tani Jasa Tirta⁶⁰

Gambar diatas menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan Koperasi Tani Jasa Tirta dilakukan dengan menunjukkan kualitas susu yang bagus kepada pabrik

⁵⁹ Dokumentasi pada Tanggal 03 Juli 2021

⁶⁰ Dokumentasi pada Tanggal 03 Juli 2021

selain itu koperasi ini juga pernah mendapatkan piagam penghargaan dari Provinsi Jawa Timur.

Berdasarkan wawancara, observasi dan bukti dokumentasi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh koperasi ini dengan cara menjaga kualitas susu kemudian mempromosikan kepada pabrik untuk diajak bekerjasama. Jika kualitas susunya bagus dan memenuhi standar dari pabrik maka pabrik tersebut mau bekerjasama dengan koperasi ini.

2. Kendala dan Solusi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan dan pengiriman produk ke konsumen atau ke perusahaan lain. Disetiap kegiatan yang dilakukan pasti ada kendala baik kendala internal maupun eksternal namun setiap kendala pasti selalu ada solusi untuk menyelesaikan kendala yang dialaminya.

a. Kendala yang Dialami Koperasi Tani Jasa Tirta

Terdapat dua kendala yang dialami oleh Koperasi Tani Jasa Tirta yaitu kendala internal dan kendala eksternal.

1) Kendala internal

Kendala internal dari strategi pemasaran Koperasi Tani Jasa Tirta yaitu sulitnya pemasaran pada masa *covid-19* ini. Berikut ini adalah pernyataan dari Bapak Budi Santoso selaku ketua Koperasi Tani Jasa Tirta terkait kendala yang dihadapi :

“Di susu ini kita tidak bisa berdiri sendiri mbak kita butuh mitra karena di susu ketika kita bergerak sendiri

akan hancur, artinya kalau kita kompleks pemasarannya kadang di susu ini kita kena AB (Antibiotik), kemudian ada trouble pabrik. Misalnya kemarin kita pada saat covid-19 awal pabrik itu tutup, karena kelebihan produk kita tidak bisa memasarkan.”⁶¹

Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Joko Sunaryo selaku koordinator manager di Koperasi Tani Jasa Tirta :

“Untuk kendala internalnya itu pada masa covid 19 ini, karena disaat itu pabrik yang bekerjasama dengan kita itu tutup. Hal ini disebabkan kita kelebihan produk namun kita tidak bisa memasarkan.”⁶²

Hal ini diperkuat lagi dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut:

“Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti memang benar bahwa kendala yang dialami oleh koperasi ini pada awal covid 19 ini. Hal ini bisa dibuktikan bahwa pada masa covid 19 telah memberikan dampak pada perusahaan, organisasi maupun usaha-usaha kecil. Pada masa ini tidak hanya koperasi ini yang mendapatkan dampak tetapi hampir semua perusahaan, organisasi dan pengusaha lainnya. Dan selain pada masa covid 19 ini yang menjadi kendala juga kerusakan pada alat pabrik. Selain itu juga koperasi ini tidak bisa berdiri sendiri dan harus mempunyai mitra untuk menjalankan bisnisnya.”

Berdasarkan wawancara dan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa kendala internal dari strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Koperasi Tani Jasa Tirta yaitu sulitnya pemasaran pada

⁶¹ Wawancara bersama dengan ketua Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

⁶² Wawancara bersama dengan coordinator manager Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

masa pandemi *covid 19* ini dan juga koperasi ini tidak bisa berdiri sendiri artinya koperasi ini harus mempunyai mitra untuk menjalankan usahanya.

2) Kendala eksternal

Kendala eksternal yang dihadapi oleh Koperasi Tani Jasa Tirta yaitu berkaitan dengan adanya pesaing. Berikut ini adalah pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Budi Santoso selaku ketua Koperasi Tani Jasa Tirta.

*“Kalau sedang ini kita lihat banyak sekali pesaing mbak, tapi ada tiga pesaing yang besar tapi ini adalah dunia bebas persaingan ya memang seperti ini persaingan ini wajar mbak.”*⁶³

Pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Joko Sunaryo selaku koordinator manager di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut :

*“Ya memang benar adanya pesaing di Kecamatan Sendang ini. Pesaingnya cukup banyak namun kalau untuk pesaing yang besar itu ada tiga.”*⁶⁴

Hal ini juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut :

“Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa benar kendala eksternal yang dialami oleh koperasi ini yaitu dalam har persaingan, hal ini terbukti memang benar adanya pesaing lain yang menjalani usaha tentang bisnis susu.”

Berdasarkan wawancara dan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa adan

⁶³ Wawancara dengan Ketua Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

⁶⁴ Wawancara dengan Koordinator Manager di Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

banyak pesaing di Kecamatan Sendang namun pesaing yang besar itu ada tiga. Dalam persaingan ini wajar dan umum dikalangan pebisnis.

b. Solusi yang Dilakukan Koperasi Tani Jasa Tirta

Dalam menjalankan suatu bisnis pasti ada kendala-kendala yang dihadapi namun setiap kendala pasti ada solusinya. Seperti halnya pada Koperasi Tani Jasa Tirta juga memiliki solusi untuk menghadapi kendala yang dihadapinya.

a) Solusi dari kendala internal

Berikut ini adalah pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Budi Santoso selaku Ketua Koperasi Tani Jasa Tirta:

“Disusu ini kita tidak bisa berdiri sendiri kita butuh mitra jika tidak mempunyai mitra kita akan hancur. Jika kita mempunyai masalah internal kita harus mempunyai mitra yang mampu membentengi kita. Dan pada masa pandemi covid kemarin itu pabrik kita tutup dan solusi kita yaitu kita mempunyai kenalan pabrik susu yang lain seperti di Jawa Barat, kita dapat mengirim produk kita di Jawa Barat pada saat itu. Dan intinya solusinya ada di mitra dengan lembaga lain.”⁶⁵

Pernyataan yang disampaikan oleh bapak Joko Sunaryo selaku koordinator manager di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut :

“Ya memang benar kita itu tidak bisa berdiri sendiri kalau tidak ada mitra. Karena mitra itulah yang mampu membentengi bisnis kita. Dan pada masa covid ini karena pabrik yang biasa bekerjasama dengan kita itu tutup maka kita bekerjasama dengan pabrik lain yang ada di Jawa Barat.”⁶⁶

Dari beberapa pernyataan diatas dapat ditarik

⁶⁵ Wawancara dengan Ketua Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

⁶⁶ Wawancara dengan Koordinator Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

kesimpulan bahwa dalam menjalankan suatu bisnis itu pasti kita mempunyai mitra karena mitra ini berperan penting untuk membentengi usaha koperasi ini. Contohnya pada saat pandemi covid 19 ini pabrik yang biasa bekerjasama dengan koperasi ini tutup sehingga mau tidak mau koperasi ini harus menjual produknya ke pabrik yang lain.

b) Solusi dari kendala eksternal

Berikut pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Budi Santoso selaku Ketua Koperasi Tani Jasa Tirta:

“Dengan adanya pesaing ini kita tetap bersyukur karena peternak yang bekerjasama dengan kita sehingga kita tetap berusaha memberikan pelayanan yang terbaik ke mereka. Kalau persaingan saya kira ini adalah dunia bebas jadi ya seperti ini tapi kita yakin kalau rejeki itu yang ngatur Yang Maha Kuasa. Tapi yang kita upayakan adalah kita tetap merangkul peternak ini dengan sebaik-baiknya juga memberikan pelayanan yang terbaik. Dan masalah yang penting ini adalah masalah pembayaran yang tepat waktu.”⁶⁷

Pernyataan yang disampaikan oleh bapak Joko Sunaryo selaku koordinator manager di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut :

“Dengan adanya pesaing kita melakukan beberapa upaya untuk memberikan pelayanan kepada peternak, jadi kuncinya disini jika kita memberikan pelayanan yang memuaskan pastinya peternak mau bekerjasama dengan kita.”⁶⁸

Dari beberapa pernyataan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam menghadapi masalah eksternal terutama dengan adanya pesaing koperasi ini tetap merasa bersyukur kepada Tuhan. Dan pesaing ini dalam dunia bisnis bebas dan wajar. Dan koperasi ini percaya

⁶⁷ Wawancara dengan Ketua Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

⁶⁸ Wawancara dengan Koordinator Manager Koperasi Tani Jasa Tirta pada Tanggal 03 Juni 2021

bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Namun meski demikian koperasi ini tetap berupaya untuk mensejahterakan peternak yang bekerjasama dengannya. Seperti memberi pelayanan yang baik dan yang paling utama adalah masalah pembayaran yang tepat waktu.

C. Temuan Penelitian

1. strategi Pemasaran yang dilakukan untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta

Strategi pemasaran merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga hasil penjualan menjadi meningkat. Berdasarkan hasil paparan data yang dijelaskan diatas bisa diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta sebagai berikut :

a. Produk (*Product*)

Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Koperasi Tani Jasa Tirta dalam menjaga kualitas produknya itu harus menjaga keaslian susu, kebersihan susu dan juga harus dengan cepat memasukkan susu ke mesin pendingin agar tidak basi. Pengiriman susu ini dilakukan setiap hari dan untuk menjaga susu agar tidak basi di perjalanan maka koperasi ini menggunakan angkutan berupa tangki yang double wall (dobel dinding). Dan untuk mencapai target penjualan koperasi ini melakukan beberapa upaya untuk menambah populasi jumlah peternak sehingga produksi susu bisa lebih maksimal.

b. Harga (*Price*)

Strategi yang dilakukan oleh Koperasi Tani Jasa Tirta yaitu tetap menjaga kualitas produknya yang akan di pasarkan

ke pabrik Frisian Flag Indonesia. Upaya yang dilakukan koperasi ini untuk tetap menjaga kualitas produknya yaitu dengan menjaga keaslian, kebersihan dan kecepatan susu sapi perah. Dan salah satu upaya yang dilakukan oleh koperasi ini adalah dengan memberikan konsentrat yang kualitasnya lebih bagus dari pesaing yang tujuannya sapi milik peternak bisa menghasilkan susu yang berkualitas. Sehingga meskipun harga ini ditentukan oleh pabrik setidaknya koperasi ini berupaya untuk menjaga kualitas susu yang bagus sehingga dapat memperoleh harga penjualan yang tinggi.

c. Saluran Distribusi (*Place*)

Strategi Pemasaran saluran distribusi yang dilakukan koperasi ini dengan melakukan pengawasan gudang dengan menerapkan sistem SOP yang telah ditetapkan oleh koperasi. Beberapa SOP yang diterapkan diantaranya harus menjaga kebersihan susu, melakukan tes laboratorium pada susu dan mengevaluasi hasil tes laboratorium pada susu. Setelah tes tersebut sudah dilakukan maka susu siap dikirim di pabrik susu FFI.

d. Promosi (*Promotion*)

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh koperasi ini dengan cara menjaga kualitas susu kemudian mempromosikan kepada pabrik untuk diajak bekerjasama. Jika kualitas susunya bagus dan memenuhi standar dari pabrik maka pabrik tersebut mau bekerjasama dengan koperasi ini.

2. Kendala dan Solusi dalam Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Koperasi Tani Jasa Tirta

a. Kendala yang dialami oleh Koperasi Tani Jasa Tirta

Terdapat dua kendala yang dialami oleh Koperasi Tani Jasa

Tirta yaitu sebagai berikut :

1) Kendala internal

- a) Tidak bisa berdiri tanpa adanya mitra.
- b) Susahnya penjualan pada masa pandemi covid 19

2) Kendala eksternal

Adanya banyak pesaing di Kecamatan Sendang, dan pesaing terbesarnya ada 3 perusahaan.

b. Solusi yang dilakukan oleh Koperasi Tani Jasa Tirta

1) Solusi kendala internal

- a) Tidak bisa berdiri tanpa adanya mitra

Dalam menjalani bisnis di koperasi ini memang tidak bisa berdiri sendiri tanpa adanya mitra. Dengan kondisi seperti itulah koperasi menawarkan bekerjasama dengan pabrik dan yang ditawarkan dari koperasi ini adalah tentang kualitas susu yang dimilikinya.

- b) Susahnya penjualan pada masa pandemi covid 19

Pada awal masa pandemi covid 19 ini memang susah dalam memasarkan sebuah produknya. Sama halnya dengan koperasi ini yang mempunyai kendala pada saat awal pandemi kemarin, masalahnya yaitu sulitnya memasarkan susu sapi karena pabrik yang biasanya diajak bekerjasama itu tutup. Dan akhirnya koperasi ini mencari informasi tentang pabrik lain yang mau membeli susu dan akhirnya karena banyak sekali jaringan bisnisnya maka koperasi ini menjual produk susunya ke Jawa Barat.

2) Solusi kendala eksternal

Dalam menghadapi masalah eksternal terutama dengan adanya pesaing koperasi ini tetap merasa bersyukur kepada Tuhan. Dan pesaing ini dalam dunia bisnis bebas dan wajar. Dan koperasi ini percaya bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Namun meski demikian koperasi ini tetap berupaya untuk mensejahterakan peternak yang bekerjasama dengannya. Seperti memberi pelayanan yang baik dan yang paling utama adalah masalah pembayaran yang tepat waktu.