

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri peternakan merupakan bagian dari pertanian yang menghasilkan produk pangan. Pangan yang dihasilkan dari industri peternakan merupakan penghasil protein hewani yang bernilai gizi tinggi seperti daging, telur, dan susu. Usaha peternakan diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui peningkatan pendapatan masyarakat yang bekerja sebagai peternak. Pelaksanaan pengembangan peternakan sapi perah dan industri susu merupakan salah satu usaha peningkatan pendapatan peternak.

Sapi perah merupakan salah satu ternak yang produksi utamanya adalah susu. Usaha sapi perah untuk menghasilkan susu segar memiliki prospek yang tinggi karena masih terdapat kesenjangan yang cukup besar antara ketersediaan dan permintaan susu di Indonesia. Menurut Londa *et al.* 2013, Kebutuhan susu di Indonesia hanya sekitar 32 persen yang dapat dipenuhi dari produksi dalam negeri dan sisanya sekitar 68 persen harus di impor. Rata-rata pertumbuhan produksi susu nasional tahun 2010 sampai 2014 sebesar -2.30 persen sedangkan rata-rata pertumbuhan impor produk susu tahun 2010 sampai 2014 sebesar 13.43 persen sehingga dapat dilihat bahwa kebutuhan susu nasional sebagian besar dipenuhi dengan cara impor. Susu Olahan mungkin menunjukkan perbedaan dalam rasa, tekstur, atau kesegaran dari satu batch ke batch lain, yang bisa disebabkan oleh perubahan kualitas bahan baku atau ketidak konsistenan dalam proses produksi. Inkonsistensi ini dapat menurunkan kepercayaan konsumen, membuat mereka ragu untuk membeli kembali jika mereka mengalami ketidakpuasan.

Populasi sapi perah di Sumatera Barat berjumlah sekitar 663 ekor sapi perah. Populasi tersebut tersebar di beberapa daerah yaitu : di Padang Panjang sebanyak 212 ekor sapi perah, Kabupaten Agam sebanyak 178 ekor sapi perah, Kota Padang sebanyak 88 ekor sapi perah, Kabupaten Lima Puluh Kota sebanyak 39 ekor sapi perah, Kota Bukittinggi sebanyak 11 ekor sapi perah, Kota Payakumbuh sebanyak 19 ekor sapi perah, Kabupaten Padang Pariaman sebanyak 32 ekor sapi perah, Kabupaten Solok Selatan sebanyak 32 ekor sapi perah, Kabupaten Solok sebanyak 3 ekor sapi perah, Kota Sawahlunto sebanyak 2 ekor sapi perah, dan Kabupaten Tanah Datar sebanyak 23 ekor sapi perah (BPS Sumbar, 2019).

Daerah - daerah di Sumatera Barat sangat mendukung dalam pengembangan sapi perah dikarenakan keadaan geografis. Salah satu daerah yang mempunyai potensi geografis untuk sapi perah adalah Kabupaten Agam, yaitu pada Kenagarian Lasi Kecamatan Candung dengan populasi sebanyak 61 ekor sapi perah. Kenagarian Lasi memiliki potensi pengembangan sapi perah dikarenakan suhu, iklim, sumber pakan mudah didapat dan lahan yang luas, selain itu Kenagarian Lasi juga mempunyai ketinggian diatas 700 meter dari permukaan laut dan sangat sesuai untuk melakukan usaha ternak sapi perah dibandingkan dengan daerah lain yang berada di Sumatera Barat. (BPS Sumbar, 2017). Usaha sapi perah yang saat ini sedang dikembangkan di Kenagarian Lasi, Kecamatan Candung, Kabupaten Agam adalah usaha mandiri yang dikelola oleh Bapak Suhatri, berdiri pada pertengahan tahun 2016 dengan nama peternakan sapi perah "Lassy Dairy Farm". Bapak Suhatri merupakan alumni ITB, ia mendirikan usaha ini didorong oleh hobi yang beliau miliki. Tujuan beliau mendirikan usaha ini untuk meningkatkan ekonomi keluarga dan masyarakat sekitar Kenagarian Lasi Kecamatan Candung, Kabupaten Agam serta membantu penyediaan susu di Sumatera Barat.

Untuk memulai usaha ini Bapak Suhatri menginvestasikan dananya sebesar satu Miliar rupiah. Saat ini jumlah populasi sapi perah yang tersedia sebanyak 60 ekor, dimana 13

ekor pedet, 8 ekor sapi dara, 33 ekor sapi laktasi, 6 ekor sapi betina bunting. Pada tahap permulaan ini telah dibangun dua kandang dengan kapasitas masing-masing kandang sebanyak 20 ekor sapi perah per kandang, usaha peternakan ini telah mempunyai satu gudang pakan, satu ruang penyimpanan susu, satu tempat tinggal karyawan dan area padang rumput dengan luas area usaha peternakan sebesar 4 hektar.

Selama ini pemasaran produk susu dan olahannya dilakukan didaerah sekitar Sumatera Barat dan sampai keluar Provinsi Sumatera Barat seperti Provinsi Riau dan Provinsi Jambi, padahal usaha peternakan ini mempunyai potensi untuk meningkatkan atau mengembangkan pemasaran yang lebih luas dari produk susu dan olahannya. Berdasarkan hasil Prasurvei permasalahan dari usaha peternakan “Lassy Dairy Farm” ini terkait bauran pemasaran yaitu permasalahan pada produk, harga, distribusi dan promosi.

Menurut pendapat konsumen terhadap produk keju mozzarella Lassy Dairy Farm yaitu rasa dari keju mozzarella masih kurang terasa gurih / asin keju pada umumnya, lebih ditingkatkan lagi rasa, kualitas dan tekstur pada produk dan adanya varian pada produk. Ukuran dari produk disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat atau adanya varian pada ukuran produk. Pada kemasan belum ada merek, label halal, BPOM, masa kadaluarsa dan komposisi yang tercantum pada label kemasan. Harga yang ditawarkan atau ditetapkan oleh Lassy Dairy Farm masih sedikit mahal diharapkan harga bisa lebih terjangkau. Promosi yang dilakukan oleh Lassy Dairy Farm kurang menarik dan kurang inovasi. Kurangnya penawaran penawaran pada produk seperti potongan harga (diskon) ataupun buy 1 get 1. Promosi pada produk digunakan supaya produk lebih dikenal luas dimasyarakat. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang Konsumen Lassy Dairy Farm berasal dari berbagai daerah yaitu Padang, Padang Panjang, Bukit Tinggi, Jambi, Pekanbaru, Duri dan lain lain. Kendala yang dihadapi oleh konsumen untuk mencapai lokasi Lassy Dairy Farm itu membutuhkan waktu dan biaya lebih, dan akses menuju Lassy Dairy Farm jauh dari pangsa

pasar. Konsumen Lassy Dairy Farm yang melakukan kunjungan dari berbagai sekolah atau instansi lainnya tidak bisa menggunakan bus yang mereka gunakan untuk sampai ke Lassy Dairy Farm.

muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, sebaliknya jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan merasa puas(Kotler, 2002). Lupiyoadi (2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain: a) Kualitas Produk Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang. b) Kualitas Pelayanan Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. c) Emosional Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal. d) Harga Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi. e) Biaya Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Lassy Dairy Farm memiliki berbagai macam produk yaitu susu, keju Mozzarella, krimcheses dan yogurt. Produk yang paling diminati oleh konsumen adalah susu dan keju Lasi. Pengemasan produk usaha peternakan “Lassy Dairy Farm”seperti keju Mozzarella dilakukan secara sederhana menggunakan kemasan plastik biasa, sedangkan pada produk susu sudah menggunakan teknologi dengan kemasan botol. usaha peternakan “Lassy Dairy Farm” belum mendapat akan izin dinas kesehatan dan BPOM sehingga akan menjadi permasalahan bagi konsumen terhadap kelayakan produk usaha peternakan “Lassy Dairy Farm” dikonsumsi.

Beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan salah satunya dalam menetapkan harga, karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, dikarenakan konsumen akan mempertimbangkan kembali apabila harga produk tersebut tinggi namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan perusahaan. Sebelum melakukan pembelian konsumen pasti akan membandingkan harga dengan tempat lain yang sejenis, jika harga sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan maka konsumen akan memutuskan pembelian.

Dalam usaha peternakan “Lassy Dairy Farm”, selain memberikan kualitas produk yang terbaik perusahaan juga harus mempertimbangkan harga produk yang terjangkau oleh konsumen. Usaha peternakan “Lassy Dairy Farm” menetapkan harga dengan kisaran Rp. 10.000,00 / liter untuk susu segar, untuk harga susu pasteurisasi dengan kisaran Rp. 14.000,00 / liter, untuk harga keju mozzarella dengan kisaran Rp. 100.000,00 / kg, untuk harga krimcheses dengan kisaran harga Rp. 100.000,00/kg dan sedangkan harga yogurt dengan kisaran harga Rp. 20.000,00/ liter. Dalam sebuah usaha keuntungan merupakan tujuan, maka penetapan harga produk diatas biaya produksi adalah cara yang tepat untuk mencapai keuntungan. Dalam usaha peternakan “Lassy Dairy Farm” untuk memproduksi 1 kilogram keju membutuhkan 10 liter susu, sedangkan harga jual 1 kilogram keju adalah Rp 100.000,00 dan harga jual 1 liter susu adalah Rp 10.000,00 sehingga harga biaya produksi dari produk usaha peternakan “Lassy Dairy Farm” sama dengan harga jual produk. Berdasarkan kebijakan harga yang ditetapkan maka keuntungan dari usaha peternakan “Lassy Dairy Farm” tidak tercapai.

Selain kualitas dan harga produk, keberhasilan dalam mendapatkan keuntungan suatu usaha dapat dilakukan dengan media promosi. promosi yang dilakukan usaha peternakan “Lassy Dairy Farm”, adalah melalui internet, media social, spanduk, dan radio di daerah

sekitar. Kendala dari promosi yang dilakukan melalui spanduk dan radio itu hanya masyarakat sekitar yang bisa melihat atau membaca/ mendengarkan informasi dan sedangkan media sosial yang digunakan yaitu Facebook @lassydairyfarm dan instagram @keju_lasi dengan jumlah pengikut 2.289 pengguna. Penggunaan kedua media sosial tersebut harus maksimal karena penggunaanya dominan dikalangan milenial sehingga informasi dari promosi produk dapat menjangkau semua kalangan. Pada usaha peternakan “Lassy Dairy Farm”, promosi yang dilakukan melalui facebook dan instagram kurang menarik, kurang informatif dan kurang maksimal tentang produk dan tentang Lassy Dairy farm itu sendiri.

Dalam mempromosikan produk Lassy Dairy Farm, selain menggunakan media sosial juga menggunakan tempat sebagai media promosi. Tempat yang digunakan sebagai media promosi adalah rumah produksi dan outlet. Pada rumah produksi memasarkan produk susu segar, susu aneka rasa, keju mozzarella, yogurt dan krim cheses. Dalam suatu usaha yang ideal kedekatan dengan pasar, bahan baku dan infrastruktur merupakan salah satu kunci sukses dalam menentukan usaha. Pada usaha peternakan “Lassy Dairy Farm” terletak di kenagarian Lasi, Kecamatan Canduang, Kabupaten agam. Secara lokasi pemasaran jauh dari pangsa pasar, sehingga untuk mendapatkan produk usaha peternakan “Lassy Dairy Farm” konsumen harus mengeluarkan waktu dan biaya lebih.

Selain mempunyai rumah produksi, Lassy Dairy Farm mempunyai outlet sebagai media promosi hasil produksi. Outlet yang dimiliki oleh Lassy Dairy Farm yaitu outlet Hoki dan outlet Biaro. Outlet Biaro terletak di daerah biaro Kabupaten Agam. Pada outlet ini menjual aneka olahan susu dengan berbagai rasa. Penjualan di outlet Biaro dengan seiringnya waktu terus mengalami penurunan sehingga outlet tersebut akhirnya ditutup dikarenakan biaya yang dikeluarkan lebih besar dari pada keuntungan yang dihasilkan oleh outlet Biaro.

Selain outlet Biaro, Lassy Dairy Farm juga mempunyai outlet di daerah lain yaitu outlet Hoki terletak di Hoki Store Gantiang, Bukit Tinggi. Daerah tersebut merupakan daerah wisata dan pusat perdagangan. Pada kawasan gantiang terdapat produk – produk berbagai olahan produksi seperti produk olahan susu. Dengan adanya berbagai produk olahan susu maka akan tercipta persaingan usaha. Lassy Dairy Farm sebagai produsen harus mampu memenangi persaingan usaha dengan cara memberikan kualitas, harga dan tempat yang berkualitas sehingga konsumen membuat keputusan untuk membeli produk olahan susu di Lassy Dairy Farm.

Selain permasalahan pada produk, harga, distribusi dan promosi, Saluran pemasaran susu juga menjadi kendala oleh usaha peternakan Lassy Dairy farm karena belum bisa masuk pasar super market, rumah sakit, dikarenakan belum memiliki izin dari BPOM baik dari segi kualitas yang telah teruji dan izin memberi label. Pemasaran sebagai salah satu mata rantai dalam penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen merupakan kegiatan penting dari perusahaan, karena itu kegiatan pemasaran perlu ditingkatkan salah satu cara untuk meningkatkan kegiatan pemasaran adalah dengan menetapkan bauran pemasaran (produk, harga, promosi, distribusi/tempat).

Berdasarkan fenomena diatas maka saya tertarik untuk meneliti dalam bentuk Tugas Akhir yang berjudul **“Bauran Pemasaran Susu Olahan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Lassy Dairy Farm Kabupaten Agam”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran produk susu olahan Lassy Dairy Farm ?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk susu olahan di Lassy Dairy Farm ?
3. Bagaimana model hubungan bauran pemasaran dengan kepuasan konsumen terhadap produk Lassy Dairy Farm ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tersebut yaitu :

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran produk susu olahan Lassy Dairy Farm.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap produk susu olahan di Lassy Dairy Farm Kenagarian Lasi Kecamatan Canduang, Kabupaten Agam.
3. Untuk mengetahui model hubungan bauran pemasaran dengan kepuasan konsumen terhadap produk susu olahan Lassy Dairy Farm.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

- Manfaat Tugas akhir Bagi penulis
Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis dari penelitian yang dilakukan penulis dan menerapkan teori-teori yang telah penulis pelajari semasa perkuliahan.
- Manfaat tugas akhir bagi universitas
sebagai acuan dan pedoman bagi peneliti lain dalam pembuatan tugas akhir/penelitian lainnya.
- Bagi Produsen sebagai bahan masukan dalam meningkatkan performa untuk tetap mempertahankan konsumen.
- Bagi pemerintah Sebagai salah satu pedoman untuk kebijakan di bidang peternakan khususnya industri olahan sapi perah

1.5 Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam (in-depth interview). Metode ini dipilih untuk mendapatkan wawasan yang lebih detail mengenai persepsi dan pengalaman konsumen terhadap produk susu olahan dari Lassy Dairy Farm.

2. Populasi dan Sampel

- **Populasi:** Konsumen yang telah membeli dan menggunakan produk susu olahan Lassy Dairy Farm di Kabupaten Agam dan sekitarnya.
- **Sampel:** Menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih konsumen yang memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang produk Lassy Dairy Farm.
- **Ukuran Sampel:** Ditargetkan 15-20 responden, jumlah ini dianggap cukup untuk mencapai saturasi data.

3. Metode Wawancara

Metode Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dapat diberikan secara langsung atau melalui internet.

- **Wawancara Mendalam:** Wawancara dilakukan secara langsung atau melalui platform virtual jika diperlukan. Setiap wawancara diperkirakan berlangsung selama 30-60 menit.
- **Panduan Wawancara:** Panduan yang terstruktur akan digunakan untuk memastikan semua aspek bauran pemasaran dibahas secara mendalam.

Kesimpulan Metode

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam bagaimana bauran pemasaran Lassy Dairy Farm mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi Lassy Dairy Farm dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kepuasan konsumen mereka.

Dengan metode ini, Lassy Dairy Farm akan mendapatkan wawasan yang kaya dan mendalam tentang persepsi konsumen mereka, yang dapat digunakan untuk memperbaiki strategi pemasaran dan meningkatkan kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini akan dibagi atas IV (Empat) bab dengan urutan pembahasan sebagai berikut :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Sebagai pendahuluan, bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan tugas penelitian, manfaat tugas akhir, metode penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini mengkaji teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail yang digunakan dalam penelitian.

3. BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PEMBAHASAN

a) Gambaran Umum Perusahaan

Pada bagian ini diuraikan gambaran umum objek tugas akhir secara ringkas dimulai dari sejarah ringkas perusahaan, visi dan misi perusahaan tersebut.

b) Pembahasan

Pada bagian ini membahas Bauran pemasaran pada susu olahan lassy dairy farm dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen.

4. BAB IV : PENUTUP

Merupakan bab yang berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan, serta saran yang berfungsi untuk mempermudah para pembaca.