

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sapi perah merupakan salah satu jenis ternak yang populasinya tersebar luas di seluruh Indonesia, terutama pada daerah yang produksi pertaniannya dapat mendukung pengembangan sapi perah. Padang Panjang merupakan daerah yang paling banyak menyumbang jumlah populasi sapi perah untuk Sumatera Barat sehingga daerah ini menjadi salah satu sentra pengembangan ternak sapi perah. Menurut data Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Sumatera Barat (2015) Populasi sapi perah di Kota Padang Panjang menempati urutan pertama dengan jumlah sapi perah 264 ekor, kemudian diikuti dengan Kabupaten Agam dan Tanah Datar dengan jumlah sapi perah masing-masing 132 ekor dan 123 ekor.

Usaha peternakan sapi perah di Kota Padang Panjang telah dimulai sejak tahun 1981, daerah ini cocok untuk pengembangan sapi perah karena memiliki iklim yang kondusif. Selain itu, Padang Panjang sebagai salah satu Kota yang berada di Propinsi Sumatera Barat 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 Kota Padang Panjang mempunyai peluang untuk dikembangkan. Daerah penghasil susu sapi perah di Kota Padang Panjang juga cukup banyak, sehingga produk susu sapi perah mudah untuk didapatkan. Saat ini terdapat 9 kelompok usaha ternak sapi perah yaitu Keltan Permata Ibu, Keltan Yuza, Keltan Tunas Baru, Keltan Harapan Baru, Keltan

Lembah Makmur, Keltan Serambi Karya, Keltan Lembu Alam, Keltan Parmato Mudo, Keltan makmur Batu Batira.

Menurut Dinas Pertanian Kota Padang Panjang (2017) populasi sapi perah meningkat dengan jumlah populasi total ternak 300 ekor, dimana terdapat 134 ekor sapi laktasi dengan produksi susu sebesar 1199 liter/hari. Jumlah rumah tangga pemeliharaan sapi perah sebanyak 28 orang. Usaha peternakan sapi perah kota Padang Panjang masih terkendala dalam hal pemasaran. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan pemilik atau pengelola dalam manajemen pemasaran, pada musim hujan dan hari libur sekolah, peternak Sapi Perah Kota Padang Panjang mengalami hambatan dalam pemasaran susu bahkan terbuang begitu saja dan ada juga yang memberikan kepada anak sapi.

Selama ini pemasaran produk susu hanya dilakukan daerah sekitar Sumatera Barat dan sebagian kelompok peternak yang melakukan pemasaran sampai keluar Provinsi Sumatera Barat seperti Provinsi Riau, padahal usaha peternakan sapi perah Kota Padang Panjang mempunyai potensi untuk pengembangan pemasaran yang luas dari produk susu segar dan pasteurisasi.

Berdasarkan hasil prasurvei permasalahan yang dihadapi oleh 9 kelompok ternak di daerah Kota Padang Panjang terkait bauran pemasaran yaitu permasalahan pada produk, harga, distribusi, dan promosi. Keberhasilan usaha ditentukan oleh beberapa aspek antara lain manajemen pemeliharaan dan penjualan akhir dari suatu produksi. Dalam melakukan pemasaran pengusaha dalam hal ini adalah peternak harus mengetahui keinginan konsumen. Bauran pemasaran merupakan perangkat yang penting diketahui agar dapat

mempengaruhi konsumen selain itu informasi bauran pemasaran juga sangat penting bagi konsumen dalam melihat keputusan pembeliannya.

Adapun permasalahan dengan bauran pemasaran diantara lain produk sapi perah selama ini pengemasan produk masih dilakukan secara sederhana, dimana susu hanya dikemas dalam kemasan plastik biasa dan belum ada yang memberi label pada kemasan susu segar yang akan dipasarkan kecuali produk susu olahan aneka rasa yang dilakukan oleh Kelten Permata Ibu.

Permasalahan harga yang terjadi dimana masing-masing kelompok tani sapi perah menetapkan harga jual yang berbeda-beda dengan kisaran Rp.10.000,00-Rp.7.000,00/liter untuk susu segar. Dalam suatu usaha peternakan, selain bersaing dalam segi kualitas, persaingan tersebut juga terjadi dalam segi harga. Jika suatu produk memiliki kualitas lebih baik akan lebih disukai maka harga jualpun lebih mahal. Pada dasarnya konsumen lebih cenderung menyukai harga yang murah namun produk tersebut juga memiliki kualitas yang baik. Selain itu, ada juga beberapa konsumen yang lebih mementingkan kualitas dari pada harga.

Sedangkan permasalahan promosi selama ini hanya sebagian kelompok ternak sapi perah yang melakukan promosi melalui internet dan media sosial. Hal ini dikarenakan kurangnya ilmu pengetahuan peternak Kota Padang Panjang dalam menguasai teknologi informasi dan komunikasi dan rasa kurang percaya diri terhadap kualitas produk yang dipromosikan.

Saluran pemasaran susu selama ini belum bisa memasuki supermarket, rumah sakit, karena untuk memasuki pasar tersebut harus ada 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).

Berdasarkan uraian latar belakang yang dijelaskan di atas, maka permasalahan yang akan dikaji adalah” ***Analisis Bauran Pemasaran Susu Pada Usaha Peternakan Sapi Perah Di Kota Padang Panjang***”

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana bauran pemasaran (*Marketing mix*) susu peternakan sapi perah di Kota Padang Panjang dalam meningkatkan penjualan susu segar kepada konsumen.

1.3 Tujuan Penelitian

Mengidentifikasi bauran pemasaran (*Marketing mix*) yang terkait dengan (produk, harga, promosi, distribusi) usaha peternakan sapi perah di Kota Padang Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Menjadi sumber informasi dan masukan bagi peternak sapi perah di Kota Padang Panjang untuk mengembangkan usaha kedepannya.
2. Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi penelitian lebih lanjut bagi para kalangan peneliti.