

Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Di Desa Pudak Kulon Kecamatan Pudak Kabupaten Ponorogo

Niken puspitasari· Dadang Arjogunawan
Program Studi/Jurusan Manajemen & Akuntansi
STIE “Urip Sumoharjo” Surabaya
Jl. Urip Sumoharjo 5 – 9 Surabaya, 60265
Email : Nikenpus547@gmail.com

Abstract: Ponorogo Regency, especially in Pudak Kulon Village, is an area that develops people's dairy farming. People's dairy farming is a source of producing food ingredients in the form of milk which has high economic value in people's lives in Pudak Kulon Village, Pudak District, Ponorogo Regency. The prospect of slaughtering people's dairy cow's milk in the domestic market is quite good, because fans describe it as gradually increasing. However, smallholder dairy farmers in Pudak Kulon Village have problems that have become obstacles to date, namely production that has not been able to meet market needs and weak market information. This study aims to determine: (1) cost efficiency in the business activities of the people's dairy farm in Pudak Kulon Village, (2) the marketing strategy of people's dairy cows in Pudak Kulon Village. The method used is descriptive. Sampling method by interview, documentation, questionnaire. The data analysis tool used is R/C Ratio analysis, marketing strategy analysis.

The results showed that (1) the use of production costs in dairy farming was efficient with an R/C ratio of 1.2. product positioning strategy, marketing strategy "place/distribution" by doing the type of market and damage power. The “price” marketing strategy is by using demand-based pricing methods, namely skimming pricing, the “promotion” marketing strategy to promote the production of people's dairy cows originating from Pudak Kulon Village which has been carried out directly or also known as personal selling.

Keywords: Dairy Cows; Fresh milk; Marketing Strategy

Persaingan bisnis di era globalisasi saat ini sangat pesat dan ketat.persaingan bisnis ini menuntut perusahaan-perusahaan untuk melakukan berbagai hal untuk merebut atau menguasai pangsa pasar.sementara itu konsumen semakin jeli dan berhati-hati memilih produk,seandainya selera konsumen slalu berubah berubah,maka dari itu perusahaan harus tanggap pada setiap perubahan yang terjadi.untuk mengatasi permasalahan tersebut perusahaan memerlukan serangkaian kebijakan dalam pemasaran.

Sapi perah adalah salah satu ternak yang produksi utamanya adalah susu.usaha sapi perah menghasilkan susu segar sangat prospektif.karakteristik sentra sapi perah dikecamatan pudak kulon kabupaten ponorogo diusahakan oleh para petani yang berada diwilayah pedesaan yang relatif padat penduduk dan dipelihara oleh para petani,sentra sapi perah sangat berperan dalam kehidupan penduduk pedesaan terbukti mampu membantu pendapatan dengan pemanfaatan sumber daya alam yang

tersedia disekitarnya. strategi pemasaran susu sapi perah dalam sektor pertanian yang tengah berjalan adalah upaya meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat pedesaan .melalui peningkatan pendapatan usaha peternakan.keberhasilan pembangunan peternakan sapi perah diwilayah pedesaan tidak terlepas dari berbagai unsur determinan yang mempengaruhinya,yaitu a) permodalan, b) organisasi ekonomi dan kelembagaan,c) struktur insentif,dan d) kaitanya dengan faktor eksternal. Pudak adalah sebuah kecamatan dikabupaten ponorogo,provinsi jawa timur,Indonesia.kecamatan ini berjarak sekitar 33 kilometer.dari ibu kota kabupaten ponorogo kearah timur.pusat pemerintahannya berada di desa pudak.kecamatan ini merupakan hasil pemekaran wilayah kecamatan sooko dan memiliki jumlah penduduk paling sedikit.Ketinggian wilayah desa pudak 959 meter diatas permukaan laut sehingga memiliki topografi dataran

tinggi. kecamatan pudak terdiri dari 6 desa yaitu desa banjarjo, desa pudak etan, desa pudak kulon, desa krisik, desa tambang dan desa bareng luas wilayah desa pudak adalah 4.891,9 ha. oleh karena itu, kondisi ini menyebabkan desa pudak kulon cocok untuk peternakan sapi perah. setiap paginya peternak melakukan pemerasan susu sapi selama 2 kali, setelah diperas susu dimasukkan ke milker (milker adalah wadah susu) kemudian peternak menyetorkan langsung ke cooling dan ada juga yang dilewatkan perantara pengepul dan disetorkan ke cooling sementara. selanjutnya susu yang sudah masuk dipenampungan cooling dijemput truk, dan dikirim ke kota-kota yaitu ke kota Blitar, Malang, Pasuruan dan Dinestle.

Pada awal tahun 2021 peternak sapi mendapat wabah PMK dan mengakibatkan kesehatan sapi menurun, seperti wabah penyakit mulut dan kuku atau PMK mengancam Indonesia. Penyakit yang disebabkan infeksi virus pada ternak. Gejala klinis hewan sapi perah terinfeksi PMK adalah terdapat demam (pyrexia) hingga mencapai 41 derajat Celsius dan menggigil, mengalami anoreksia (tidak nafsu makan), penurunan produksi susu yang drastis pada sapi perah untuk 2-3 hari, keluar air liur berlebihan (hipersalivasi). Serangan penyakit mulut dan kaki (PMK) saat itu sudah pasti menjadi ancaman serius bagi peternak sapi di desa pudak kulon.

Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah strategi pemasaran susu sapi perah dalam meningkatkan perekonomian keluarga pada desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo?
2. Bagaimana pemasaran susu sapi perah yang ada di desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo?
3. Apakah permasalahan yang menjadi kendala dalam memasarkan susu sapi perah di desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo?

Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran peternak susu sapi perah dalam meningkatkan perekonomian keluarga pada desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo. Manfaatnya ada dua cara yaitu :

Secara teoritis : bahwa hasil penelitian yang diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran susu sapi perah kepada peternak bapak Harmanto dan bapak Suwito dalam strategi pemasaran susu sapi perah dalam meningkatkan perekonomian keluarga.

Secara praktis : Memberikan masukan pemikiran kepada pihak yang terkait langsung dengan objek penelitian maupun masyarakat luas dalam rangka membenahi sistem yang tidak sesuai dengan tata aturan yang ada dan menyikapi hal-hal tentang potensi strategi pemasaran susu sapi perah dalam meningkatkan perekonomian keluarga.

Jenis Dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini dilakukan dengan penelitian turun lapangan. Menurut Sugiono penelitian lapangan adalah penelitian dimana data yang didapat di lapangan secara langsung dari sumbernya, sehingga sumber data dalam penelitian lapangan adalah data primer. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan di suatu tempat untuk menyelidiki gejala objek yang terjadi di lokasi tersebut secara intensif, terperinci, dan mendalam untuk menyusun laporan ilmiah. Dapat dikatakan bahwa peneliti turun ke lapangan untuk melakukan survey. Penelitian ini dilakukan di peternak susu sapi perah desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi didefinisikan sebagai suatu cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Sedangkan pengertian strategi menurut para ahli yang dikemukakan oleh David (2010) Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang, strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, Diversifikasi, Akuisisi, Pengembangan produk, Penetrasi pasar, Rasionalisasi karyawan, Divestasi, Likuidasi, dan joint venture. Menurut Tjiptono (2011) strategi merupakan sekumpulan cara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah rencana dalam waktu yang telah ditentukan. Menurut Anthoni, Parrewe, dan Kacmar (2013) Strategi adalah sebagai formulasi misi dan tujuan.

organisasi, termasuk didalamnya ada rencana aksi untuk mencapai tujuan dengan secara eksplisit mempertimbangkan kondisi persaingan, pengaruh kekuatan dari luar organisasi yang secara langsung tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi.

Oleh karena itu, Mintzberg akan memperluas konsep strategi dan mendefinisikan strategi dengan cara memperhatikan dimensi dan konsep strategi. Mintzberg menamakannya sebagai "Strategi 5p":

1. Strategi Sebagai Sebuah Rencana (Plan)

Dalam strategi ini terdapat dua karakteristik strategi yang sangat penting yang pertama, yaitu strategi yang direncanakan terlebih dahulu secara sadar dan sengaja mendahului berbagai tindakan yang akan dilakukan berdasarkan strategi yang dibuat tersebut. yang kedua, strategi dikembangkan dan diimplementasikan agar mencapai suatu tujuan.

2. Strategi Sebagai Sebuah Manuver (Play)

Strategi merupakan manuver yang spesifik untuk memberi insyarat mengancam kepada pesaing perusahaan.

3. Strategi Sebagai Sebuah Pola (Pattern)

Strategi sebagai sebuah pola menunjukkan adanya serangkaian tindakan yang dilakukan oleh manajemen dalam mengejar sebuah tujuan. Mintzberg menemukan fenomena bahwa strategi yang direncanakan perusahaan melalui proses perencanaan yang diterjemahkan kedalam suatu strategi yang disengaja seringkali berubah menjadi strategi yang tidak dapat direalisasikan akibat terjadinya perubahan lingkungan perusahaan. Sebaliknya strategi yang tidak dimaksudkan sebelumnya dapat muncul menjadi alternatif strategi dan perusahaan dapat menjadi strategi yang dapat direalisasikan.

4. Strategi sebagai sebuah posisi (Position)

Strategi menunjukkan berbagai keputusan yang dipilih dalam perusahaan untuk memposisikan organisasi perusahaan kedalam lingkungan perusahaan atau koperasi.

5. Strategi sebagai sebuah sudut pandang (Perspective)

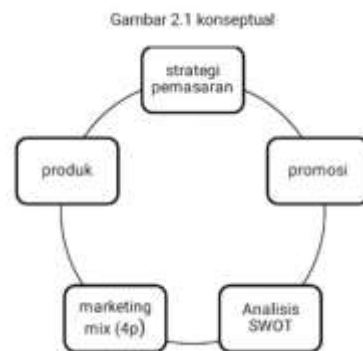
Strategi yang menunjukkan perspective dari para pembuat keputusan strategi didalam memandang dunianya

Tahap Pemasaran Susu Sapi Perah

Dalam melakukan kegiatan pemasaran susu sapi perah, seorang wirausaha pada umumnya melakukan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. menentukan target pasar
2. melakukan analisis SWOT

Kerangka Konseptual



Dalam menulis penelitian ini peneliti menyusun penelitian berdasarkan rumusan masalah. Latar belakang penelitian didasarkan berdasarkan fakta yang terjadi dilapangan.

METODE PENELITIAN

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam melakukan proses penelitian ini ada dua macam yaitu

1. Sumber data primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi langsung oleh peneliti. Data primer disajikan berupa teks tertulis dengan bentuk rangkaian kata-kata atau cerita yang dikumpulkan dari hasil observasi. Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian menggunakan alat pengambilan data langsung kepada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah para peternak sapi perah di desa pudak kulon

kecamatan pudak kabupaten ponorogo yang diwawancarai adalah bapak harmanto (pemilik ternak) dan bapak suwito (pemilik ternak).

2.Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang dikumpulkan peneliti dari lapangan sebagai bukti dokumentasi,tentang lokasi ,yang mendukung penelitian ini.Data ini disajikan berupa teks tertulis,foto, rekaman.. Sumber data sekunder digunakan untuk literature tentang pengembangan strategi pemasaran susu sapi perah dalam meningkatkan perekonomian keluarga desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo.

Dalam penelitian ini,ada jurnal yang memiliki kaitan dengan, sahdahalim.

Buku pintar beternak sapi perah , jawa barat : PT.palapa,2016, shinta Doriza . Ekonomi keluarga bandung : PTremaja rosdakarya,2015,trisnawati,Kajian inovasi usaha kecil menengah umkm dengan pendekatan system dinamis studi kasus pada industry makanan dikabupaten sidoarjo jawa timur,2016 dan shinta Dorisa,ekonomi keluarga ,(Bandung :PT Remaja Rosdakarya,2015) .

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah hal yang sangat penting dalam penelitian.

Dalam penelitian ini saya menggunakan teknik wawancara dan observasi sebagai teknik pengumpulan data yaitu:

1.Wawancara

Wawancara adalah cara yang sesuai untuk menggali informasi dari narasumber .Wawancara memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan narasumber.Wawancara adalah percakapan menggali narasumber dengan maksud tertentu. Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua belah pihak,yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara(interviewee)yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.Pelaksanaan penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak berstruktur dengan pertimbangan supaya proses wawancara berjalan dengan santai,fleksibel,supaya terkesan akrab.

2.Observasi

Observasi adalah segala bentuk benda dan kegiatan yang berlangsung dan mempengaruhi objek penelitian berupa dokumtasi.informasi

yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruangan (tempat), pelaku, kegiatan, perbuatan, kejadian, waktu dan bukti fisik kegiatan.

HASIL PENELITIAN

Lokasi penelitian

Didesa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo,provinsi jawa timur,indonesia,kecamatan ini berjarak sekitar 33 kilometer dari ibu kota kabupaten ponorogo kearah timur .pusat pemerintahannya berada didesa pudak.kecamatan ini merupakan hasil pemekaran wilayah kecamatan sooko dan memiliki jumlah penduduk paling sedikit.ketinggian wilayah desa pudak 959 meter diatas permukaan laut sehingga memiliki topografi dataran tinggi.Karena itu ,kondisi ini menyebabkan desa pudak kulon cocok untuk peternakan sapi perah.Ada beberapa warga yang memiliki usaha sapi perah diantaranya bapak harmanto dan bapak suwito memasarkan susu sapi perah untuk meningkatkan perekonomian keluarga.

Bapak harmanto memulai karirnya dalam dunia peternakan sapi perah sejak 2017.beliau awalnya hanya berternak sapi merah yang sekarang menjadi sapi perah.keinginan mengubah haluan dari peternak sapi merah ke sapi perah dimulai ketika beliau melihat adanya peluang menjadi peternak sapi perah.Bapak harmanto peternak sapi perah pertama dikeluarganya ,awalnya hanya melihat orang orang yang beternak yang lebih dulu.lalu bapak harmanto melihat peluang yang besar untuk memasarkan pemasaran susu sapinya. Bapak harmanto memelihara sapi merah lebih lama untuk menghasilkan keuntungan yang lumayan .awal mulanya ,modal untuk membeli sapi perah didapatkan dari memelihara sapi merah,merasa sedikit cukup untuk membeli sapi perah lalu sapi merah yang dipeliharanya dijual semua lalu uang hasil jual sapi merah dibelikan sapi perah .perlahan ,pendapatan dari jual sapi

merah mampu membeli satu sapi perah sendiri.

Pada tahun 2018 bapak harmanto mendapatkan bimbingan dan arahan dari dinas kesehatan dan hewan untuk cara merawat dan memelihara sapi dengan standar kesehatan dan manajemen kandang disana ,bapak harmanto di ajarkan manajemen kandang dalam sistem pemeliharaan dengan standar.standar penilaian keberhasilan usaha peternakan sapi perah menurut dinas kesehatan hewan ada beberapa teknis yaitu aspek pembibitan dan reproduksi,pakan dan air minum,pengelolaan,kandang dan peralatan,kesehatan dan kesejahteraan ternak.cara pemberian rumput,konsentrat dan air minum ,sehingga bentuk kandang yang tepat.ada satu hal yang penting yaitu kebiasaan mencatat atau diary sapi.sehingga kami mengetahui produksi dan perkembangan sapi setiap hari.sebelum mendapat informasi dari dinas kesehatan.

Bapak harmanto mempunyai 12 sapi perah ,produksi susu sekitar 15-20 liter/dua hari sekali dengan harga Rp.25.000/liter,bapak harmanto menghasilkan kurang lebih Rp.3.750 per dua hari sekali atau di perakumulasikan perbulan kurang lebih Rp.4.500.000s/d Rp.6.000.000 dari hasil penjualan susu sapi perah,dari hasil pemasaran susu sapi perahnya,bapak harmanto mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari memenuhi kebutuhan pendidikan anaknya.

Modal awal dua ekor sapi perah,bapak suwito berhasil menjadi peternak sukses didesa pudak kulon .setelah 6 tahun berkulat dibidang peternakan ,dari modal dua ekor ,sekarang jumlah ternak menembus angka 15 ekor sapi perah yang dipelihara bapak penopang keluarga.setiap sapi berproduksi menghasilkan 25 susu segar sapi perah per dua hari sekali.dengan harga Rp.25.000,maka peternak bapak suwito mampu menghasilkan kurang lebih Rp.650.000 per dua hari sekali atau sekitar Rp.7.500.000s/d Rp.9.000.000 per bulan.sebelum melakukan bisnis usaha

pemasaran susu sapi perah penghasilan bapak suwito Rp.2.300.000 dari pekerjaan buruh.berkat usaha sapi perah bapak suwito bisa mengangkat drajat perekonomian keluarganya.suwito,dan mampu menghasilkan produk susu yang menjadi

No	Nama pemilik ternak	Jumlah ekor sapi perah	Pendapatan perbulan
1.	Bapak harmanto	12	Rp.4.500.000; s/d Rp .6.000.000;
2.	Bapak suwito	15	Rp.7.500.000; s/d Rp.9.000.000;

Pemilik Ternak Dan Karyawan

Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi kebutuhan pasar.tujuan utamanya adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi pemasaran.melakukan strategi pemasaran yang baik tentunya akan meningkatkan volume pemasaran sehingga pendapatan keluarga akan meningkat.begitu juga dengan peternak bapak harmanto dan bapak suwito melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan perekonomian pemilik ternak dan karyawan.peternak peternak ini melakukan strategi pemasaran dengan menggabungkan (4p)adalah produk (product) ,harga (price) ,promosi (promotion),saluran distribusi (place).

1.strategi produk (product)

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar/konsumen untuk menarik perhatian ,pembelian,pemakaian, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.peternakan sapi perah didesa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo mempunyai potensi dalam pengembangan pemasaran yang sangat bagus.didukung dengan adanya permintaan kebutuhan konsumen yang cukup banyak .tetapi peternakan sapi perah desa pudak kulon kecamatan pudak

kabupaten ponorogo belum mampu mencukupi semua permintaan konsumen dikarenakan produksi susu yang terbatas. tetapi sesudah melewati dampak pandemi PMK pada ternak sapi. didukung dengan adanya permintaan kebutuhan konsumen yang cukup banyak. peternakan sapi perah desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo memiliki produk standar yaitu susu segar murni tanpa ada bahan campuran. produk susu segar ini merupakan produk unggul dari hasil peternakan sapi perah warga desa pudak kulon .susu sapi perah murni milik salah satu warga pudak kulon yaitu bapak harmanto dan bapak suwito berupa susu segar murni, tekstur warna pada produk memiliki warna kuning dan tidak tembus cahaya. para peternak warga pudak kulon menghasilkan produk susu sapi perah yang berkualitas tanpa ada bahan campuran sehingga membuat warna susu tetap alami dan rasa yang khas alami.

Peternak sapi perah desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo harus menjaga kualitas susu sapi perah yang dihasilkan, agar konsumen dapat terus membelinya. dalam upaya meningkatkan pangsa pasar susu sapi perah, peternak bapak harmanto dan bapak suwito melakukan strategi produk dengan cara menghasilkan susu sapi perah yang baik dan memiliki zat-zat gizi, yaitu melakukan pemerahan yang sempurna, tidak termasuk kolostrum serta tidak ditambah atau dikurangi suatu komponen. peternak sapi perah desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo tidak melakukan proses penyimpanan.

2.Strategi harga(price)

Strategi penetapan harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan masukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). metode yang digunakan didesa pudak kulon adalah metode penetapan harga berbasis permintaan yang

terdiri dari skimming pricing, prestige pricing, price lining pricing, demand-backward pricing dan bundle pricing. strategi harga yang tepat digunakan peternak sapi perah yaitu skimming pricing. strategi skimming pricing ini diterapkan dengan jalan menetapkan harga yang tinggi bagi suatu produk baru atau inovatif selama tahap pengenalan, kemudian menurunkan harga pada saat persaingan mulai ketat. peternak sapi perah didesa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo menetapkan harga sesuai dengan kesepakatan awal dengan peternak lainnya sehingga hasil yang didapat tetap, tidak ada peningkatan. skimming price bertujuan untuk memperoleh citra sebagai produk berkelas dan bermutu tinggi.

Tabel 4.2 total keuntungan peternak

No	Peternakan susu sapi perah	Jumlah produk terjual/harian	Harga (Rp/bulan)	Jumlah harga (Rp/bulan)	Jumlah harga (Rp/liter)
1.	ii	300 liter konsumsi	10.000	90.000.000	7.500
2.	ii	100 liter pengolahan	5.000	25.500.000	1.875
Total penerimaan				112.500.000	9.375
Keuntungan (total penerimaan - total biaya operasional)				65.396.062,8	5.448,4

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa, hasil dari adanya strategi pemasaran susu sapi perah dalam meningkatkan perekonomian keluarga di desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo, menyebabkan bertambahnya peningkatan perekonomian keluarga bapak harmanto dan bapak suwito seperti:

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh warga desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo dalam meningkatkan volume pemasaran dengan menggunakan marketing mix (4p) adalah a) produk, dalam menjaga kualitas produknya harus menjaga keaslian susu, kebersihan susu dan juga harus dengan cepat memasukkan susu ke mesin pendingin agar tidak basi, b) harga, yang menentukan harga yaitu pabrik meski demikian

peternak selalu menjaga kualitas susu sapi peternak nya dengan menyediakan konsentrat yang berkualitas sehingga peternak memperoleh harga yang maksimal, c) saluran distribusi yang dilakukan pengepul susu desa pudak kulon dengan menerapkan sistim SOP, diantaranya harus menjaga kebersihan susu, d) strategi pemasaran yang dilakukan peternak desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo adalah menjaga kualitas susu kemudian mempromosikan kepada pabrik untuk bekerja sama.

Kendala yang dihadapi oleh warga pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo dalam meningkatkan volume pemasaran adalah kendala internal dan eksternal.

1. Kendala internal :

a. tidak bisa berdiri sendiri tanpa adanya mitra,
b. susah nya memasarkan pada masa pandemi PMK /covid 19.

2. Kendala eksternal :

a. adanya banyak pesaing dikecamatan pudak.

3. Solusi Internal:

a. dalam menjalani bisnis peternakan ini tidak bisa berdiri sendiri tanpa adanya mitra dengan kondisi seperti ini, peternak menawarkan bekerja sama dengan pabrik dan yang ditawarkan tentang kualitas susu yang dimilikinya.

b. warga pudak mencari informasi tentang pabrik lain yang mau membeli susu dan akhirnya karena banyak nya jaringan bisnisnya maka peternak menjual produknya diluar kota.

4. solusi eksternal :

a. Dalam menghadapi masalah eksternal terutama dengan adanya pesaing peternak tetap merasa bersyukur kepada tuhan. pesaing ini dalam dunia bisnis bebas dan wajar. peternak percaya bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Namun meski peternak tetap berupaya untuk mensejahterakan peternak yang bekerja sama dengannya. seperti member pelayanan yang baik dan yang paling utama ,masalah pembayaran yang tepat waktu.

Adanya usaha ternak sapi perah bapak harmanto dan bapak suwito memberikan manfaat bagi peternak yang meliputi manfaat teknis, manfaat ekonomi, dan manfaat sosial .Dari semua karakteristik peternak ,jumlah ternak, tingkat pendidikan, pengalaman ternak, motivasi, jumlah tanggungan keluarga dan tenaga kerja. yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan peternak sapi perah didesa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran kepada masyarakat di desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo agar :

1. Penelitian ini diharapkan dapat

dijadikan sebagai bahan masukan atau pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih baik dimasa yang akan datang, terutama dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan atau pemasaran.

2. Hendaknya para peternak di desa pudak kulon kecamatan pudak kabupaten ponorogo mengadakan penyuluhan bersama dinas peternakan mengajarkan kepada masyarakat dan kaum muda sekitar untuk mau dan bisa mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran susu sapi dalam meningkatkan perekonomian keluarga.

RUJUKAN ATAU DAFTAR PUSTAKA

- Fidiena A, k. Prasetyowati, suswandi. 2017. strategi pemasaran susu sapi perah di KUD musuk kabupaten Boyolali .jurnal ilmiah Agrineca.vol.20 No.1
Ariyanti Dwi Novi, dan Evita Soliha Hani.
"KECAMATAN ARJASA KABUPATEN JEMBER Strategi pemasaran susu sapi perah didesa kemuning lor kecamatan arjasa kabupaten jember"x(2004):1-7.
- Kotler dan keller (2016) ,konsep manajrmen pemasaran
Raharjo ,rido insane, 2018. strategi pemasaran melalui analisis SWOT pada usaha penyewaan lapangan futsal di scudetto futsal banyuwangi .yogyakarta :universitas negeri Yogyakarta.
- Purnomo Sutrisno Hadi Ayu Intan Sari and Muhammad Abdul Haris."Analisis Pemasaran Susu Segar Sapi Perah Dikecamatan Mojosongo Kabupaten Boyolali Jawa Tengah."Mimbar Agribisnis :Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis 7,no.1 (2021):898.<http://doi.org/10.25157/ma.v7i1.4848>
- Rosanti i F Y."Analisis Rantai Nilai Susu Sapi Di Peternakan Sapi Perah Cibubur Garden Dairy Cibugary Cipayung

- Jakarta Timur.”
Respository.Uinjkt.ac.Id.2021.http://rep
ository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/1234
56
789/55137%0Ahttps://repository.uinjkt.
ac.id/dspace/bitstream/123456789/5513
7/1/FIDA YUNIA ROSANTI-FST.pdf.
- WIBOWO ,JANUAR ADI.”Skripsi
Pengembangan Budidaya Sapi Perah
Dalam Meningkatkan Perekonomian
Keluarga Di Metro Utara Kota
Metro.”2020
- Dian,Dwijayanti.”ANALISIS SWOT UNTUK
MENGETAHUI POSITIONING
PERUSAHAAN DALAM
MENENTUKAN STRATEGI
PERUSAHAAN PADA
UD.MAHKOTA
GEMPOL.’RI,MENTERI
KESEHATAN,2019.
- Suparyanto dan rosad (2015) .”pengaruh country
of origin,brand image, dan perceived
quality “terhadap minat beli “.
suparyanto dan rosad (2015 5,no . 3
(2020):248-53.
- Firdaus ,M.(2009).manajemen Agribisnis.
Jakarta:PT.Bumi Aksara.
Alex.(2004).jurus sukses peternak sapi
.yogyakarta:pustaka baru press.