

**STRATEGI PEMASARAN SUSU SAPI PERAH DI
KOPERASI AGRIBISNIS DANA MULYA
KECAMATAN PACET KABUPATEN MOJOKERTO**

SKRIPSI



Oleh:

SEPTI DWI SHAFIYAH
NPM : 21220014

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2024**

**LEMBAR JUDUL
STRATEGI PEMASARAN SUSU SAPI PERAH
DI KOPERASI AGRIBISNIS DANA MULYA
KECAMATAN PACET KABUPATEN MOJOKERTO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis Pada Fakultas Pertanian
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya**

Disusun Oleh :

**SEPTI DWI SHAFIYAH
21220014**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN SUSU SAPI PERAH DI
KOPERASI AGRIBISNIS DANA MULYA
KECAMATAN PACET KABUPATEN
MOJOKERTO**

NAMA : SEPTI DWI SHAFIYAH
NPM : 21220014
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Ir. Endang Siswati, MM
NIK : 03320-ET



Ir. Koesriwulandari, MP.
NIK : 92164-ET

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Pertanian

Ketua
Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W, M.Si
NIP. 19620403 198811 2 001



Ristani Widva Inti, SP, M. Agri
NIK : 21850-ET

LEMBAR DIREVISI

LEMBAR DIREVISI
Tanggal : 08 Januari 2025

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN SUSU SAPI PERAH DI
KOPERASI AGRIBISNIS DANA MULYA
KECAMATAN PACET KABUPATEN
MOJOKERTO
NAMA : SEPTI DWI SHAFIYAH
NPM : 21220014
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

Menyetujui,

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II



Ir. Endang Siswati, MM
NIK : 03380-ET



Ir. Koesriwulandari, MP
NIK : 92164-ET

Mengetahui,

Dosen Penguji III

Dosen Penguji IV



Dr. Ir. Rr. Nugrahini S.W, M.Si
NIP. 19620403 198811 2 001



Dharma Setiawan, S.Agr., M.Agr
NIK : 24896-ET

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah di Koperasi Agribisnis Dana Mulya Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Alm. Ayah tercinta yang menjadi alasan peneliti harus segera menggapai Strata-1, agar beliau bangga putri tercintanya telah sarjana.
2. Ibu yang selalu membersamai peneliti sampai saat ini serta memberikan dukungan, cinta, motivasi dan doa-doa yang tak pernah lepas untuk peneliti.
3. Ibu Prof.Dr.Ir.Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya sekaligus motivator peneliti.
4. Ibu Ristani Widya Inti, SP, M.Agri selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Ibu Ir. Endang Siswati, MM selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan serta bimbingan kepada peneliti.
6. Ibu Ir. Koesriwulandari, MP selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan serta bimbingan kepada peneliti.
7. NPM 21220003 yang sudah memberi motivasi dan dukungan serta membersamai peneliti dalam menyusun skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga laporan ini bermanfaat untuk penulis dan pihak lain yang membacanya.

Surabaya, 18 November 2024

Septi Dwi Shafiyah.

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septi Dwi Shafiyah
NPM : 21220014
Alamat : Jl. Wr. Supratman I no 1, Kepatihan, Kaliwates, Jember
No.Telp : 081216945420
Fakultas : Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah di Koperasi Agribisnis
Dana Mulya Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri selaku peneliti, baik untuk naskah laporan, maupun analisis yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya siap menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 26 Desember 2024



Septi Dwi Shafiyah

NPM. 21220014

v

Septi Dwi Shafiyah. 21220014. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2024. Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah di Koperasi Agribisnis Dana Mulya Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. Pembimbing I : Ir. Endang Siswati, MM. Pembimbing II : Ir. Koesriwulandari, MP

ABSTRAK

Penelitian berjudul Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah di Koperasi Agribisnis Dana Mulya Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto bertujuan untuk 1. Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) pada pemasaran susu sapi perah di Koperasi Agribisnis Dana Mulya Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. 2. Menganalisis strategi pemasaran susu sapi perah di Koperasi Agribisnis Dana Mulya Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto yang ditentukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa koperasi ini merupakan koperasi susu satu-satunya di Kota Mojokerto. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen susu sapi perah sebanyak 15 orang yang ditentukan secara kebetulan. Untuk membuktikan tujuan penelitian maka dianalisa dengan Analisis SWOT dan diolah dengan menggunakan Microsoft Excel. Dari penelitian ini dapat disimpulkan hasil analisis faktor internal susu sapi perah menunjukkan 6 kekuatan dan 3 kelemahan dengan hasil IFAS sebesar 1,57. Faktor eksternal melibatkan 4 peluang dan 3 ancaman dengan hasil EFAS sebesar 0,94. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi pemasaran susu sapi perah di Koperasi Agribisnis Dana Mulya Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto menggunakan pendekatan strategi S-O pada kuadran I. Dengan strategi pemasaran yang agresif, koperasi dapat memanfaatkan keunggulan mereka untuk menangkap peluang yang ada.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, Susu Sapi Perah

Septi Dwi Shafiyah. 21220014. Agribusiness Major, Faculty of Agriculture, Wijaya Kusuma University Surabaya, 2024. Marketing Strategy of Dairy Milk at Dana Mulya Agribusiness Cooperative, Pacet District, Mojokerto Regency. Supervisor I: Ir. Endang Siswati, MM. Supervisor II : Ir. Koesriwulandari, MP

ABSTRACT

The research entitled Marketing Strategy of Dairy Milk at Dana Mulya Agribusiness Cooperative Pacet District Mojokerto Regency aims to 1. Identify internal (*strengths and weaknesses*) and external (*opportunities and threats*) factors on dairy milk marketing at Dana Mulya Agribusiness Cooperative Pacet District Mojokerto Regency. 2. Analyze the marketing strategy of dairy milk at Dana Mulya Agribusiness Cooperative, Pacet District, Mojokerto Regency, which was determined purposively with the consideration that this cooperative is the only dairy cooperative in Mojokerto City. Respondents in this study were 15 dairy milk consumers who were determined by chance. To prove the research objectives, it was analyzed with SWOT Analysis and processed using Microsoft Excel. From this study it can be concluded that the results of the analysis of internal factors of dairy milk show 6 strengths and 3 weaknesses with IFAS results of 1.57. External factors involve 4 opportunities and 3 threats with EFAS results of 0.94. The results of the SWOT analysis show that the marketing strategy of dairy milk in the Dana Mulya Agribusiness Cooperative, Pacet District, Mojokerto Regency uses the S-O strategy approach in quadrant I. With an aggressive marketing strategy, the cooperative can be aggressive in marketing the dairy milk. With an aggressive marketing strategy, cooperatives can utilize their advantages to capture existing opportunities.

Keywords : Marketing Strategy, SWOT, Dairy Milk

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR DIREVISI	iii
KATA PENGANTAR	iv
SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Konsep Agribisnis	5
2.1.2 Perkembangan Usaha Peternakan Sapi Perah	8
2.1.3 Susu Sapi	9
2.2 Konsep Strategi	11
2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	11
2.4 Teori Pemasaran	12
2.5 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	13
2.6 Analisis SWOT	15
2.6.1 Lingkungan Internal SWOT	17
2.6.2 Lingkungan Eksternal SWOT	18
2.6.3 Matriks IFAS dan EFAS	19
2.6.4 Matriks SWOT	22
2.7 Penelitian Terdahulu	25
2.8 Kerangka Pemikiran	31
2.9 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian	33
3.2 Metode Penentuan Responden	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.4 Metode Analisis Data	36
3.4.1 Metode Analisis SWOT	36
3.5 Definisi Operasional	38
3.6 Indikator Kriteria Kuisisioner	39
BAB IV KEADAAN UMUM WILAYAH	41
4.1 Letak Geografis Kecamatan Pacet	41
4.2 Sejarah Berdirinya Koperasi Agribisnis Dana Mulya	42
4.2.1 Struktur Organisasi	44
4.2.2 Lokasi dan Wilayah Kerja Koperasi Agribisnis Dana Mulya	45

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	46
5.1 Karakteristik Konsumen Susu Sapi Perah.....	46
5.1.1 Jenis Kelamin Konsumen Susu Sapi Perah	46
5.1.2 Usia Konsumen Susu Sapi Perah	47
5.1.3 Tingkat Pendidikan Konsumen Susu Sapi Perah.....	48
5.1.4 Frekuensi Membeli Susu.....	49
5.2 Identifikasi Faktor-Faktor Pada SWOT.....	51
5.2.1 Faktor-Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan).....	52
5.2.2 Faktor-Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman).....	55
5.3 Analisis SWOT Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah.....	57
5.4 Matriks SWOT	60
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
6.1 Kesimpulan.....	62
6.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kandungan Gizi Susu Sapi Segar per 100 Gram	10
Tabel 2. Matriks Internal Factors Analysis Summary	19
Tabel 3. Matriks Eksternal Factors Analysis Summary	21
Tabel 4. Matriks SWOT	23
Tabel 5. Karakteristik Konsumen Susu Sapi Perah Berdasarkan Jenis Kelamin ..	46
Tabel 6. Karakteristik Konsumen Susu Sapi Perah Berdasarkan Usia	47
Tabel 7. Karakteristik Konsumen Susu Sapi Perah Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
Tabel 8. Karakteristik Konsumen Susu Sapi Perah Berdasarkan Frekuensi Membeli Susu	50
Tabel 9. Kalkulasi Matriks SWOT Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah	58
Tabel 10. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah	61

|

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Matriks SWOT	24
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3. Peta Kawasan Pacet	41
Gambar 4. Struktur Organisasi di Koperasi Agribisnis Dana Mulya	44
Gambar 5. Kantor Koperasi Agribisnis Dana Mulya	45
Gambar 6. Grafik Konsumen Susu Sapi Perah Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Gambar 7. Grafik Konsumen Susu Sapi Perah Berdasarkan Usia	48
Gambar 8. Grafik Konsumen Susu Sapi Perah Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
Gambar 9. Grafik Konsumen Susu Sapi Perah Berdasarkan Frekuensi Membeli Susu	51
Gambar 10. Diagram Matriks SWOT Pemasaran Susu Sapi Perah	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2. Daftar Responden Susu Sapi Perah.....	69
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Responden	70
Lampiran 4. Hasil Analisis SWOT	71
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian	72