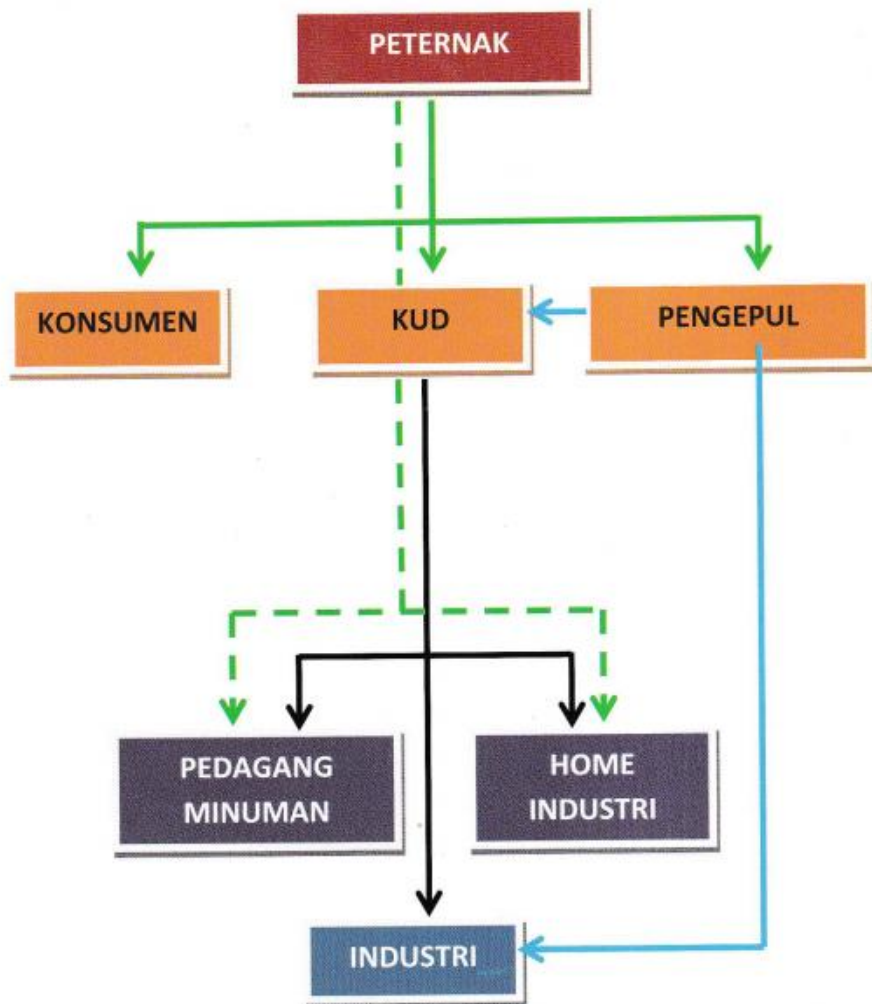


MEMASARKAN SUSU SAPI

Oleh : Wasis Sarjono.S.Pt.M.Si



Gbr. Alur Pemasaran Susu Sapi

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan, kegiatan pemasar untuk menjalankan bisnis guna memenuhi kebutuhan pasar dengan barang dan atau jasa, menetapkan harga, mendistribusikan, serta mempromosikannya melalui proses pertukaran agar memuaskan konsumen dan mencapai tujuan usaha.

Pemasaran Susu Sapi

Pemasaran susu Sapi lebih memiliki sekmen (cakupan) konsumen yang lebih beragam, sehingga model pemasaran mengarah ke semua lapisan dengan latar belakang ekonomi, sosial dan umur yang berbeda.

Penentuan Harga Susu Sapi

Penentuan harga susu dengan memperhatikan aspek biaya produksi (operasional), antara lain biaya – biaya yang dikeluarkan dalam usaha peternakan sapi perah, contoh ; biaya pakan, , obat – vitamin dan biaya proses pemerahan, penanganan susu, pengemasan dan distribusi serta promosi.

Tiga Prinsip Pemasaran susu Sapi

- A. Produk yang berkualitas ; Produk susu Sapi yang dihasilkan harus memenuhi standar kualitas. Secara sederhana langkah untuk memperoleh produk yang berkualitas dengan pendekatan A. B. C, (Aman, Bersih dan Cepat) artinya Aman, susu yang dihasilkan harus aman untuk dikonsumsi, bahan lain yang merusak kualitas susu, Bersih, dimulai dari ternak, peralatan, kandang dan pemerahnya sampai penyimpanan, Cepat adalah pemerahan susu dilakukan dengan cepat dan cermat, waktu lelesan susu kurang lebih 8 menit, sehingga proses pemerahan dilakukan kurang dari 8 menit dengan memperhatikan cara pemerahan yang benar. Pemasaran susu dalam bentuk segar dan beku.
- B. Harga ; perhitungan harga berdasar pada perhitungan biaya operasional, meliputi penanganan susu, pengemasan, penyimpanan dan distribusi dengan kemasan khusus dan biaya penyimpanan selama penjualan.
- C. Promosi dan distribusi; Promosi susu sapi dilakukan secara langsung kepada konsumen, dor to dor, ke industri ,kemitraan dengan rumah makan, penjual minuman Promosi juga dapat dilakukan dengan penyebaran brosur pada instansi lembaga strategis, misalnya perbangkan, Hotel, Villa, KSP. Distribusi produk dilakukan dengan memperhatikan alat transportasi, alat penyimpanan, waktu pengangkutan.

Alur Pemasaran Susu Sapi

- A. Pemasaran dari peternak ke konsumen langsung dan ke pengepul, Rumah makan, home industri serta KUD
- B. Pengepul memasarkan ke KUD dan Industri.
- C. KUD memasarkan ke Rumah makan, home industri dan ke industri
- D. Rantai pemasaran berpengaruh langsung terhadap keuntungan yang diperoleh peternak
- E. Semakin pendek rantai pemasaran, keuntungan yang diperoleh peternak semakin besar