

RINGKASAN

PATRICIA INTAN HANANTO. Peningkatan Kegiatan Promosi Susu Pasteurisasi *Cup* pada Peternakan Bahro Milk. *The Improvement of Promotion Activities of Cup Pasteurization Milk at Bahro Milk Farm*. Dibimbing oleh ASTRIANA FEBRISARI.

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam di bidang pertanian. Salah satu subsektor pertanian yang bergerak di bidang peternakan adalah sapi. Peternakan sapi di Indonesia dibagi menjadi dua jenis yaitu, peternakan sapi pedaging dan peternakan sapi perah. Sapi perah menghasilkan produk yang kaya akan manfaat yaitu susu. Peternakan sapi perah banyak tersebar di Pulau Jawa. Salah satunya di DKI Jakarta. Perkembangan produksi susu sapi di DKI Jakarta setiap tahunnya berfluktuasi sehingga sangat berpengaruh terhadap ketersediaan produk tersebut.

Salah satu sentra peternakan sapi perah di DKI Jakarta yaitu terletak di Kelurahan Pondok Ranggan, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur. Salah satu peternaknya adalah Peternakan Bahro Milk. Perusahaan tersebut tidak hanya memproduksi susu segar tetapi juga memiliki unit bisnis pengolahan susu menjadi susu pasteurisasi. Seiring berjalannya waktu perusahaan tersebut melakukan inovasi melalui kemasan dan varian rasa.

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini adalah peningkatan kegiatan promosi pada produk susu pasteurisasi *cup* mengingat kelemahan yang terdapat diperusahaan yaitu kurangnya promosi dan kurangnya tenaga ahli dalam bidang pemasaran sehingga produk tidak terjual habis dan menumpuk di perusahaan. Selain itu peluang yang dimiliki perusahaan diantaranya, adanya fasilitas yang diberikan pemerintah DKI Jakarta, tingkat pendapatan masyarakat DKI Jakarta yang terus meningkat, tingginya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi susu dan perkembangan teknologi dalam memproduksi dan memasarkan produk.

Metode yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini adalah aspek finansial dan aspek non finansial. Aspek non finansial meliputi aspek pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi, manajemen dan sumber daya manusia dan aspek kolaborasi. Sedangkan aspek finansial meliputi laporan laba rugi, anggaran analisis parsial, R/C rasio dan menghitung *break even point* atau BEP.

Berdasarkan aspek non finansial, produk susu pasteurisasi *cup* merupakan produk inovasi dari perusahaan yang menggunakan kemasan plastik ukuran 200 ml agar lebih mudah dibawa. Produk tersebut memiliki 5 varian rasa yaitu cokelat, melon, anggur, stroberi dan durian. Target yang dituju merupakan anak-anak hingga dewasa yang menyukai susu dengan berbagai rasa dan hidup sehat. Susu yang digunakan merupakan susu segar murni 100% tanpa tambahan pengawet dan air. Untuk kegiatan pemasaran dilakukan dengan penambahan kegiatan promosi yaitu *direct marketing* dan *advertising* yang memanfaatkan media sosial (*Instagram, Facebook dan Whatsapp*) dan *e-commerce* (Tokopedia). Selain itu juga mengikuti pameran agar produk dapat dikenal oleh masyarakat luas. Kapasitas produksi sebesar 500 *cup* dengan jadwal produksi tiga kali dalam sebulan.

Berdasarkan hasil aspek finansial, nilai R/C rasio sebelum pengembangan sebesar 1,03 sedangkan setelah pengembangan bisnis sebesar 1,16. Hal ini dapat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



dikatakan pengembangan layak dilakukan karena R/C rasio >1 . Setelah menganalisis menggunakan anggaran parsial, keuntungan tambahan yang diperoleh perusahaan setelah adanya pengembangan bisnis sebesar Rp11.530.077,00. Titik impas atau BEP untuk harga sebesar Rp17.841.166,00 yang menandakan jika omzet perusahaan dibawah nilai tersebut akan mengalami kerugian. Untuk BEP unit yang harus di produksi sebesar 4.460.

Metode yang digunakan untuk membantu proses tahapan pengembangan bisnis adalah metode CPM (*critical path method*). Tahapan pengembangan bisnis meliputi mengidentifikasi masalah, perencanaan pemasaran, persiapan pembuatan konten, perencanaan finansial, persetujuan desain konten, pembuatan konten, pengembangan konten dan evaluasi. Tahapan ini diperkirakan akan memakan waktu 53 hari kerja.

Kata kunci : Peternakan Bahro Milk, promosi, susu pasteurisasi.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.