



# **EFISIENSI PEMASARAN PRODUK SUSU SAPI DI BAROKAH FARM KOTA BOGOR JAWA BARAT**

**RISNA YULIANI**



**MANAJEMEN AGRIBISNIS  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2024**

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

## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Efisiensi Pemasaran Produk Susu Sapi di Barokah *Farm* Kota Bogor Jawa Barat” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2024

Risna Yuliani  
J1310201046

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



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

## ABSTRAK

RISNA YULIANI. Efisiensi Pemasaran Produk Susu Sapi di Barokah *Farm* Kota Bogor Jawa Barat. Dibimbing oleh INTANI DEWI.

Barokah *Farm* merupakan perusahaan sapi perah di Kota Bogor. Perusahaan memiliki permasalahan dalam menetapkan harga jual susu sapi segar karena posisi tawar perusahaan yang rendah sehingga susu sapi segar dijual dengan harga rendah. Hal ini memengaruhi efisiensi pemasaran. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya, serta tingkat efisiensi pemasaran. Penentuan responden perusahaan berdasarkan metode *purposive sampling* dan responden lembaga pemasaran yang terlibat berdasarkan metode *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima jenis lembaga pemasaran yakni pedagang pengumpul, pedagang pengecer 1, 2, dan 3, serta KPS Bogor. Analisis saluran pemasaran menunjukkan bahwa terdapat sebelas saluran pemasaran. Setiap saluran pemasaran menjalankan fungsi pemasaran berbeda yang mencakup fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Analisis efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran 3 ialah saluran pemasaran yang relatif efisien. Skenario efisiensi pemasaran dapat meningkatkan keuntungan perusahaan yang signifikan.

Kata kunci: efisiensi pemasaran, saluran pemasaran, susu sapi

## ABSTRACT

RISNA YULIANI. Marketing Efficiency of Cow's Milk Products at Barokah Farm in Bogor City West Java. Supervised by INTANI DEWI.

Barokah Farm is a dairy cattle company in Bogor City. The company has problems in setting the selling price of fresh cow's milk due to its low bargaining position, resulting in the sale of fresh cow's milk at low prices. This affects marketing efficiency. The objective of this research is to analyze marketing institutions, marketing channels, marketing functions, marketing margins, farmer's share, profit and cost ratios, and the level of marketing efficiency. Determination of company respondents was based on the purposive sampling method and marketing institution respondents involved were based on the snowball sampling method. The results showed that there are five types of marketing institutions, namely collectors, retailers 1, 2, and 3, and KPS Bogor. The analysis of marketing channels shows that there are eleven marketing channels. Each marketing channel carries out different marketing functions covering exchange functions, physical functions, and facility functions. The analysis of marketing efficiency shows that marketing channel 3 is the relatively efficient marketing channel. Marketing efficiency scenarios can significantly increase the company's profits.

Keywords: cow's milk, marketing channels, marketing efficiency



Judul Proyek Akhir : Efisiensi Pemasaran Produk Susu Sapi di Barokah *Farm*  
Kota Bogor Jawa Barat

Nama : Risna Yuliani  
NIM : J1310201046

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing:  
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.  
NPI 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.  
NIP 196607171992031003

  

Tanggal Ujian: 24 Juni 2024

Tanggal Lulus:



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam pelaksanaan magang yang dilaksanakan sejak 31 Juli 2023 sampai 13 Januari 2024 ini ialah efisiensi pemasaran, dengan judul “Efisiensi Pemasaran Produk Susu Sapi di Barokah *Farm* Kota Bogor Jawa Barat”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing, Ibu Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak H. Mahpudin dan seluruh keluarga dari Barokah *Farm* yang telah memberi izin magang industri dan telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2024

*Risna Yuliani*

## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Susu Sapi	5
2.1.1 Susu Sapi Segar	5
2.1.2 Susu Pasteurisasi	5
2.2 Karakteristik Produk Peternakan	6
2.3 Pemasaran	6
2.3.1 Lembaga Pemasaran	7
2.3.2 Saluran Pemasaran	8
2.3.3 Fungsi-fungsi Pemasaran	9
2.4 Efisiensi Pemasaran	10
2.4.1 Margin Pemasaran	10
2.4.2 <i>Farmer's Share</i>	11
2.4.3 Rasio Keuntungan dan Biaya	12
2.4.4 Tingkat Efisiensi Pemasaran	12
2.5 Penelitian Terdahulu	12
2.6 Kerangka Pemikiran	13
III METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu	15
3.2 Metode Pengumpulan Data	15
3.3 Metode Penentuan Responden	15
3.4 Metode Analisis	16
3.4.1 Analisis Lembaga Pemasaran	16
3.4.2 Analisis Saluran Pemasaran	16
3.4.3 Analisis Fungsi-fungsi Pemasaran	16
3.4.4 Analisis Margin Pemasaran	17
3.4.5 Analisis <i>Farmer's Share</i>	17
3.4.6 Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya	18
3.4.7 Analisis Tingkat Efisiensi Pemasaran	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	19
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	19
4.1.2 Organisasi dan Manajemen Perusahaan	19
4.1.3 Sumber Daya Perusahaan	20

4.1.4 Unit Bisnis	21
4.2 Analisis Lembaga Pemasaran	22
4.3 Analisis Saluran Pemasaran	24
4.4 Analisis Fungsi-fungsi Pemasaran	28
4.5 Analisis Margin Pemasaran	33
4.6 Analisis <i>Farmer's Share</i>	34
4.7 Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya	35
4.8 Analisis Tingkat Efisiensi Pemasaran	35
4.9 Rekapitulasi Indikator Efisiensi Pemasaran	36
4.10 Penerapan Skenario Efisiensi Pemasaran	37
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	41
<b>LAMPIRAN</b>	44
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	59

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 University.

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

## DAFTAR TABEL

1.1	Produksi susu sapi di Kota Bogor tahun 2020-2022	1
1.2	Produksi susu sapi segar di Barokah <i>Farm</i> bulan Agustus-Desember tahun 2023	2
4.1	Fungsi pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i>	29
4.2	<i>Farmer's share</i> pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i>	34
4.3	Tingkat efisiensi pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i>	36
4.4	Rekapitulasi indikator efisiensi pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i>	37

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Kurva margin pemasaran	11
2.2	Kerangka pemikiran	14
3.1	Peta lokasi Barokah <i>Farm</i> tahun 2023	15
4.1	Struktur organisasi Barokah <i>Farm</i> tahun 2023	19
4.2	Saluran pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i> tahun 2023	24
4.3	Skenario saluran pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i>	38

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner untuk lembaga pemasaran susu sapi yang terlibat	44
2	Margin pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i> tahun 2023	48
3	Biaya pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i> dan lembaga pemasaran tahun 2023	50
4	Rasio keuntungan dan biaya pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i> tahun 2023	53
5	Keuntungan bersih Barokah <i>Farm</i> sebelas saluran pemasaran tahun 2023	54
6	Keuntungan bersih skenario pemasaran susu sapi di Barokah <i>Farm</i>	55
7	Hasil uji kualitas susu sapi segar Barokah <i>Farm</i> tahun 2023	56
8	Penetapan harga susu sapi segar di KPS Bogor tahun 2023	57
9	Sumber daya fisik Barokah <i>Farm</i> tahun 2023	58