PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

STRATEGI PEMASARAN PRODUK KOPERASI DALAM MENEMBUS PASAR SUSU

(Studi Kasus: Koperasi Peternak Bandung Selatan, KPBS Pangalengan)

Jenis Kegiatan:

PKM Penulisan Ilmiah

Diusulkan oleh:

Ketua Kelompok	: Iqbal Arbi Ansari	(H24050036)	(2005)
Anggota Kelompok	: Dewi Wulan L.	(H24051639)	(2005)
	Siska Nofrianti	(H24051788)	(2005)

INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2008

LEMBAR PENGESAHAN
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan : Strategi Pemasaran Produk Koperasi dalam Menembus Pasar Susu (Studi Kasus: Koperasi Peternak Bandung Selatan, KPBS Pangalengan)
2. Bidang Ilmu :
   ( ) Kesehatan ( ) Pertanian
   ( ) MIPA ( ) Teknologi dan Rekayasa
   (√) Sosial Ekonomi ( ) Humaniora
   ( ) Pendidikan
3. Ketua Pelaksana Kegiatan/Penulis Utama
   a. Nama Lengkap : Iqbal Arbi Ansari
   b. NIM : H24050036
   c. Jurusan : Manajemen
   d. Universitas/Institut/Politeknik : Institut Pertanian Bogor
   e. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Jalan Raya Dramaga No.49 RT/RW 02/06 Desa Babakan, Kec. Dramaga, Kab. Bogor, Jawa Barat 16680 No. HP. 081310044347
4. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis: Dua orang
5. Dosen Pendamping
   a. Nama Lengkap dan Gelar : Beatrice Mantoroadi, SE.Ak, MM
   b. NIP : 132 310 803
   c. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Jl. Mawar I/21 Taman Yasmin Sektor 3 Bogor

Bogor, 5 Maret 2008

Menyetujui
Sekretaris Jurusan/Program Studi

(Erlin Trisyulianti, S.TP, M.Si)
NIP. 132 158 764

Ketua Pelaksana Kegiatan

(Iqbal Arbi Ansari)
NIM. H24050036

Wakil Rektor Bidang
Akademik dan Kemahasiswaan,

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)
NIP. 131 473 999

Dosen Pendamping

(Beatrice Mantoroadi, SE.Ak, MM)
NIP. 132 310 803

STRATEGI PEMASARAN PRODUK KOPERASI DALAM MENEMBUS PASAR SUSU

(Studi Kasus: Koperasi Peternak Bandung Selatan, KPBS Pangalengan)

Iqbal Arbi Ansari, Dewi Wulan L., dan Siska Nofrianti
Departemen Manajemen, Institut Pertanian Bogor

ABSTRAK

Pengembangan agribisnis susu melalui gerakan koperasi jauh lebih baik dibandingkan komoditas lainnya. Namun, koperasi susu yang ada kurang bisa memaksimalkan kemampuannya untuk memenuhi permintaan susu di Indonesia Selain itu, produk dari koperasi susu kurang dikenal oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat lebih mengenal produk dari Industri Pengolah Susu (IPS) yang mengambil bahan baku dari koperasi persusuan. Salah satu contoh koperasi persusuan di Indonesia adalah Koperasi Peternak Bandung Selatan (KPBS) yang merupakan koperasi primer dan menjadi motor penggerak Gabungan Koperasi Susu Indonesia (GKSI).

Tujuan penulisan ini adalah untuk mengidentifikasi faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi pemasaran produk KPBS dan menganalisis alternatif strategi pemasaran produk KPBS berdasarkan analisis SWOT.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, maka hasil analisis alternatif strategi yang dipilih adalah memperluas jaringan distribusi di luar Jawa Barat, meningkatkan promosi, mengembangkan produk dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan citra merek KPBS Pangalengan, meningkatkan kualitas SDM anggota dan pengurus, dan mendirikan lembaga riset dan pengembangan produk KPBS.

Kata-kata kunci: KPBS, faktor eksternal, faktor internal, analisis SWOT, alternatif strategi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmatNya berupa kesehatan dan akal pikiran sehat sehingga kami dapat menyelesaikan karya tulis ini sesuai dengan waktu yang diharapkan. Karya tulis ini berjudul "**Strategi Pemasaran Produk Koperasi dalam Menembus Pasar Susu (Studi Kasus: Koperasi Peternak Bandung Selatan, KPBS Pangalengan)**".

Karya tulis ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orangtua kami tercinta yang turut mendoakan.
2. Dosen pembimbing penulisan karya ilmiah ini.
3. Berbagai pihak terkait baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tak ada gading yang tak retak, begitu pula dengan karya tulis ini yang masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa kami harapkan demi kesempurnaan karya tulis ini. Semoga kekurangan ini mampu memotivasi kami untuk memperbaikinya dan menyumbangkan ide-ide serta saran konstruktif demi kemajuan perkoperasian di Indonesia.

Semoga karya tulis ini dapat menjadi wacana dan kajian yang lebih komprehensif bagi semua pihak yang peduli dan bersedia membangkitkan jiwa wirakoperasi.

Bogor, 6 Maret 2008

Penulis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perekonomian Indonesia akan dihadapkan pada perekonomian regional dan global, dimana batas antarnegara sudah tidak menjadi hambatan lagi. Kesepakatan yang melibatkan Indonesia dalam persaingan global, yaitu melalui GATT *(General Agreement Tariffs and Trade)* yang akan dilaksanakan pada tahun 2020, serta AFTA *(Asian Free Trade Area)* yang diselenggarakan pada tahun 2003. Kesepakatan tersebut akan membawa seluruh pelaku di setiap sektor perekonomian untuk aktif berperan dalam persaingan dengan cara mengubah lingkungan yang semakin dinamis.

Salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia adalah sektor pertanian. Sektor pertanian sebagai sistem agribisnis, menempatkan peternakan sebagai subsektor yang memiliki potensi pengembangan yang besar. Semakin pesatnya usaha pemerintah dalam memberdayakan sistem agribisnis peternakan khususnya peternakan sapi perah, memacu subsistem agribisnis hulu dalam meningkatkan produksinya. Di lain pihak Industri Pengolahan Susu (IPS), menjadi subsistem agribisnis yang memiliki peranan penting dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat akan susu siap minum.

Pada awal PELITA III, usaha pengembangan peternakan sapi perah secara intensif dilakukan dengan model koperasi. Koperasi Peternak Sapi Bandung Selatan (KPBS) Pangalengan merupakan salah satu koperasi primer yang bergerak di bidang persusuan dari tahun 1960-an hingga saat ini. Di Indonesia terjadi peningkatan jumlah koperasi persusuan baik kopersai primer maupun KUD, dari 194 koperasi menjadi 213 koperasi selama kurun sepuluh tahun dari tahun 1989-1999 (Asari, 2003 dalam Kartina, 2004). Era globalisasi tidak hanya menuntut koperasi untuk tetap bertahan sebagai badan usaha bersama yang berlandaskan ekonomi kerakyatan, tetapi juga memaksa koperasi untuk dapat unggul dalam persaingan dunia usaha.

Susu merupakan komoditas yang cukup sulit dikembangkan dibandingkan komoditas agribisnis lainnya. Namun, fakta membuktikan bahwa pengembangan agribisnis susu melalui gerakan koperasi jauh lebih baik dibandingkan komoditas lainnya. Hal ini menyebabkan ketergantungan yang tinggi para anggota terhadap lembaga koperasi. Namun, koperasi susu yang ada kurang bisa memaksimalkan kemampuannya untuk memenuhi permintaan susu di Indonesia. Menurut Dedi Setiadi (2007) dalam *Permintaan Susu Murni Meningkat Tajam*, permintaan masyarakat terhadap susu murni di kota Bandung meningkat 100% sebagai dampak naiknya harga susu kemasan sehingga masyarakat beralih ke susu segar yang harganya relatif lebih murah. Biasanya permintaan susu sekitar 5.000-6.000 liter per hari, tetapi saat ini permintaan mencapai 12.000 liter per hari. Produksi susu di Indonesia baru memenuhi 30% kebutuhan industri susu nasional. Di daerah Jawa Barat hanya menghasilkan 430 ton susu per hari. Hal ini menandakan pasokan susu belum memenuhi permintaan industri susu kemasan sehingga 70% kebutuhan susu harus dipenuhi dari impor.

Tingkat konsumsi susu di Indonesia masih sangat rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain yaitu sekitar 7,7% per kapita per tahun, sedangkan di Thailand mencapai 25 liter per kapita dan Malaysia sekitar 24 liter per kapita (Siswono, 2004).

Seiring perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat akan mendorong munculnya produk-produk olahan susu yang beragam. Kondisi ini mendorong banyaknya jumlah produsen olahan susu dan perluasan usaha yang telah ada. Hal ini menjadikan suatu tantangan bagi para produsen susu pasteurisasi, sebagai salah satu produk susu olahan yang mulai diminati masyarakat untuk semakin kreatif dalam menentukan strategi pemasarannya.

Dalam persaingan pasar, suatu perusahaan perlu memiliki kemampuan menguasai strategi pemasaran. Kemampuan penguasaan strategi-strategi pemasaran akan sangat terkait dengan pengambilan keputusan atas alternatif strategi pilihan yang akan dijalankan perusahaan tersebut.

Perumusan Masalah

Pokok permasalahan yang akan dikaji dalam hal ini adalah bagaimana strategi KPBS dalam menembus IPS dan meningkatkan kesejahteraan peternak sapi perah serta meningkatkan *bargaining position* industri susu nasional.

Berdasarkan uraian di atas, ada beberapa permasalahan yang akan kami bahas dalam karya tulis ini, yaitu:

1. Faktor-faktor eksternal dan internal apa saja yang mempengaruhi pemasaran KPBS?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran produk KPBS dalam menembus industri pengolah susu dan peningkatan *bargaining position*?

Tujuan Penulisan

Tujuan umum dari penulisan makalah ini adalah untuk menganalisis strategi KPBS dalam meningkatkan kesejahteraan peternak sapi perah. Adapun tujuan khusus penulisan adalah :

1. Mengidentifikasi faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi perkembangan koperasi persusuan dengan menggunakan analisis SWOT.
2. Menganalisis alternatif strategi pemasaran produk KPBS berdasarkan analisis SWOT.

Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari penulisan makalah ini adalah :

1. Menumbuhkan jiwa wirakoperasi bagi masyarakat secara umum dan anggota pada khususnya.
2. Penulis dapat mengetahui kondisi KPBS saat ini.
3. Mengetahui peluang penguasaan pangsa pasar KPBS dalam industri pengolah susu.
4. Merangsang KPBS untuk meningkatkan kinerja dan *bargaining position* dalam industri pengolah susu.
5. Menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam membuat karya tulis ilmiah dan sebagai sarana menyalurkan bakat dan kreativitas penulis.
6. Bagi peneliti lain, karya tulis ini dapat dijadikan sebagai acuan membuat penelitian lebih lanjut.

METODE PENULISAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam karya tulis ini adalah data sekunder. Data ini diperoleh dari *text book*, internet, perpustakaan, dan media massa. Jenis data yang dikumpulkan mencakup sejarah dan perkembangan koperasi persusuan di Indonesia, profil dan aktivitas KPBS, serta masalah yang dihadapi koperasi persusuan selama ini terutama KPBS.

Metode Analisis Data

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang ditetapkan dalam karya tulis ini, data dianalisis dengan analisis kualitatif. Hasil dari analisis data disajikan dalam bentuk uraian dan tabel. Untuk analisis strategi pengembangan digunakan analisis SWOT.

PEMBAHASAN

Koperasi Peternak Bandung Selatan (KPBS) sebagai Cerminan Koperasi Susu di Indonesia

Pada tahun 1969 di Pangalengan berdiri koperasi susu dengan nama Koperasi Peternak Bandung Selatan (KPBS) yang diprakarsai oleh drh. Daman Danuwijaya. KPBS merupakan koperasi primer yang menjadi motor penggerak koperasi sekunder persusuan nasional, Gabungan Koperasi Susu Indonesia (GKSI). Koperasi ini menjadi wadah kerja sama para peternak sapi dari Kecamatan Pangalengan, Kertasari, dan Pacet. Pada 1977 dibangun pabrik susu berteknologi canggih untuk menampung susu perahan peternak dari 26 desa di wilayah tersebut yang diberi nama "*Milk Treatment*".

Keberadaan pabrik pengolahan susu tersebut dapat menampung 5.650 anggota koperasi dengan jumlah sapi perah 13.500 ekor. Di *Milk Treatment*, susu hasil perahan yang disetorkan oleh anggota koperasi dipasteurisasi. Anggota KPBS mampu menghasilkan 120 ton susu sehari, 95 ton disalurkan ke IPS dan sisanya dikonsumsi oleh peternak. Industri Pengolah Susu (IPS) yang menjadi mitra kerja KPBS, antara lain Ultra Jaya, Indomilk dan Indolakto.

Selain itu, KPBS juga memiliki produk unggulan seperti susu *cup* dan susu *free pack*. Pada susu *cup* diproduksi 50.000-60.000 gelas per hari, sedangkan susu *free pack* adalah susu murni atau tawar dalam kemasan khusus. Perkembangan industri susu yang semakin pesat membuat KPBS menjadi semakin profesional. Saat ini KPBS telah memiliki dua pabrik, gedung koperasi, hotel, bank, dan kendaraan armada.

Kesejahteraan anggota merupakan tujuan utama KPBS, terbukti dengan penetapan harga beli yang lebih tinggi daripada koperasi lain. Jika koperasi lain membeli dengan harga Rp 1.300,00 per liter, maka KPBS sanggup membeli dengan harga Rp 1.500,00 per liter. Selain untuk anggotanya, KPBS menjadikan warga setempat sebagai mitra yang kreatif dengan membuat produk-produk seperti kerupuk susu, dodol susu, dan tahu susu.

Identifikasi Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal koperasi adalah lingkungan luar koperasi yang mempengaruhi kinerja koperasi tersebut. Berdasarkan hasil penelusuran dan pengkajian dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan eksternal, antara lain:

Peluang

1. Adanya dukungan pemerintah dalam pengembangan agribisnis persusuan, seperti program kampanye minum susu setiap hari, memberikan kesempatan investasi dalam pendirian industri persusuan dan mengeluarkan kebijakan dalam mendukung pengembangan koperasi persusuan Indonesia.
2. Anggota koperasi mendapat pinjaman dana dari Bank Perkreditan Rakyat.
3. Permintaan susu dalam negeri meningkat karena harga susu kemasan yang mahal.

Ancaman

1. Industri pengolah susu lebih banyak menggunakan susu impor karena harganya lebih murah dan kualitasnya lebih baik daripada susu domestik.
2. Iklim tropis yang kurang sesuai dengan pengembangan komoditas susu (Baga, 2003).
3. Tingkat konsumsi susu masyarakat Indonesia masih rendah.
4. Situasi sosial, ekonomi, dan politik yang memburuk dapat menghambat perkembangan koperasi persusuan di Indonesia.

5. Adanya produk substitusi yang memiliki kandungan protein sebanding dengan susu.

Identifikasi Lingkungan Internal

Lingkungan internal KPBS adalah lingkungan dalam koperasi yang mempengaruhi kinerja koperasi. Lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam diri koperasi. Berdasarkan analisis, dapat diidentifikasi beberapa kekuatan dan kelemahan koperasi persusuan di Indonesia.

Kekuatan

1. Memiliki mitra yang cukup luas seperti KPBS yang menjalin kerjasama dengan PT. Ultra Jaya dan beberapa industri susu lainnya.
2. Produktivitas anggota koperasi yang cukup tinggi seperti anggota KPBS yang mampu menghasilkan produksi susu sebesar 120 ton sehari.
3. Melakukan inovasi produk olahan menjadi lebih variatif dengan membuat susu kemasan dalam bentuk susu *cup* dan susu *free pack.*
4. Menggunakan teknologi canggih yang disebut *milk treatment* untuk menampung susu perahan peternak dari berbagai desa.
5. Memiliki banyak aset sebagai penunjang aktivitas dan kinerja koperasi seperti gedung koperasi, kendaraan armada, hotel, bank, serta jumlah anggota yang besar.
6. KPBS sebagai pionir produk susu pasteurisasi.
7. Jalur distribusi kuat di wilayah Jawa Barat.

Kelemahan

1. Kurangnya tenaga ahli yang membantu peternakan rakyat. Ahli peternakan lebih memilih ke industri pengolahan susu daripada koperasi.
2. Koperasi susu memiliki posisi rebut tawar yang lemah berhadapan dengan IPS, baik dalam menentukan jumlah penjualan susu, waktu penjualan, maupun harga yang diperoleh peternak.
3. Manajemen usaha ternak yang masih rendah karena kualitas sumber daya manusia peternak yang juga rendah.
4. Sifat produk mudah rusak dan tidak tahan lama.
5. Promosi yang dilakukan KPBS masih kurang sehingga banyak masyarakat yang masih belum mengenal produk KPBS.

Matriks Analisis SWOT

Eksternal / Internal	**Opportunity**	**Threat**
Eksternal **Internal**	O_1. Dukungan dari Pemerintah O_2. Pendirian industri pengolah susu O_3. Pinjaman dana O_4. Rendahnya produksi susu dalam negeri	T_1. Adanya susu impor T_2. Konsumsi susu yang rendah T_3. Terpuruknya sosial, Ekonomi, dan politik T_4. Iklim tropis yang kurang sesuai dengan pengembangan komoditas susu T_5. Adanya produk substitusi
Strength S_1. Mitra yang luas S_2. Produktivitas anggota Tinggi S_3. Inovasi Produk S_4. Menggunakan teknologi canggih S_5. Memiliki banyak aset S_6. Sebagai pionir produk susu pasteurisasi S_7. Jalur distribusi kuat di wilayah Jawa Barat	**(Strategi S-O)** 1. Memperluas usaha peternakan (S1,S5,S7,O3) 2. Memperluas jaringan distribusi di luar wilayah Jawa Barat (S7,S1,O2,O1) 3. Meningkatkan kreativitas masyarakat sekitar (S3,S4,S2,O1,O3)	**(Strategi S-T)** 1. Meningkatkan kualitas produk dari KPBS(S3,S4,T5,T1) 2. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk riset dan pengembangan produk olahan dengan cara melakukan penyesuaian usaha dengan iklim di Indonesia (S4,S3,S2,T4,T2)
Weakness W_1. Kurangnya tenaga ahli W_2. Posisi rebut tawar yang lemah W_3. Manajemen usaha ternak yang masih rendah W_4. Sifat produk mudah rusak dan tidak tahan lama W_5. Promosi yang dilakukan KPBS masih kurang	**(Strategi W-O)** 1. Meningkatkan citra merk KPBS (W2,W5,O1,O3). 2. Meningkatkan SDM pengurus dan anggota dengan meminta banuan tenaga ahli dari institusi pendidikan untuk memberikan penyuluhan rutin (W1,W4,O1,O4)	**(Strategi W-T)** Meningkatkan promosi secara besar-besaran di media elektronik, cetak, dan internet (W2,W5,T2,T3,T5).

Pemilihan Alternatif Strategi

Berdasarkan analisis SWOT yang telah kami analisis dari sumber-sumber pustaka yang ada dapat dilakukan pemilihan strategi pemasaran produk yang dianggap benar-benar mewakili strategi-strategi pemasaran produk KPBS. Strategi tersebut merupakan hasil perumusan dalam memanfaatkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta ancaman dan peluang yang ada. Alternatif strategi yang disarankan adalah:

1. Memperluas jaringan distribusi di luar Jawa Barat

   Perluasan jaringan distribusi dapat dilakukan melalui kerjasama dengan supermarket dan toserba. Perluasan jaringan distribusi merupakan bagian dari strategi pemasaran pasar yang dapat diprioritaskan pada daerah yang potensial seperti Jakarta, Bogor, Banten, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. KPBS hendaknya mendirikan anak perusahaan di wilayah yang memiliki potensi usaha peternakan, seperti di daerah Batu Malang (Jawa Timur).

2. Meningkatkan promosi

   Strategi ini bertujuan untuk menambah jangkauan pasar melalui penambahan jumlah pengecer di setiap agen distributor serta meningkatkan promosi melalui iklan di berbagai media, seperti iklan di televisi, pemasangan *billboard*, sebagai sponsor pada kegiatan olahraga, dan membuat *website* internet. Dengan demikian masyarakat akan mengetahui keberadaan KPBS dan tertarik untuk mengonsumsi produk-produknya.

3. Mengembangkan produk dan meningkatkan kualitas produk

   Pengembangan produk dapat dilakukan dengan mengolah produk yang ada menjadi produk lain yang lebih inovatif lagi untuk menarik konsumen seperti keju, permen susu, dan es krim susu.

   Untuk mempertahankan dan meningkatkan citra KPBS sebagai koperasi pionir produk susu pasteurisasi, maka kualitas produk susu yang dihasilkan harus lebih baik dari para pesaingnya. Peningkatan kualitas produk dapat dilakukan dari segi peningkatan kadar lemak susu agar lebih gurih dan enak, memperbaiki kemasan produk yang lebih higienis dan menarik, serta meningkatkan manajemen mutu untuk susu dari peternak, proses produksi, *milk treatment*, pengemasan, dan pemasarannya.

4. Meningkatkan citra merek KPBS Pangalengan

   Peningkatan citra merek dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi, pelayanan konsumen, dan kualitas produk dari segi kadar lemak, rasa serta kualitas kemasan. KPBS harus mengajukan permohonan untuk mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan mencantumkan label halal tersebut pada kemasannya.

5. Meningkatkan kualitas SDM anggota dan pengurus

   Untuk memperbaiki kinerja dan manajemen dalam kepengurusan serta keanggotaan KPBS dapat dilakukan melalui penyuluhan rutin yang dibina oleh tenaga ahli dan pemerintah. Kualitas SDM yang tinggi dapat memperbaiki manajemen koperasi dan meningkatkan produktivitas anggota.

6. Mendirikan lembaga riset dan pengembangan produk KPBS

Dengan mendirikan lembaga riset maka KPBS dapat melakukan penelitian pada produknya sendiri. KPBS juga dapat melakukan pengembangan dari hasil penelitian yang diperoleh sehingga bisa menambah inovasi pada produknya. Selain itu, lembaga penelitian ini juga bisa melayani perusahaan susu lainnya yang ingin produknya diteliti, sehingga merek KPBS akan semakin dikenal oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, penulis mengidentifikasi lingkungan eksternal (terdiri dari peluang dan ancaman) dan lingkungan internal (terdiri dari kekuatan dan kelemahan) yang saling terkait satu sama lain. Peluang yang dimiliki KPBS meliputi:

1. Dukungan dari Pemerintah.
2. Pendirian industri pengolah susu.
3. Pinjaman dana.
4. Rendahnya produksi susu dalam negeri.

Selain peluang, KPBS juga menghadapi berbagai ancaman di antaranya:

1. Industri pengolah susu lebih banyak menggunakan susu impor.
2. Iklim tropis yang kurang sesuai.
3. Tingkat konsumsi susu masyarakat Indonesia yang masih rendah.
4. Terpuruknya sosial, ekonomi, dan politik.
5. Adanya produk substitusi.

Identifikasi lingkungan internal dari segi kekuatan meliputi:

1. Jalur distribusi yang kuat di wilayah Jawa Barat.
2. Sebagai pionir produk susu pasteurisasi.
3. Produktivitas anggota koperasi yang cukup tinggi.
4. Inovasi produk olahan yang lebih variatif.

Adapun dari segi kelemahannya, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurangnya tenaga ahli yang membantu peternakan rakyat.
2. Koperasi memiliki *bargaining position* yang lemah.
3. Manajemen usaha ternak yang masih rendah.

Dengan mengidentifikasi lingkungan eksternal dan internal, koperasi menggunakan analisis SWOT sebagai strategi untuk mambangkitkan koperasi dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Adapun alternatif strategi pengembangan antara lain:

1. Memperluas jaringan distribusi di luar Jawa Barat.
2. Meningkatkan promosi.
3. Mengembangkan produk dan meningkatkan kualitas produk.
4. Meningkatkan citra merek KPBS Pangalengan.
5. Meningkatkan kualitas SDM anggota dan pengurus.
6. Mendirikan lembaga riset dan pengembangan produk KPBS.

Dalam penelitian ini semua sumber berasal dari data sekunder, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan data primer. Selain itu, disarankan kepada seluruh masyarakat untuk lebih membiasakan minum susu sebagai minuman utama kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

[Anonim]. 2007. Konsumsi Susu di Indonesia Masih Rendah. http://www.kapanlagi.com/h/0000203655.html.

[Anonim]. 2007. Permintaan Susu Murni Meningkat Tajam. http://anditenrisanna.multiply.com/journal/item/4/Permintaan_Susu_Murni_Meningkat_Tajam.

Baga, Lukman M. 2003. Peran Wirakoperasi dalam Pengembangan Sistem Agribisnis, Kajian terhadap Pengembangan Agribisnis Persusuan di Indonesia. Makalah disampaikan pada Seminar Dwi-Bulanan ISTECS Chapter Eropa di Frankfurt an Main.

Baga, Lukman M. 2006. Revitalisasi Koperasi Petani. Agrimedia, MMA-IPB, Volume 10-No.2.

Hendar dan Kusnadi. 2007. *Ekonomi Koperasi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia: Jakarta.

Kartina. 2004. Perumusan Strategi Pemasaran Susu Pasteurisasi pada Koperasi Peternak Bandung Selatan (KPBS) Pangalengan Bandung Jawa Barat. Jurusan Sosial Ekonomi Industri Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Siswono. 2004. Alergi Laktosa, Konsumsi Susu di Indonesia Rendah. http://www.gizi.net/cgi-bin/berita/fullnews.cgi?newsid1079595660,4225,