

**ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN  
PADA PT SITUJUH ORGANIK MADANI KECAMATAN  
SITUJUH LIMO NAGARI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**DEWI FEBRINALTI  
02164035**

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Peternakan



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2007**

**ANALISA USAHA DAN BAURAN PEMASARAN  
PADA PT SITUJUH ORGANIK MADANI KECAMATAN SITUJUH LIMO  
NAGARI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

Dewi Febrinalti dibawah bimbingan  
Ir. Andri, MS dan Rahmat Syafriardi, SP,MM  
Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi Ternak Fakultas  
Peternakan Universitas Andalas Padang, 2007

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan pada PT Situjuh Organik Madani di Kecamatan Situjuh Limo Nagari Kabupaten Lima Puluh Kota dari tanggal 12 Januari – 11 Februari 2007. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keadaan teknis, pendapatan yang diperoleh dan bauran pemasaran usaha peternakan PT Situjuh Organik Madani.

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus (*case study*). Pengambilan data dengan cara wawancara langsung dengan pemilik dan catatan usaha serta studi kepustakaan. Data penelitian meliputi : aspek teknis terdiri dari bibit, pakan, kandang, pencegahan penyakit; aspek ekonomis terdiri dari penerimaan usaha, biaya produksi, pendapatan serta keuntungan; bauran pemasaran meliputi produk, harga, distribusi dan promosi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata penerapan aspek teknis pada usaha ini cukup baik karena sebagian besar penerapan dari aspek teknis tersebut sudah sesuai dengan literatur. Bibit yang digunakan sapi FH dan simental, jenis pakan yang ada hijauan dan konsentrat dengan perbandingan 60% dan 40%, jumlah tenaga kerja terdiri dari 3 orang tenaga kerja tetap dan 9 orang tenaga kerja tidak tetap. Analisa ekonomis dari usaha PT Situjuh Organik Madani didapatkan laba bersih perusahaan ini selama tahun 2006 adalah Rp 146.857.900,-.

Produk tergolong produk konsumsi dan produksi, harga ditetapkan berdasarkan harga pesaing, saluran distribusi yang digunakan adalah distribusi langsung sedangkan promosi yang dilakukan baru sebatas penyebaran brosur.

Kata kunci : aspek teknis, aspek ekonomis dan bauran pemasaran

## BAB I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

PT Situjuh Organik Madani merupakan perusahaan yang bergerak dibidang peternakan sapi. Usaha ini dirintis pada tahun 1997 dan berbentuk Perusahaan Terbatas (PT) pada akhir tahun 2002. Awalnya perusahaan lebih mengintensifkan kegiatan pada penggemukan sapi dengan jumlah sapi yang dipelihara 20 ekor sapi jantan. Pada tahun 2004 perusahaan ini memilih sapi perah sebagai kegiatan utamanya, disamping itu ada juga pembibitan sapi simental dan pembuatan pupuk organik baik padat maupun cair.

Tabel 1. Jumlah populasi sapi, produksi susu dan produksi pupuk Tahun 2002-2005

Tahun	Rata-rata populasi/th (Ekor)	Rata-rata produksi susu/thn (Liter)	Rata-rata produksi pupuk/thn (Kg)	Rata-rata produksi pupuk cair/thn (lir)
2002	80	-	230.480	12.000
2003	90	-	136.790	10.500
2004	86	61.200	154.650	6600
2005	80	64.550	145.700	7200

(Sumber : Hasil Penelitian 2007)

Populasi sapi pada PT Situjuh Organik Madani pada saat penelitian ini berjumlah 80 ekor yang terdiri dari 40 ekor sapi simental dan 40 ekor sapi FH.

Kalau dilihat dari sisi pemasaran perusahaan ini berada pada posisi yang strategis, dimana perusahaan berada pada daerah perbatasan dua kabupaten yaitu Kabupaten Tanah Datar dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Dengan demikian perusahaan dapat memasarkan produk yang dihasilkan tidak hanya wilayah yang ada disekitar lokasi perusahaan tetapi juga wilayah lainnya seperti kota Payakumbuh, Batu Sangkar dan kota wisata Bukittinggi. Akan tetapi pada saat ini pemasaran produk PT Situjuh Organik Madani seperti susu, sapi dan pupuk baru

sebatas wilayah Payakumbuh dan sekitarnya. PT Situjuh Organik Madani mendistribusikan produknya kepada konsumen dengan menggunakan saluran pemasaran langsung. Alasan PT Situjuh Organik Madani menggunakan sistem pemasaran langsung untuk produk-produknya adalah karena belum terdapat kendala pemasaran dengan kapasitas produksi pada saat ini. Susu yang dihasilkan  $\pm$  220 liter/hari dengan sistem pemasaran langsung perusahaan dapat memperoleh kemudahan dalam pemasaran produknya terutama dalam mempertahankan pembeli. Sapi akan langsung dijual ke konsumen yang umumnya berada di sekitar wilayah Payakumbuh.

Dalam menjalankan usaha sapi perah, pembibitan sapi dan pembuatan pupuk organik perusahaan harus bekerja lebih keras lagi untuk menghasilkan produksi yang lebih baik karena akan mempengaruhi besarnya penerimaan atau tingkat keberhasilan suatu usaha. Keberhasilan ini ditentukan oleh berbagai faktor terutama jenis sapi yang dipelihara, jenis kelamin, umur, kemampuan adaptasi pada lingkungan, ketersediaan ransum pada suatu daerah, sifat-sifat produksi berbagai bangsa sapi dan pengelolaan bahan baku harus diketahui oleh peternak karena ini akan menentukan pendapatan yang diperoleh oleh peternak dalam hal ini adalah PT Situjuh Organik Madani.

Selain itu perusahaan harus menerapkan Panca Usaha Ternak dalam menilai keberhasilannya, usaha yang harus dilakukan adalah penerapan aspek teknis, aspek ekonomis, dan bauran pemasaran. Dalam aspek teknis yang perlu diperhatikan adalah bibit, pakan, tata laksana dan penyakit. Dalam aspek ekonomis yang perlu diperhatikan adalah pengeluaran dan penerimaan usaha yang pada akhirnya akan menggambarkan keuntungan dari usaha tersebut. Dan dalam

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT Situjuh Organik Madani dapat diambil kesimpulan, diantaranya :

1. Dalam penerapan aspek teknis yang ditinjau dari panca usaha peternakan yakni bibit, pakan, kandang, dan penyakit pada peternakan PT Situjuh Organik Madani ini cukup baik karena sebagian besar dari aspek teknis tersebut hampir terpenuhi.
2. Penerimaan usaha pada PT Situjuh Organik selama tahun 2006 adalah Rp 569.635.000,- yang terdiri dari penerimaan susu (cash dan non cash) Rp 259.670.000, penjualan sapi Rp 244.000.000 dan Penerimaan pupuk (cash dan non cash) Rp 65.965.000,-. Besarnya pengeluaran Rp 422.777.100. Laba bersih perusahaan ini selama tahun 2006 adalah Rp 146.857.900,-.
3. Dari hasil penelitian mengenai bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi. Susu, sapi afkir dan pupuk diklasifikasikan sebagai produk konsumsi karena bisa langsung dimanfaatkan sedangkan sapi dara, jantan muda dan induk bunting diklasifikasikan sebagai produk produksi karena harus mengalami proses lebih lanjut untuk dapat dimanfaatkan. Penetapan harga jual produk berdasarkan harga pasar yaitu dengan memperhatikan harga pesaing dimana perusahaan ini menetapkan harga dibawah harga pesaing. Sistem distribusi yang digunakan untuk ketiga produk adalah sama yaitu sistem distribusi langsung. Aktivitas promosi yang dilakukan adalah pemasangan dan penyebaran brosur ke masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- AAK, 1995. Petunjuk Praktis Beternak Sapi Perah. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Arbi, N., M. Rivai, A. Syarif dan B. Anan. 1997. Produksi ternak sapi potong. Diklat. Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang.
- Armailli, Fifi. 2000. Performans produksi usaha sapi kreman Jalaluddin studi kasus usaha sapi kreman Jalaluddi desa Air Terjun Kecamatan Lubuk Alung. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang.
- Balar, H. 1992. Ilmu Ternak Sapi Perah. Laporan Penelitian. Universitas Andalas, Padang.
- Bunaida. 2003. Standar Operasional Prosedur (SOP) Pembibitan Sapi Perah. Balai Pembibitan Ternak Unggul Sapi Perah, Baturaden.
- Darmono. 1993. Tatalaksana Usaha Sapi Potong Kreman. Kanisius, Jakarta.
- Djawanto. 1993. Dasar-dasar Akuntansi. Laporan Keuangan. Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Gray. 1997. Pengantar Evaluasi Proyek Edisi Ke-2. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kadarsan. 1995. Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Karjantoro, H. 2002. Usaha kecil dan problem pemberjayaannya. Media Manajemen Usahawan Indonesia No. 04. Jakarta. Hal 53-55.
- Kotler, Philip. 1995. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, implementasi dan Pengendalian. Buku I, pnerbit Salemba Erupat, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2002. Manajemen Pemasaran. PT Prehalindo, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan Armstrong, G. 1997. Dasar-Dasar Pemasaran. PT Prehalindo, Jakarta.
- Direktorat Jendral Bina Usaha Tani Ternak dan Pengelolaan Hasil Ternak. 1994. Laporan Pengolahan Hasil Ternak. Direktorat Jendral Bina Usaha Tani Ternak, Jakarta
- Majid. 1996. Produksi susu sapi Fries Holland (FH) pada daerah dataran tinggi dan dataran rendah di Propinsi Sumatera Barat. Laporan Penelitian. Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang.