



UNIVERSITAS MERCUBUANA

**STRATEGI KOPERASI PRODUKSI SUSU BOGOR DALAM
RANGKA MENINGKATKAN DAYA SAING**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Studi Program Pasca Sarjana
Program Studi Magister Manajemen
Universitas Mercu Buana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh:

EKO PURYANTO
NIM : 131.02.022

**PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA, 2004**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis dengan segenap kemampuan dan pencurahan pikiran sehingga tesis yang berjudul “Strategi Koperasi Produksi Susu Bogor Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing”, ini akhirnya dapat diwujudkan.

Tesis ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Penulis sungguh-sungguh menyadari bahwa banyak pihak yang telah turut serta dalam penyelesaian tesis ini. Sebab tanpa bantuan banyak pihak, penulis tidak dapat berbuat banyak dalam penyelesaian tesis ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak DR. Ir. Suharyadi MS, Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ir. Dana Santoso, M.ENG.,Sc.,Ph.D, Direktur Pasca Sarjana Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. DR. Bachtiar Saleh Abbas, selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan petunjuk kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
4. Bapak Sonny V. Sutedja, MM, selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan petunjuk dalam penyusunan tesis ini.
5. Para Dosen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan dan bekal ilmu pengetahuan dengan penuh kesabaran kepada penulis.

6. Pimpinan Koperasi Produksi Susu Bogor beserta staff dan karyawan yang telah membantu dalam memberikan keterangan-keterangan yang diperlukan penulis dalam pengumpulan data.
7. Rekan-rekan seperjuangan di kampus yang telah turut mendukung baik secara moril dengan do'a-do'a dan perhatiannya maupun secara non moril.
8. Keluarga yang telah mendorong penulis untuk bekerja dengan penuh semangat serta ketabahan dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberi bantuan moril maupun materil kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna, maka penulis mengharapkan segala kritik dan saran untuk sempurnanya tesis ini.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi para pembaca

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Oktober 2004

P e n u l i s

EKO PURYANTO

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
ABSTRAKSI	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pembatasan Masalah	3
1.3. Perumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Metodologi Penelitian	5
1.6. Sistematika Pembahasan	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Pemasaran	9
2.2. Pengertian Bauran Pemasaran	13
2.3. Pemasaran Strategis	16
2.4. Keunggulan Kompetitif	25
2.5. Analisa Lingkungan	28
2.6. Analisa SWOT sebagai Alat Formulasi Strategi	33
2.7. Koperasi	36
2.7.1 Perangkat Organisasi Koperasi	37
2.7.2 Permodalan Koperasi	37
2.7.3 Koperasi Pemasaran Susu	39
BAB III : PROFIL KOPERASI PRODUKSI SUSU BOGOR	
3.1. Sejarah dan Perkembangan	42
3.2. Visi dan Misi KPS Bogor	44

3.3. Struktur Organisasi KPS Bogor	45
3.4. Unit Usaha KPS Bogor	46
3.4.1. Unit Usaha Susu	46
3.4.2. Unit Usaha Pakan Ternak	47
3.4.3. Unit Pelayanan Angkutan	47
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Analisa Bauran Pemasaran	48
4.2. Analisa Segmentasi, Targeting, Positioning	50
4.3. Analisis Lingkungan Internal	51
4.3.1. Kekuatan Organisasi	51
4.3.2. Kelemahan Organisasi	53
4.4. Analisis Lingkungan Eksternal	58
4.4.1. Ancaman Organisasi	59
4.4.2. Peluang Organisasi	62
4.5. Penetapan Strategi	66
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	72

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
3.4.1.	Perkembangan Harga Beli dan Volume Susu Tahun 2001-2003	46
3.4.2.	Perkembangan harga jual dan volume produksi KPS Feed Tahun 2001-2003	47
4.2.	Analisa Segmentasi, targeting dan positioning	50
4.3.1.	Perkembangan Jumlah Sapi di Dalam dan di Luar KUNAK Tahun 2001-2003	51
4.3.1.	Perkembangan Penjualan Susu KPS Bogor ke Berbagai Jenis Konsumen 2001-2002	52
4.3.2..	Rencana dan Realisasi Pencapaian Mutu Susu yang dihasilkan anggota KPS Bogor Tahun 2001-2003	54
4.3.2.	Penentuan Harga Jual Susu ke PT. Indomilk	54
4.3.2.	Perkembangan Produksi KPS Feed Tahun 2001-2003	55
4.3.2.	Perkembangan Piutang Barang dan Jasa Kepada Anggota Tahun 2002-2003	57
4.4.1.	Perkembangan Jumlah Anggota KPS Bogor	59
4.4.1.	Perkembangan Harga Konsentrat, Obat-obatan, Beras dan Harga Jual Susu	61
4.4.2.	Pertumbuhan Impor Susu Tahun 1996-2001	63
4.4.2.	Pertumbuhan Konsumsi Susu Nasional Tahun 1998-2002	64
4.4.2.	Perbandingan Produksi Susu Dalam Negeri dengan Konsumsi Nasional Tahun 1998-2002	65
4.4.2.	Harga Beli, Harga Jual Susu Murni dan Susu Pasteurisasi Tahun 2001 – 2003	65
4.5.	Perkembangan Penjualan Susu Pasteurisasi KPS Bogor	67
4.5.	Analisa SWOT	70

MERCU BUANA