

RINGKASAN EKSEKUTIF

Sesuai dengan Undang-undang No. 25 tentang Perkoperasian, Koperasi sebagai gerakan ekonomi rakyat maupun sebagai badan usaha berperan serta untuk mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam tata perekonomian Nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Gabungan Koperasi Susu Indonesia adalah salah satu koperasi sekunder yang melakukan kegiatan usaha di bidang produksi pengolahan susu cair pasteurisasi dimana proses produksinya dilaksanakan langsung oleh koperasi-koperasi primer yang ada di daerah.

Dalam pemasaran produksi pengolahan susu GCSI konsep marketing sangat dominan, baik segmentasi, targeting dan positioning, maupun dalam kaitannya dengan empat bauran pemasaran (marketing Mix), yang harus dikembangkan terus menerus, untuk mempertahankan daya saing dan pasar yang dimiliki serta ditujunya.

Dalam karya akhir ini diteliti peluang untuk pertumbuhan bisnis persusuan di Indonesia, dengan membuat analisa lingkungan usaha GCSI, sehingga dapat diformulasikan alternatif strategi pemasaran dan strategi bersaing yang dapat mempertahankan keberadaan produk susu GCSI secara efektif di pasar persusuan. Sebagai produsen dalam mengembangkan produknya maupun dalam pemasaran GCSI harus mampu memanfaatkan saluran distribusi secara efektif ditingkat retailer.

Pasar produk susu maupun produk olahan mempunyai perbedaan karakteristik baik konsumennya maupun distribusinya, untuk itu studi ini akan melakukan analisa lingkungan usaha secara menyeluruh, baik pada tingkat eksternal maupun pada tingkat internal koperasi. Studi ini juga membahas bagaimana peluang pertumbuhan dan

ancaman dari industri persusuan di Indonesia, serta bagaimana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki koperasi dalam menghadapinya, sehingga pada akhirnya dapat diformulasikan strategi pemasaran dan strategi distribusi yang efektif serta saran-saran yang membawa koperasi pada posisi untuk mengembangkan usahanya.

Dari analisa lingkungan koperasi yang dilakukan menunjukkan bahwa perkembangan industri persusuan di Indonesia sudah pada posisi yang masih bisa berkembang dengan baik, hanya pengembangan pengetahuan konsumen mengenai pentingnya dan fungsinya produk olahan susu murni yang berkualitas. Antisipasi trend dan pengembangan teknologi dan ilmu pengetahuan serta pemanfaatannya secara benar diharapkan akan mampu mengatasi kendala-kendala yang ada, sehingga pasar produk olahan susu murni di Indonesia akan memiliki prospek yang menjanjikan dimasa mendatang.

Melihat keadaan pasar dan kekuatan-kekuatan yang dimiliki, GKSI disarankan melakukan investasi-investasi secara selektif untuk mengembangkan usahanya. Investasi yang disarankan adalah merintis jaringan distribusi yang terkontrol dan betul-betul menjadi Representative GKSI di Pasar persusuan.

Menimbang ketatnya perkembangan pasar produk susu olahan dimasa mendatang, maka pemasar harus mampu mencari alternatif pemasaran yang dapat meningkatkan kinerja penjualan, serta menjadikan salah satu basis strategi untuk bersaing secara kompetitif di pasar Indonesia.