

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

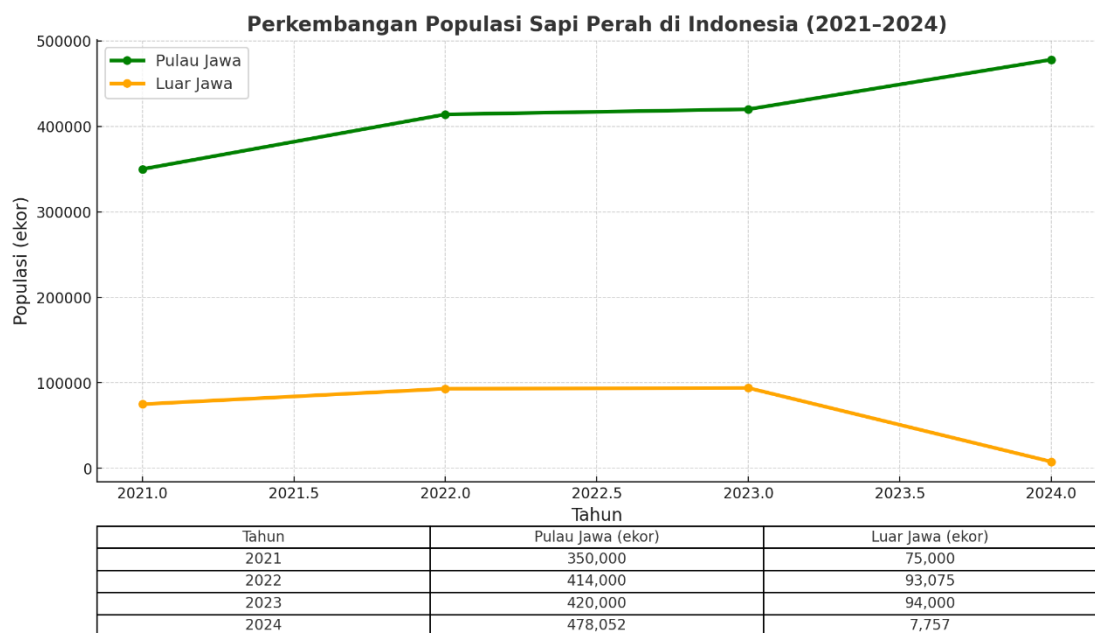
Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi bisnis yang sangat luas dan beragam, salah satunya terdapat pada sektor agribisnis. Sektor agribisnis memegang peranan penting dalam menjamin ketersediaan pangan bagi masyarakat. Di antara berbagai bidang agribisnis, subsektor peternakan memberikan kontribusi besar, terutama melalui produk hewani seperti susu sapi.

Kondisi geografis yang beragam serta tingkat kesuburan tanah yang relatif tinggi di sebagian besar wilayah Indonesia memberikan keunggulan komparatif yang mendukung pengembangan sektor peternakan secara berkelanjutan. Produk unggulan dari subsektor ini adalah susu segar yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan prospek yang menjanjikan di kota-kota besar, termasuk Bandung, di mana kesadaran masyarakat akan pentingnya asupan gizi terus meningkat. Hal tersebut tercermin dalam penerapan pola makan “Empat Sehat Lima Sempurna” yang menempatkan susu sebagai bagian penting dalam pemenuhan kebutuhan nutrisi harian. Konsumsi produk susu murni juga berfungsi sebagai salah satu cara masyarakat untuk menjaga kesehatan dan meningkatkan daya tahan tubuh.

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gaya hidup sehat mendorong meningkatnya perhatian terhadap produk susu murni sebagai salah satu sumber pangan bergizi. Salah satu alasan utama yang membuat susu murni menarik

adalah manfaat kesehatannya. Susu murni diketahui memiliki berbagai khasiat bagi tubuh, seperti mendukung kesehatan pencernaan, menjaga kesehatan kulit, membantu proses detoksifikasi. Produk ini digemari oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, karena selain memiliki cita rasa yang enak dan segar, susu murni juga dikenal sebagai minuman yang menyehatkan.

Gambar 1. 1 Populasi Sapi Perah Di Indonesia



Sumber: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDcwIzI%3D/populasi-sapi-perah-menurut-provinsi.html>

Gambar 1.1 menunjukkan data dari Badan Pusat Statistik (2024) bahwa populasi sapi perah di Indonesia mengalami pertumbuhan fluktuatif dalam kurun waktu 2021 hingga 2024. Berdasarkan grafik pada Gambar 1.1, jumlah populasi sapi perah nasional meningkat dari 425.000 ekor pada tahun 2021 menjadi 478.052 ekor pada tahun 2024. Pertumbuhan ini sebagian besar didorong oleh peningkatan

populasi di wilayah Pulau Jawa yang secara konsisten mendominasi lebih dari 80% populasi nasional selama periode tersebut..

Selain perkembangan populasi sapi perah, faktor lain yang juga menjadi indikator penting dalam memahami dinamika industri susu nasional adalah tingkat konsumsi susu siap minum oleh masyarakat. Berdasarkan grafik yang ditampilkan pada Gambar 1.2, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam volume konsumsi susu siap minum di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2025.

Gambar 1. 2 Volume Konsumsi Susu Siap Minum



Sumber: <https://lnq.com/5HMyo> / <https://www.fas.usda.gov/data/indonesia-dairy-and-products-annual-9>

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa konsumsi susu di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dari tahun 2020 hingga 2025. Pada tahun 2020, konsumsi susu tercatat sebesar 989.154 ton dan meningkat secara bertahap hingga mencapai 1.052.381 ton pada tahun 2023. Peningkatan yang lebih tajam terjadi pada tahun 2024 dan 2025 dengan proyeksi konsumsi masing-masing sebesar 4.200.000 ton dan 5.300.000 ton.

Lonjakan konsumsi susu dipengaruhi oleh program pemerintah yang menyediakan susu gratis kepada masyarakat, seperti Program Makan Bergizi Gratis yang diluncurkan oleh pemerintahan Presiden Prabowo Subianto. Program tersebut bertujuan untuk meningkatkan asupan gizi nasional dan diperkirakan akan mendorong permintaan susu secara signifikan.

Berdasarkan Standar Nasional Indonesia (SNI) (3141.1:2011) yang dikeluarkan oleh Badan Standardisasi Nasional, mutu susu segar harus memenuhi sejumlah kriteria tertentu sebagaimana ditetapkan dalam standar tersebut untuk dapat digunakan sebagai bahan baku industri pengolahan yang di tunjukan pada tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1. 1 Syarat Mutu Susu Segar

No	Kriteria Uji	Satuan	Syarat
1.	Berat jenis (pada suhu 27,5 °C) minimum	g/ml	1,0270
2.	Kadar lemak minimum	%	3,0
3.	Kadar bahan kering tanpa lemak minimum	%	7,8
4.	Kadar protein minimum	%	2,8
5.	Warna, bau, rasa, kekentalan	-	Tidak ada perubahan
6.	Derajat asam	°SH	6,0-7,5
7.	pH	-	6,3-6,8
8.	Uji alkohol (70 %) v/v	-	Negatif
9.	Cemaran mikroba. maksimum:		
	1. <i>Total Plate Count</i>	CFU/ml	1x10 ⁶
	2. <i>Staphylococcus aureus</i>	CFU/ml	1X10 ²
	3. <i>Enterobactenaceae</i>	CFU/ml	1X10 ³
10.	Jumlah sel somatis maksimum	Sel/ml	4x10 ⁵
11.	Residu antibiotika (Golongan penisilin, Tetrasiklin, Aminoglikosida, Makrolida)	-	Negatif
12.	Uji pemalsuan	-	Negatif
13.	Titik beku	°C	-0,520 s.d -0,560
14.	Uji peroxidase		Positif
15.	Cemaran logam berat, maksimum:		
	1. Timbal (Pb)	µg/ml	0,02
	2. Merkuri (Hg)	µg/ml	0,03
	3. Arsen (As)	µg/ml	0,1

Sumber: http://sisni.bsn.go.id/index.php/sni_main/sni/detail_sni/11914

Kota Bandung merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia yang menunjukkan tingkat kesadaran gizi masyarakat yang relatif tinggi. Kesadaran ini tercermin dalam pola konsumsi pangan yang semakin memperhatikan nilai gizi,

termasuk melalui konsumsi susu murni sebagai bagian dari upaya pemenuhan kebutuhan nutrisi harian. Susu murni, yang merupakan produk olahan langsung dari susu segar tanpa melalui proses fermentasi atau penambahan bahan pengawet, menjadi salah satu sumber gizi penting karena mengandung protein, lemak, vitamin, dan mineral esensial, terutama kalsium.

Produk ini sangat dianjurkan untuk dikonsumsi oleh berbagai kelompok usia guna mendukung pertumbuhan, perkembangan, serta menjaga kesehatan tulang dan fungsi metabolisme tubuh. Meskipun konsumsi susu murni secara historis lebih populer di negara-negara Eropa seperti Belanda, Prancis, dan Swiss, serta di Amerika Serikat, tren peningkatan konsumsi produk ini juga mulai terlihat di kota-kota besar di Indonesia, termasuk Bandung, seiring meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya gaya hidup sehat berbasis asupan gizi yang optimal.

Seiring dengan meningkatnya taraf kesejahteraan dan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya pola hidup sehat, konsumsi pangan bergizi semakin mendapat perhatian, terutama di wilayah perkotaan seperti Kota Bandung. Salah satu pilihan pangan yang memperoleh perhatian khusus adalah susu murni, yaitu produk susu yang belum melalui proses fermentasi maupun penambahan bahan kimiawi. Susu murni dikenal sebagai sumber nutrisi esensial yang mengandung protein berkualitas tinggi, kalsium, vitamin D, serta asam amino esensial seperti triptofan yang berperan penting dalam fungsi metabolik tubuh (Haug et al., 2021). Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asupan gizi

seimbang telah mendorong peningkatan konsumsi susu murni sebagai bagian dari gaya hidup sehat.

Studi menunjukkan bahwa konsumsi rutin susu murni berkontribusi dalam pembentukan dan pemeliharaan massa tulang dan otot, meningkatkan daya tahan tubuh, serta mempercepat pemulihan setelah aktivitas. Selain itu, kandungan bioaktif dalam susu murni juga berpengaruh terhadap kualitas tidur melalui senyawa alami seperti triptofan dan melatonin yang membantu regulasi siklus tidur. Susu murni diterima secara luas oleh berbagai kelompok usia karena selain bernutrisi tinggi, juga memiliki cita rasa alami dan dapat dikonsumsi sebagai bagian dari pola makan harian (Galanakis, 2020).

Dengan demikian, konsumsi susu murni tidak hanya bermanfaat dalam menunjang kebutuhan nutrisi, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan. Berikut tabel 1.2 menunjukkan kandungan susu segar per 100ml, untuk 1 liter:

Tabel 1. 2
Kandungan Susu Segar

Komponen Gizi	Jumlah per 1 Liter	Fungsi Utama
Energi	± 610–640 kkal	Sumber energi harian
Protein	± 32 gram	Membangun jaringan, enzim, dan hormon

Komponen Gizi	Jumlah per 1 Liter	Fungsi Utama
Lemak Total	± 36–38 gram	Sumber energi, pelarut vitamin A, D, E, dan K
Karbohidrat (Laktosa)	± 48 gram	Sumber energi utama dalam susu
Kalsium (Ca)	± 1200 mg	Pembentukan tulang dan gigi, fungsi otot
Kalium (K)	± 1400 mg	Mengatur keseimbangan elektrolit dan tekanan darah
Vitamin A	± 500 mcg	Menjaga kesehatan mata dan imunitas
Vitamin D	± 2,5 mcg	Membantu penyerapan kalsium dan fosfor untuk kesehatan tulang

Sumber: : <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/1104069/nutrients>

Dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa Adanya manfaat serta kandungan gizi yang ditawarkan oleh produk susu murni memberikan dorongan terhadap peningkatan angka konsumsi susu murni di masyarakat. Kondisi ini menciptakan peluang usaha yang menarik perhatian banyak pelaku industri pangan, baik skala besar maupun kecil. Meningkatnya jumlah produsen susu murni dalam beberapa tahun terakhir mencerminkan tingginya minat pelanggan terhadap produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa produksi dan distribusi susu murni di Indonesia mengalami tren pertumbuhan yang positif dari tahun ke tahun. Fenomena serupa

juga terlihat di Kota Bandung, di mana permintaan terhadap susu murni memicu munculnya berbagai merek lokal.

Kemudahan dalam pengolahan dan distribusi susu murni, didorong oleh perkembangan teknologi pengolahan dan distribusi yang semakin efisien, serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat, telah memberikan peluang besar bagi para pelaku usaha baru di sektor industri rumah tangga dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Kesadaran yang lebih tinggi tentang pentingnya asupan gizi yang seimbang telah mendorong peningkatan permintaan terhadap produk susu murni sebagai salah satu pilihan makanan sehat yang dapat memenuhi kebutuhan nutrisi masyarakat. Hal ini tercermin dalam semakin banyaknya produsen susu murni lokal yang bermunculan, menghadirkan berbagai produk inovatif yang mampu bersaing di pasar.

Para pelaku UMKM ini tidak hanya fokus pada produksi susu murni, tetapi juga berinovasi dalam hal rasa, kemasan, serta varian produk lainnya seperti susu murni *flavored*, susu murni organik, hingga susu murni untuk kebutuhan diet dan kesehatan. Keberagaman produk tersebut mencerminkan daya saing yang semakin ketat di pasar lokal, yang membuat para pelaku UMKM harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk agar tetap menarik perhatian pelanggan. Kekuatan merek lokal ini tidak dapat diabaikan begitu saja, karena mereka memainkan peran penting dalam memenuhi permintaan pasar dan menciptakan lapangan pekerjaan baru, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

Di Kota Bandung, yang dikenal dengan tingkat kesadaran pelanggan terhadap pola hidup sehat yang cukup tinggi, mulai bermunculan sejumlah merek susu murni lokal yang menunjukkan dinamika pasar yang semakin berkembang. Keberagaman merek yang ada di pasar menciptakan tantangan tersendiri bagi produsen susu murni untuk tetap bertahan dan berkembang. Inovasi dalam hal kualitas, distribusi, dan pemasaran menjadi kunci utama dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat di pasar susu murni lokal.

Berikut pada tabel 1.3 yang menunjukkan beberapa produk susu murni yang beredar di Kota Bandung, yang menggambarkan keberagaman produk dan kontribusi UMKM dalam industri susu murni:

Tabel 1. 3

Daftar Merek Susu Di Bandung

Nama Merek / UMKM	Akses lokasi Produksi / Usaha
KPBS Pangalengan	Kec. Pangalengan, Kab. Bandung
Susu Lembang	Lembang, Kab. Bandung Barat
Susu Murni Sumber Sari	Ciwidey, Kab. Bandung
De Ranch Dairy Farm	Lembang, Bandung Barat
Susu Si Sapi	Kota Bandung (kawasan Buah Batu)
Raja Susu Bandung	Jl. Kliningan, Bandung Selatan
Susu Segar Ciroyom	Pasar Ciroyom, Kota Bandung
Susu Segar Cihampelas	Kios kaki lima sekitar Jl. Cihampelas

Nama Merek / UMKM	Akses lokasi Produksi / Usaha
Susu Fresh Dairy Farm	Kec. Parongpong, Bandung Barat

Sumber: disusun oleh peneliti 2025

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa perkembangan industri minuman berbasis susu, termasuk susu murni dan turunannya, mengalami pertumbuhan yang signifikan di Kota Bandung. Keberagaman merek yang beredar di pasar menciptakan kompetisi yang ketat, yang menuntut produsen untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih adaptif agar tetap mampu bersaing dan menarik pelanggan. Dalam konteks ini, industri pengolahan susu di Bandung sebagian besar beroperasi di bawah badan hukum koperasi, yang memiliki peran krusial dalam distribusi bahan baku utama, yaitu susu murni.

Hampir seluruh produsen produk olahan susu di Bandung, baik dalam skala industri rumah tangga maupun skala menengah, memperoleh pasokan susu murni dari koperasi susu. Dua koperasi utama yang mendominasi rantai pasok ini adalah Koperasi Peternakan Bandung Selatan (KPBS) di Pangalengan dan Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara di Lembang (KPSBU). Dari kedua koperasi tersebut, KPBS Pangalengan memiliki eksistensi lebih lama, sehingga lebih dikenal oleh masyarakat dan telah memiliki jaringan distribusi produk olahan susu, termasuk susu murni, yang luas di wilayah Bandung dan sekitarnya. (INEWS, Bandung Tempo Dulu, 2023)

Namun demikian, Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU Lembang) juga memainkan peran penting dalam pengembangan industri susu

murni lokal. Terletak di kawasan wisata Lembang yang populer, keberadaan koperasi ini turut berkontribusi dalam penguatan ekonomi lokal berbasis agroindustri. KPSBU Lembang tidak hanya memproduksi susu murni yang berkualitas, tetapi juga mengembangkan berbagai saluran distribusi, mulai dari pemasaran langsung ke pelanggan hingga kerja sama dengan industri pengolahan berskala besar.

Secara legal, koperasi di Indonesia beroperasi berdasarkan Undang-Undang No. 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian, yang menekankan bahwa koperasi merupakan badan hukum yang dibentuk oleh individu atau entitas hukum koperasi lain, dengan tujuan memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial, dan budaya anggotanya berdasarkan prinsip koperasi.

Tabel 1. 4 Koperasi Susu Sapi Di Bandung

Nama Koperasi	Akses lokasi
KPSBU Lembang	Lembang, Kabupaten Bandung Barat
KPBS Pangalengan	Pangalengan, Kabupaten Bandung
KUD Sarwa Mukti	Cisarua, Kabupaten Bandung Barat
KUD Sinar Jaya	Panyileukan, Kota Bandung

Sumber: Data Diolah Peneliti

Peneliti memilih KPSBU Lembang sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan akademik dan empiris yang saling berkaitan. Sebagai salah satu koperasi susu terbesar di Jawa Barat dengan kapasitas produksi tinggi serta jumlah Pelangganpeternak yang signifikan, KPSBU Lembang dipandang representatif dalam menggambarkan dinamika industri susu murni di Bandung. Fenomena

kontradiktif terlihat pada penurunan volume penjualan susu murni pada tahun 2024, sementara konsumsi susu secara nasional justru mengalami peningkatan. Kondisi tersebut menimbulkan urgensi akademik untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan, terutama dari sisi kualitas produk dan aspek akses lokasi penjualan.

Selain itu, keberadaan KPSBU Lembang di kawasan wisata strategis memperkuat relevansi penelitian, karena arus wisatawan semestinya mampu menjadi potensi pasar yang mendukung peningkatan penjualan. Penelitian ini juga memiliki nilai praktis mengingat peran koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan Pelanggandan masyarakat sekitar. Dengan demikian, pemilihan KPSBU Lembang bukan hanya karena kemudahan akses akses lokasi, melainkan lebih pada urgensi akademik, relevansi fenomena empiris, serta potensi kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik manajemen pemasaran koperasi.

Berikut adalah data penjualan produk susu murni KPSBU Lembang pada tahun 2023–2024 yang ditunjukkan pada Tabel 1.5

Tabel 1.5
Data Penjualan Periode 2023-2024

Bulan	Qty (Liter)		%
	2023 (SM)	2024 (SM)	Selisih
Januari	123.582	125.387	1%
Februari	109.839	114.769	3%
Maret	112.110	95.925	-9%

Bulan	Qty (Liter)		%
	2023 (SM)	2024 (SM)	Selisih
April	101.734	101.759	0%
Mei	123.453	130.201	4%
Juni	129.458	127.804	-1%
Juli	137.926	136.861	-1%
Agustus	134.909	140.696	3%
September	139.264	136.587	-1%
Oktober	148.605	136.592	-6%
November	141.655	105.659	-19%
Desember	135.762	111.961	-13%
Total	1.638.257	1.562.201	-40%

Sumber: KPSBU 2025

Pada Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa data penjualan susu murni KPSBU Lembang pada tahun 2023 dan 2024 menunjukkan perubahan yang cukup signifikan dalam volume penjualan setiap bulannya. Secara keseluruhan, penjualan pada tahun 2024 mengalami penurunan sebesar 76.056 liter dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu dari total 1.638.257 liter menjadi 1.562.201 liter. Penurunan tersebut paling mencolok terjadi pada bulan November dan Desember dengan selisih masing-masing sebesar 35.996 liter dan 23.801 liter. Fenomena ini

mengindikasikan adanya tantangan yang signifikan dalam mempertahankan stabilitas penjualan. Di sisi lain, beberapa bulan seperti Februari, Mei, dan Agustus justru menunjukkan peningkatan penjualan dengan selisih positif masing-masing 4.930 liter, 6.748 liter, dan 5.787 liter, meskipun kenaikan tersebut belum mampu menutupi penurunan signifikan yang terjadi pada bulan-bulan lainnya.

Pola fluktuasi ini menandakan adanya ketidakstabilan dalam permintaan pasar yang kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perubahan preferensi pelanggan, efisiensi distribusi, dan tingkat persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, untuk mengatasi penurunan penjualan yang terjadi, diperlukan strategi yang fokus pada peningkatan kualitas produk, optimalisasi akses akses lokasi, serta upaya membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting yang harus menjadi perhatian utama perusahaan karena berpengaruh langsung pada keberlangsungan dan perkembangan bisnis di masa depan. Keberhasilan perusahaan dalam membangun loyalitas pelanggan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk membangun ikatan dengan pelanggan. Loyalitas ini mencerminkan komitmen dan kepercayaan pelanggan yang kuat terhadap produk, yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Sebagaimana ditegaskan oleh Poernomo dan Setyadarma (2021), persepsi merek yang kuat dapat secara signifikan meningkatkan loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks koperasi susu murni yang mengandalkan hubungan jangka

panjang dengan pelanggan setia. Merek yang mampu menciptakan citra positif di benak pelanggan akan membentuk rasa kepercayaan dan keterikatan emosional yang pada akhirnya mendorong terjadinya pembelian berulang. Dalam konteks tersebut, loyalitas tidak hanya terbentuk karena pengalaman konsumsi, tetapi juga karena nilai simbolik serta identitas merek yang dirasakan oleh pelanggan.

Haryana et al. (2020) menambahkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk yang konsisten, harga yang kompetitif, serta kemasan yang higienis dan menarik memiliki peranan penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Ketiga elemen tersebut saling berinteraksi dan membentuk persepsi pelanggan terhadap kredibilitas serta profesionalisme produsen. Dengan demikian, ketika aspek-aspek ini dikelola secara optimal, akan tercipta pengalaman pelanggan yang positif yang pada gilirannya memperkuat loyalitas serta meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.

(Undang Juju, 2024) menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan kinerja pemasaran melalui terciptanya keunggulan bersaing. Dalam industri susu murni, kualitas produk dan akses lokasi penjualan dapat berfungsi sebagai sumber keunggulan bersaing yang memberikan nilai tambah bagi Pelanggan. Akses lokasi yang mudah dijangkau dan kualitas produk yang sesuai standar akan meningkatkan kepuasan Pelanggan sekaligus memperkuat ikatan emosional mereka terhadap produk.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pra-survei kepada 30 Pelanggan yang merupakan pelanggan susu murni di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara Lembang. Tujuan dari pra-survei ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai faktor

yang diduga menyebabkan penurunan loyalitas pelanggan, serta untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam mengenai preferensi dan persepsi pelanggan terhadap produk susu murni yang ditawarkan.

Hasil survei ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai masalah yang dihadapi oleh koperasi, serta menjadi dasar yang kuat bagi manajemen untuk merumuskan langkah-langkah strategis yang tepat dalam memperbaiki kualitas produk dan memperkuat loyalitas pelanggan. Dengan demikian, diharapkan koperasi dapat mencapai tujuan jangka panjangnya secara optimal, termasuk meningkatkan pangsa pasar dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar lokal. Berikut ini disajikan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan terhadap pelanggan susu murni, yang dapat dilihat pada tabel 1.6:

Tabel 1. 6
Hasil Pra Survey Mengenai Kinerja Pemasaran di KPSBU Lembang

Variabel	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	ST (1)	Rata- rata
Kepuasan Pelanggan	Saya merasa puas mengkonsumsi susu murni KPSBU sehingga saya merekomendasikan ke orang lain	2	22	4	2	0	3.8
	Saya merasa puas terhadap merek susu murni KPSBU	0	22	7	1	0	3.7

Variabel	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	ST (1)	Rata- rata
Kepercayaan Pelanggan	Saya percaya bahwa merek KPSBU adalah pilihan yang terpercaya untuk produk susu murni	3	22	2	1	0	3.96
Loyalitas Pelanggan	Saya akan selalu mengkonsumsi produk susu murni KPSBU	0	12	17	1	0	3.37
	Saya tidak akan tertarik untuk mengkonsumsi produk lain selain susu murni KPSBU	0	12	13	5	0	3.23

Sumber: Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan Tabel 1.6 hasil pra-survei terhadap 30 Pelanggan, tingkat kepuasan pelanggan terhadap susu murni KPSBU tergolong cukup tinggi dengan rata-rata skor 3,8 untuk rekomendasi produk dan 3,7 untuk kepuasan merek. Kepercayaan pelanggan terhadap merek bahkan memperoleh skor rata-rata tertinggi, yaitu 3,96, yang menunjukkan bahwa pelanggan memandang positif kualitas dan reputasi produk. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler et al. (2022) yang menegaskan bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan pondasi

utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya.

Namun demikian, loyalitas pelanggan masih perlu mendapat perhatian karena skor yang diperoleh relatif lebih rendah, yaitu 3,37 dan 3,23. Menurut Oliver (2020), loyalitas tidak hanya bermakna kepuasan berulang, tetapi juga mencakup preferensi aktif serta kesediaan pelanggan untuk terus memilih produk meskipun tersedia banyak alternatif lain. Oleh karena itu, meskipun kepuasan dan kepercayaan sudah tergolong baik, perusahaan tetap perlu mengembangkan strategi yang mampu memperkuat loyalitas pelanggan agar dapat menjaga stabilitas dan pertumbuhan pangsa pasar secara berkelanjutan.

Sejalan dengan pendapat Kotler et al. (2022) yang menyatakan bahwa keberhasilan membangun kepuasan dan kepercayaan pelanggan perlu ditopang oleh strategi pemasaran terpadu, maka penting untuk meninjau elemen-elemen bauran pemasaran (marketing mix) yang diterapkan oleh KPSBU Lembang. Oleh karena itu, untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi pelanggan terhadap strategi pemasaran perusahaan, diperlukan analisis yang menyoroti aspek-aspek bauran pemasaran yang relevan.

berikut hasil pra-survei yang mengevaluasi aspek-aspek utama dalam bauran pemasaran pada tabel 1.7:

Tabel 1. 7

Hasil Pra Survey Mengenai Bauran Pemasaran Susu Murni Di KPSBU Lembang

Dimensi	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	ST (1)	Rata- rata
Produk	Kualitas susu murni KPSBU sesuai dengan harapan anda	1	15	9	5	0	3.4
	Kemasan susu murni KPSBU menarik perhatian anda	1	1	5	16	7	2.1
	kualitas produk susu murni KPSBU selalu memenuhi harapan	0	5	10	15	0	2.67
Harga	Harga yang ditetapkan pada susu murni KPSBU Terjangkau	2	26	2	0	0	4.0
	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk susu murni KPSBU	1	26	3	0	0	3.93

Dimensi	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	ST (1)	Rata- rata
Tempat	Akses lokasi susu murni mudah di jangkau	6	15	6	3	0	3.8
	Arus lalu lintas menuju susu murni KPSBU lancar	3	12	9	6	0	3.4
Promosi	Mengetahui produk susu murni KPSBU dari rekomendasi kerabat/teman	1	23	4	2	0	3.77
	Mengetahui produk susu murni KPSBU dari Katalog	1	19	5	5	0	3.53
Proses	Proses dalam penyediaan susu murni KPSBU terbilang cepat	6	23	1	0	0	4.17
Bukti Fisik	Susu murni KPSBU memberikan manfaat bagi Kesehatan dan kebugaran tubuh	5	24	1	0	0	4.13

Sumber:Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan Tabel 1.7, hasil pra-survei terhadap 30 Pelanggan mengungkapkan adanya temuan penting pada berbagai dimensi. Pada dimensi produk, kualitas susu murni memperoleh skor 3,4 yang masih berada di bawah ambang batas ideal, sehingga menunjukkan perlunya peningkatan mutu agar dapat memperkuat loyalitas pelanggan. Menurut Kotler et al. (2021), kualitas produk merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ketika suatu produk secara konsisten memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, kondisi tersebut akan membangun kepercayaan dan mendorong terjadinya pembelian ulang.

Kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan karena produk yang tidak memenuhi harapan berpotensi menurunkan minat pembelian ulang. Selain itu, kemasan produk yang memperoleh skor sangat rendah sebesar 2,1 menunjukkan bahwa aspek tampilan produk masih kurang menarik dan perlu diperbaiki untuk mendukung loyalitas. Konsistensi kualitas produk juga hanya mendapatkan skor 2,67, yang menandakan adanya ketidakpuasan dan berpotensi menghambat loyalitas pelanggan.

Meskipun akses lokasi penjualan susu murni KPSBU dinilai mudah dijangkau dengan skor rata-rata 3,8, arus lalu lintas menuju lokasi tersebut justru memperoleh skor yang lebih rendah, yaitu 3,4, yang mengindikasikan adanya hambatan dalam aksesibilitas. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun secara geografis lokasi penjualan relatif strategis, kendala arus lalu lintas yang kurang lancar dapat menjadi faktor penghambat kenyamanan pelanggan dalam melakukan pembelian. Hal ini diperkuat oleh Setyawan (2023) yang menemukan bahwa akses

lokasi yang strategis mampu meningkatkan kenyamanan dan frekuensi kunjungan, sehingga berdampak langsung pada loyalitas pelanggan.

Dengan demikian, kemudahan akses akses lokasi menjadi salah satu aspek krusial yang memengaruhi loyalitas pelanggan; apabila pelanggan merasa kesulitan dalam menjangkau akses lokasi produk secara rutin, maka potensi berkurangnya frekuensi pembelian dan loyalitas terhadap merek akan meningkat. Oleh karena itu, perbaikan pada aspek aksesibilitas dan kelancaran arus lalu lintas di sekitar akses lokasi sangat diperlukan untuk mendukung loyalitas.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa Pelanggan, permasalahan utama yang dihadapi terkait produk susu murni KPSBU Lembang adalah ketidakkonsistenan kualitas rasa. Beberapa Pelanggan mengungkapkan bahwa susu terkadang tidak terasa segar dan bahkan mengalami perubahan rasa menjadi agak asam, khususnya setelah melalui perjalanan yang relatif jauh, sehingga tidak sesuai dengan harapan pelanggan yang menginginkan rasa segar secara konsisten. Selain itu, kemasan produk juga menjadi keluhan signifikan karena dinilai kurang menarik secara visual serta menimbulkan kesan kurang higienis, sehingga membuat pelanggan ragu terhadap kebersihan dan daya tahan produk. Di sisi lain, akses menuju lokasi penjualan susu murni juga menjadi tantangan karena pelanggan harus melewati jalan bercabang yang cukup jauh dari jalan utama, sehingga mengurangi kenyamanan dalam proses pembelian. Faktor-faktor tersebut disinyalir berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan menjadi salah satu penyebab penurunan penjualan susu murni pada tahun 2024.

Susu murni merupakan salah satu sumber pangan bergizi tinggi yang mengandung protein, lemak, kalsium, dan vitamin esensial. Namun demikian, kualitas susu murni sangat dipengaruhi oleh banyak faktor, mulai dari kesehatan ternak, sanitasi pemerahan, teknik penyimpanan, hingga rantai distribusi (Arief et al., 2024). Penurunan kualitas dapat terjadi secara cepat apabila susu tidak segera didinginkan atau terkontaminasi mikroorganisme patogen. Hasil penelitian Yunia, (2024) menunjukkan bahwa tingkat kontaminasi bakteri seperti *Staphylococcus aureus* dan *Enterobacteriaceae* masih tinggi pada beberapa koperasi susu di Jawa Tengah, yang secara langsung berdampak pada keamanan konsumsi.

Faktor waktu pemerahan juga berperan penting dalam menentukan mutu fisikokimia susu. Arief et al., (2024) menyatakan bahwa perbedaan waktu pemerahan menghasilkan variasi pH dan kadar lemak yang signifikan, yang berdampak pada kualitas sensorik serta daya simpan produk olahan seperti keju dan permen susu. Selain itu, penelitian oleh Fajrih et al., (2024) menyebutkan bahwa dalam proses fermentasi susu menjadi kefir, keberadaan susu segar yang higienis sangat menentukan efektivitas aktivitas mikroorganisme probiotik. Tanpa mutu bahan baku yang baik, proses fermentasi bisa gagal atau menghasilkan produk yang tidak sesuai standar gizi dan keamanan pangan.

Berdasarkan lingkup nasional, kualitas susu murni di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan signifikan, yang salah satunya disebabkan oleh dominasi peternak skala kecil yang memiliki keterbatasan dalam penerapan teknologi serta pengendalian mutu produksi. Rantai pasok yang belum terstandarisasi, fasilitas pendingin yang terbatas, dan ketergantungan pada pakan

non-standar memperburuk kestabilan mutu susu sejak dari hulu (Abdul & Thalib, 2024) Akibatnya, Indonesia masih mengimpor sebagian besar bahan baku susu olahan. Padahal, potensi pengembangan industri susu dalam negeri cukup besar bila dibarengi dengan peningkatan kualitas dari sisi peternak.

Ismaulina & Annisa, (2025) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan akses lokasi, meskipun penting, tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam konteks Galeri Madu Bener Meriah. Artinya, persepsi pelanggan terhadap mutu produk lebih dominan dalam membentuk loyalitas dibandingkan dengan faktor geografis atau aksesibilitas. Hal ini relevan terutama bagi usaha yang mengandalkan diferensiasi produk sebagai nilai jual utama.

Octavia isra et al., (2025) ditemukan bahwa akses lokasi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam membangun loyalitas, di mana interaksi antara kualitas produk dan kenyamanan akses lokasi harus dikelola secara sinergis untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten.

Hazfa, (2025) memperkuat hasil-hasil sebelumnya dengan meneliti klinik kecantikan di Pekanbaru dan menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, sedangkan kepuasan pelanggan dapat memperkuat hubungan tersebut. Meskipun akses lokasi turut dipertimbangkan oleh pelanggan, nilai produk dan hasil layanan tetap menjadi fokus utama dalam mempertahankan pelanggan tetap.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan, ditemukan bahwa permasalahan utama yang dihadapi perusahaan terletak pada aspek kualitas produk dan akses lokasi. Kedua variabel tersebut diduga menjadi faktor penyebab terjadinya penurunan penjualan susu murni. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk mengkaji lebih lanjut permasalahan ini dan menjadikannya sebagai fokus dalam penelitian, dengan mengangkat topik tersebut ke dalam judul penelitian

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN AKSES LOKASI
TEHADAP LOYALITAS PELANGGAN SUSU MURNI (Survey Pada
Pelanggan Susu Murni Di Bandung Utara (KPSBU) Lembang)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian dari permasalahan permasalahan yang akan diteliti. Sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap variabel kualitas produk dan akses lokasi. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati berbagai fenomena yang terjadi pada KPSBU Lembang. Dalam fenomena tersebut terdapat berbagai masalah yang diidentifikasi dan dirumuskan oleh peneliti.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang dipaparkan, maka dapat didefinisikan masalah-masalah yang muncul pada penelitian, yaitu :

1. Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang mengalami penurunan volume penjualan susu murni sebesar 76.056 liter pada tahun 2024 dibandingkan tahun sebelumnya.

2. Penurunan penjualan ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.
3. Kualitas produk susu murni KPSBU yang belum konsisten menjadi salah satu faktor utama yang diduga memengaruhi loyalitas pelanggan.
4. Hambatan aksesibilitas dan akses lokasi penjualan yang kurang optimal, seperti arus lalu lintas yang tidak lancar, turut berkontribusi terhadap penurunan kenyamanan pelanggan dalam pembelian.
5. Pelanggan mengeluhkan ketidakstabilan kualitas rasa dan kemasan susu KPSBU yang kurang menarik, sehingga mengurangi kepercayaan dan loyalitas.
6. Persaingan yang semakin ketat dari produsen susu murni lokal lain di Kota Bandung menciptakan tekanan tambahan bagi KPSBU untuk menjaga daya saing.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk susu murni di KPSBU Lembang.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai akses lokasi susu murni di KPSBU Lembang.
3. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan pada susu murni di KPSBU Lembang.

4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan akses lokasi terhadap loyalitas pelanggan susu murni baik secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan yang harus dicapai yang mengacu pada rumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji:

1. Tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk susu murni.
2. Tanggapan pelanggan mengenai akses lokasi penjualan dan aksesibilitas susu murni
3. Tanggapan pelanggan mengenai loyalitas pelanggan susu murni.
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan akses lokasi terhadap loyalitas pelanggan susu murni baik secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi peneliti sendiri dan umumnya dapat berguna juga bagi pihak-pihak yang berkepentingan, Kegunaan penelitian dibagi menjadi dua bagian diantaranya kegunaan teoritis dan kegunaan penelitian praktis yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait pengaruh kualitas produk dan akses lokasi terhadap loyalitas pelanggan, yang masih jarang dikaji secara simultan dalam konteks koperasi susu murni.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori perilaku pelanggan, terutama dalam memahami bagaimana persepsi terhadap mutu produk dan kemudahan akses akses lokasi dapat memengaruhi pembentukan loyalitas pelanggan.
3. Hasil penelitian dapat dijadikan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan pelanggan, seperti promosi, distribusi, dan pelayanan pelanggan yang mampu membangun loyalitas jangka panjang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam mengkaji pengaruh kualitas produk dan faktor akses lokasi terhadap loyalitas pelanggan produk susu murni. Selain itu, proses penelitian ini turut memperluas wawasan penulis mengenai dinamika perilaku pelanggan serta meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan analitis dalam menghadapi permasalahan nyata di lapangan. Penelitian ini juga menjadi wadah aplikatif bagi penulis dalam mengintegrasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik empiris.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi yang bermanfaat serta menjadi bahan masukan bagi pihak terkait, khususnya Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang, dalam

meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan akses lokasi penjualan yang lebih strategis. Dengan perbaikan pada aspek kualitas produk dan penempatan akses lokasi yang optimal, diharapkan pelanggan semakin terdorong untuk melakukan pembelian, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan volume penjualan koperasi.