

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan ekonomi dan pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat sering dianggap sebagai indikator utama kesejahteraan suatu negara. Dalam hal ini, Indonesia masih belum memenuhi standar tersebut. Namun, potensi untuk mencapai kemandirian dalam produksi hasil bumi tetap ada, menunjukkan bahwa kemajuan tetap mungkin dicapai oleh bangsa Indonesia. Produktivitas suatu negara sangat bergantung pada kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya yang ada. Oleh karena itu, sektor peternakan memegang peranan krusial dalam mewujudkan kesejahteraan nasional, baik dalam aspek ekonomi maupun ketahanan pangan. Pengembangan sektor peternakan merupakan komponen penting dari pembangunan nasional yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta pendapatan dan kesejahteraan peternak.

Koperasi peternakan berperan penting dalam ekonomi Indonesia dengan memberdayakan anggotanya dalam mengelola usaha, terutama dalam budidaya sapi perah untuk menghasilkan susu berkualitas tinggi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), konsumsi susu di Indonesia pada tahun 2020 adalah 16,27 kg per kapita per tahun, angka ini masih di bawah konsumsi susu di negara tetangga seperti Vietnam, yang mencapai 20 kg per kapita per tahun. Beberapa faktor yang menyebabkan rendahnya konsumsi susu di Indonesia antara lain, banyak masyarakat Indonesia yang belum terbiasa menjadikan susu sebagai bagian dari pola makan sehari-hari. Sebagian besar masyarakat lebih sering mengonsumsi

minuman tradisional seperti teh, kopi, atau minuman herbal. Selain itu, susu segar sering kali dianggap mahal oleh sebagian kalangan, khususnya di daerah pedesaan. Distribusi susu segar yang belum merata juga membatasi akses di beberapa wilayah. Produk susu segar tidak selalu mudah ditemukan di semua daerah, terutama di lokasi yang jauh dari pusat produksi, sehingga masyarakat cenderung memilih produk lain yang lebih mudah didapatkan. Saat ini, kebutuhan susu di Indonesia mencapai 4,3 juta ton per tahun, dengan kontribusi susu lokal hanya sekitar 22,7% dari total kebutuhan nasional. Sisanya, yaitu sekitar 77,3% atau 80%, masih bergantung pada impor (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2021). Kesenjangan yang signifikan antara produksi dan konsumsi susu domestik menjadi penyebab utama, ditambah dengan meningkatnya permintaan seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, produksi susu segar nasional pada tingkat provinsi untuk tahun 2021-2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Produksi Susu Segar Nasional

Provinsi	Jumlah Produksi Susu Sapi (Ton)		
	2021	2022	2023
Jawa Barat	290.472,23	264.834,10	268.467,30
Jawa Tengah	104.421,95	92.176,20	89.545,90
Jawa Timur	530.426,49	445.213,00	456.343,40
Sumatera Utara	8.745,02	8.953,30	9.234,40

Sumber: Badan Pusat Statistika (BPS) 2024

Berdasarkan pada Tabel 1.1 jumlah produksi susu sapi segar nasional tingkat Provinsi pada tahun 2021-2023 menunjukkan bahwa Jawa Barat berada di

posisi kedua yaitu sebanyak 268.467,30 ton susu sapi di tahun 2023. Pada posisi pertama yaitu Provinsi Jawa Timur dengan jumlah produksi susu sapi segar terbanyak yang mencapai hingga 256.343,40 ton.

Rendahnya tingkat konsumsi susu di Indonesia serta produksi yang masih terbatas membuka peluang baru bagi para peternak lokal untuk mengembangkan usaha mereka, salah satunya dengan memperluas produksi produk olahan susu. Untuk mengatasi masalah rendahnya konsumsi susu segar, strategi diversifikasi produk dapat menjadi solusi yang efektif. Diversifikasi produk susu mencakup pengembangan berbagai jenis produk turunan susu yang lebih sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli masyarakat. Beberapa bentuk diversifikasi produk susu yang dapat dikembangkan di Indonesia diantaranya:

1. Susu UHT (*Ultra High Temperature*): Produk susu ini lebih tahan lama dan dapat disimpan tanpa pendinginan, sehingga lebih mudah didistribusikan ke daerah-daerah yang jauh.
2. Yogurt dan Minuman Fermentasi: Produk olahan susu ini cocok untuk masyarakat yang menginginkan variasi rasa dan manfaat kesehatan tambahan seperti probiotik.
3. Keju dan Mentega: Produk olahan susu ini memiliki nilai tambah yang tinggi dan dapat menjadi pilihan bagi konsumen yang menginginkan variasi dalam penggunaan susu.

4. Susu Rasa: Susu yang diberi rasa seperti coklat, stroberi, atau vanilla dapat menarik minat konsumen muda dan anak-anak yang mungkin kurang menyukai rasa susu segar biasa.

Dengan adanya diversifikasi produk susu, industri susu di Indonesia dapat memenuhi kebutuhan berbagai segmen pasar yang berbeda. Diversifikasi ini juga dapat membantu meningkatkan konsumsi susu secara keseluruhan di Indonesia dengan cara menawarkan produk yang lebih bervariasi, terjangkau, dan sesuai dengan preferensi konsumen. Hal ini pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan gizi masyarakat dan pertumbuhan ekonomi sektor peternakan dan industri olahan susu di Indonesia.

Kontribusi produksi susu sapi di Provinsi Jawa Barat mencakup setiap kabupaten dan kota di wilayah tersebut. Salah satu contohnya adalah di Kabupaten Bandung, khususnya Ciwidey, yang menjadi salah satu pusat produksi susu sapi segar dan dikelola langsung oleh Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri.

Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri adalah koperasi pemasaran yang berfokus pada meningkatkan kesejahteraan para peternak sapi di wilayah Kecamatan Ciwidey. Dalam pelaksanaan kegiatannya, koperasi ini berperan sebagai tempat penampungan serta pemasaran hasil produksi susu yang berasal dari para anggotanya. Koperasi mendistribusikan susu produksinya ke Industri Pengolahan Susu (IPS) dan KPBS Pangalengan. Untuk menjadi bagian dari koperasi ini, peternak perlu memiliki minimal satu ekor sapi. Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri memberikan kesempatan yang luas bagi para peternak untuk

bergabung dan merasakan manfaatnya. Berikut data perkembangan anggota Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri.

Tabel 1. 2 Data Perkembangan Anggota

Tahun	Anggota Aktif	Anggota Tidak aktif	Non Anggota Dilayani	Jumlah	Persentase
2019	171	82	359	612	-
2020	159	86	66	311	-49%
2021	131	86	53	270	-13%
2022	121	127	35	283	5%
2023	116	127	23	266	-6%

Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas 2019-2023

Berdasarkan Tabel 1.2 perkembangan anggota Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri setiap tahunnya mengalami penurunan. Pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat tinggi yaitu sebesar -49% dan mengalami kenaikan pada tahun 2022 sebesar 5%. Dari hasil wawancara dengan manajer Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri, disebutkan bahwa penurunan jumlah anggota disebabkan oleh beberapa faktor, seperti keputusan individu untuk keluar dari keanggotaan koperasi, keinginan untuk tidak menggunakan layanan koperasi lagi, meninggal dunia, dan kurangnya regenerasi dari pihak keluarga anggota. Namun, meskipun menghadapi tantangan ini, koperasi tetap teguh dan berkomitmen untuk melanjutkan kegiatan koperasi, karena setiap anggota memiliki jumlah ternak sapi yang cukup banyak. Hal ini menunjukkan keteguhan koperasi dalam menghadapi perubahan anggota dan keberlanjutan kegiatan usahanya.

Dalam mencapai tujuan dari koperasi yaitu mensejahterakan anggota nya, salah satunya dengan mendirikan unit-unit usaha. Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri memiliki 3 unit usaha inti yang terdiri dari :

1. Unit Usaha Susu
2. Unit Simpan Pinjam
3. Unit Perdagangan

Unit usaha susu murni berfungsi sebagai platform bagi peternak untuk menyalurkan susu hasil ternak mereka, yang kemudian dikelola oleh koperasi untuk didistribusikan dan dijual. Unit ini menjalin kemitraan dengan KPBS Pangalengan, sehingga pemasaran susu dari Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri terintegrasi dengan KPBS Pangalengan.

Selain mendistribusikan susu ke KPBS Pangalengan, unit usaha susu murni Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri juga menjual produknya langsung kepada masyarakat. Pelanggan terdiri dari industri rumahan dan konsumen akhir. Harga susu yang ditawarkan kepada KPBS Pangalengan adalah sekitar Rp. 7.500 per liter, sedangkan kepada masyarakat dijual seharga Rp. 10.000 per liter dalam bentuk eceran.

Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri perlu mengambil langkah-langkah untuk memoderenisasi bisnis mereka sesuai dengan program yang telah ditetapkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, yakni program Moderenisasi Bisnis Koperasi (Sugiyanto, 2022). Saat ini, koperasi hanya memproses susu segar menjadi susu pasteurisasi, tanpa melakukan pengolahan lebih lanjut atau menciptakan produk olahan yang dapat dikemas, menggunakan teknologi, dan informasi. Keterbatasan ini menyebabkan harga jual susu rendah. Oleh karena itu, langkah yang harus diambil oleh Koperasi Pemasaran Mitra Jaya

Mandiri adalah diversifikasi produk. Dengan memanfaatkan bahan baku yang sudah tersedia, koperasi dapat menciptakan berbagai jenis produk susu olahan yang memiliki nilai tambah. Ini akan membantu meningkatkan nilai jual susu dan pendapatan koperasi, serta memberikan manfaat ekonomis yang lebih baik bagi peternak dan anggota koperasi. Dengan demikian, proses pengolahan susu akan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi koperasi dan para *stakeholder* yang terlibat. Berikut merupakan jumlah produksi susu yang diperoleh Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri dari anggota.

Tabel 1. 3 Jumlah Produksi Susu Dari Anggota

Tahun	Produksi Susu	
	Jumlah (Liter)	Rata - rata/ Hari
2019	1.510.642,50	4.138,74
2020	1.264.110,50	3.463,31
2021	1.113.328,10	3.050,21
2022	832.285,50	2.280,23
2023	630.682,50	1.727,90

Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas 2019-2023

Berdasarkan data yang terdapat dalam Tabel 1.3 Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri mengalami penurunan jumlah produksi susu yang sangat signifikan dari setiap tahunnya yang diperoleh dari anggota koperasi. Hal ini disebabkan oleh adanya wabah penyakit PMK (Penyakit Mulut dan Kuku) yang menyerang pada bagian organ dalam sapi. Dilanjut pada tahun 2022 adanya penyakit LSD (*Lumpy Skin Diseases*) yang menyebabkan kehilangan berat badan sehingga hewan tidak nafsu makan, kehilangan produksi susu, mandul pada sapi jantan dan betina. Berikut tabel realisasi penjualan, total hasil penjualan, susu yang tidak terjual dan nilai susu yang tidak terjual.

Tabel 1. 4 Realisasi Penjualan Susu dan Susu Yang Tidak Terjual

Tahun	Realisasi Penjualan (Liter)	Total hasil Penjualan (Rp)	Susu Yang Tidak Terjual (Liter)	Nilai Susu Yang Tidak Terjual (Rp)
2019	1.507.913,00	8.433.011.135	2.729,50	20.471.250
2020	1.263.331,00	7.518.196.525	779,00	5.842.500
2021	1.104.553,00	6.463.535.395	8.775,10	65.813.250
2022	829.797,50	5.127.328.548	2.493,10	18.698.250
2023	622.453,50	4.674.116.210	8.229,00	61.717.500

Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas 2019-2023

Berdasarkan data pada Tabel 1.4, dalam kurun waktu lima tahun terakhir, yaitu dari tahun 2019 hingga 2023, Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri mencatat total susu murni yang tidak terjual sebanyak 23.005,60 liter. Khusus untuk tahun 2023, jumlah susu murni yang tidak terjual mencapai 8.229,00 liter, dengan rata-rata harian sebesar 57,14 liter. Nilai dari susu yang tidak terjual tersebut mencapai Rp. 61.717.500. Menurut Manager Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri penyebab susu tidak terjual karena susutnya penerimaan dari mitra. Penurunan penerimaan susu dari mitra disebabkan oleh adanya standar kualitas yang ditetapkan oleh mitra itu sendiri. Ketika susu yang diterima tidak memenuhi kriteria yang telah ditentukan, maka mitra akan menolak produk tersebut. Mitra, yang bisa berupa industri pengolahan susu atau perusahaan distribusi, sering kali memiliki standar kualitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan standar umum. Standar ini mencakup berbagai aspek, seperti kadar bakteri, tingkat kesegaran, kandungan gizi, dan potensi kontaminasi oleh bahan asing. Mitra menetapkan standar ini untuk memastikan bahwa produk akhir yang sampai ke konsumen benar-benar aman, berkualitas tinggi, dan sesuai dengan reputasi yang mereka ingin pertahankan. Jika susu yang diterima tidak sesuai dengan standar tersebut, jika

kadar bakteri melebihi batas aman atau terdapat kandungan zat asing, maka mitra memiliki hak untuk menolak distribusi susu tersebut. Penolakan ini adalah bagian dari upaya mitra dalam menjaga konsistensi kualitas produk yang mereka tawarkan di pasar. Dengan menerapkan standar yang ketat, mereka berusaha melindungi konsumen dari potensi risiko kesehatan dan memastikan bahwa produk yang dijual sesuai dengan harapan konsumen. Tindakan ini juga penting untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap merek dan produk yang ditawarkan oleh mitra tersebut. Selain itu koperasi juga menghadapi persaingan dari kompetitor musiman yang terus mengganggu proses distribusi susu. Maka dari itu, jika susu murni yang tidak terjual terus meningkat maka kemungkinan besar susu murni yang rusak akan semakin banyak, itu artinya koperasi akan membuang banyak susu murni. Padahal banyak sekali alternatif yang bisa dilakukan untuk mengatasi ketersediannya susu, salah satunya dengan melakukan diversifikasi produk dalam upaya meningkatkan nilai tambah. Koperasi tidak hanya menjual susu kepada IPS dan Non IPS saja tetapi koperasi membuat pengolahan pada susu seperti menjadi permen susu, ice cream, dodol susu, dan kerupuk susu agar dapat menambah sumber keuntungan bagi koperasi. Sehingga koperasi dapat memberikan manfaat ekonomi kepada anggota baik secara langsung berupa meningkatkan pendapatan anggota maupun tidak langsung berupa peningkatan shu yang dibagikan pada waktu yang telah ditentukan.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shinta Ayu Istiani, disimpulkan bahwa nilai tambah pada produk susu yang diolah menjadi es krim memiliki dampak positif, yang dapat meningkatkan pendapatan dan memberikan keuntungan (Shinta & Soetriono, 2022). Sementara itu, dalam penelitiannya, Aditya

Galih menyimpulkan bahwa proses pengolahan susu murni menjadi produk olahan susu kefir dapat memberikan nilai tambah pada produk dan berpotensi meningkatkan pendapatan (Aditya Galih Sekaring Putri Hartin & Eko Budi Santoso, 2020). Serta dalam penelitian dari Nurhayat Indra menghasilkan penelitian bahwa nilai tambah pada pengolahan susu sapi dalam satu kali produksi memberikan nilai positif, dimana hasil analisis nilai tambah pengolahan susu menjadi produk susu pasteurisasi, yoghurt dan keju mozzarella menguntungkan bagi koperasi (Nurhayat Indra & Wulan Indah Trisapa, 2023). Oleh karena itu, dari beberapa penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penambahan nilai pada produk dapat meningkatkan nilai jual atau memberikan keuntungan tambahan, sehingga meningkatkan pendapatan.

Dari analisis fenomena yang telah diuraikan dalam latar belakang, disimpulkan bahwa pentingnya memperhatikan peningkatan nilai tambah pada produk olahan susu sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan bagi koperasi. Oleh karena itu, melalui pendekatan diversifikasi produk, diharapkan bahwa proses pengolahan susu sapi dapat memberikan nilai tambah secara optimal pada produk olahan susu selama proses produksi dan pemasarannya. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan peningkatan pendapatan bagi koperasi serta memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi anggotanya. Dengan melihat beberapa permasalahan dan fenomena yang ada, maka peneliti bermaksud ingin mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan dalam melakukan rancangan diversifikasi produk. Mengacu dari masalah tersebut, penulis berminat melakukan

penelitian dengan judul **“Analisis Rancangan Diversifikasi Produk dalam Upaya Meningkatkan Nilai Tambah”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang menyebabkan rendahnya kualitas susu yang ditolak oleh IPS.
2. Bagaimana prospek dan rancangan diversifikasi pengolahan sisa susu yang ditolak IPS untuk menjadi produk olahan susu yang bernilai ekonomi.
3. Bagaimana potensi nilai tambah dari pengolahan sisa susu untuk menjadi produk olahan susu yang bernilai ekonomi bagi Koperasi.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menggambarkan secara menyeluruh tentang Diversifikasi produk dan nilai tambah pada produk olahan susu sapi perah dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan di Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya kualitas susu yang ditolak oleh IPS.
2. Prospek rancangan diversifikasi pengolahan sisa susu yang ditolak IPS untuk menjadi produk olahan susu yang bernilai ekonomi.
3. Potensi nilai tambah dari pengolahan sisa susu untuk menjadi produk olahan susu yang bernilai ekonomi bagi koperasi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen Bisnis dan Ilmu Koperasi serta dapat memberikan pemahaman yang kuat tentang Rancangan Diversifikasi Produk dan Nilai Tambah pada pengolahan susu sapi segar untuk meningkatkan pendapatan di Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri sehingga dapat mengetahui keadaan sebenarnya di lapangan serta para pemangku kepentingan diharapkan dapat mengimplementasikan analisis nilai tambah pada produk susu sapi segar dengan

baik dalam upaya meningkatkan pendapatan koperasi. Serta diharapkan bagi pemerintah dapat membantu dan mendorong koperasi dalam meningkatkan kegiatan usahanya dalam upaya memodernisasi bisnis koperasi.

