

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pengembangan koperasi memiliki peran strategis sebagai sarana yang efektif bagi anggotanya untuk menjalin kerja sama dalam mengoptimalkan potensi yang dimiliki serta memanfaatkan peluang usaha yang ada. Lebih dari sekadar wadah kolaborasi, koperasi juga berfungsi sebagai instrumen untuk memperluas akses terhadap berbagai sumber daya penting seperti pasar, permodalan, informasi, dan teknologi. Melalui pendekatan kolektif ini, koperasi mampu meningkatkan daya saing anggotanya, mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan, serta memperkuat posisi ekonomi masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah. Oleh karena itu, penguatan dan pengembangan koperasi menjadi hal yang krusial dalam mendukung pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 1 Tentang Perkoperasian, definisi Koperasi, yaitu:

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas dasas kekeluargaan.”

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian. Pasal 3 mengenai tujuan koperasi, yaitu:

“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.”

Koperasi memiliki tujuan utama koperasi sebagai lembaga ekonomi yang berasaskan kekeluargaan, dan gotong royong. Koperasi tidak hanya fokus pada keuntungan semata, melainkan lebih menekankan pada peningkatan kesejahteraan anggotanya secara adil dan merata. Selain itu, koperasi juga memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi nasional karena mampu menciptakan kemandirian ekonomi rakyat. Tujuan selaras dengan nilai-nilai luhur Pancasila dan UUD 1945, yaitu mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur. Koperasi memberdayakan masyarakat dari bawah, sehingga menciptakan distribusi kekayaan yang lebih merata. Melalui aktivitas usaha yang etis dan berkelanjutan, koperasi mendukung terciptanya tatanan perekonomian nasional yang berkeadilan sosial.

Koperasi terdiri dari beberapa jenis di antaranya adalah koperasi konsumen, koperasi produsen, koperasi pemasaran, koperasi simpan pinjam, koperasi jasa, dan koperasi serba usaha. Salah satu dari jenis koperasi yaitu koperasi Pemasaran, Koperasi pemasaran adalah koperasi yang beranggotakan orang-orang yang mempunyai kegiatan di bidang pemasaran barang-barang dagang.

Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri adalah salah satu jenis koperasi pemasaran. Koperasi Pemasaran Mitra Jaya mandiri didirikan pada tahun 2006, dan disahkan dengan akta pendirian tanggal 23 maret 2009, SK Menteri No. 518/BH/PAD/KEP.07.12-KOP/VI/2012, Badan Hukum tanggal 14 Juni 2012 dengan No. 04.09/BH/PAD/518-KOP/VI/2012. Koperasi ini berada di Kabupaten

Bandung Jawa Barat yang beralamatkan Jl. Pasar Cibeureum Babakan Tiga, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri terdiri dari tiga unit usaha yaitu:

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

Anggota Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri adalah sebagian besar para peternak sapi perah yang bertujuan untuk mencapai suatu kesejahteraan bersama melalui unit usaha yang dijalankan. Unit ini menjadi salah satu pilar utama koperasi yang bergerak di sektor peternakan, khususnya dalam hal produksi dan distribusi susu segar dari sapi perah milik anggota. Dalam pelaksanaannya, koperasi bertindak sebagai lembaga yang menghimpun hasil susu dari para peternak (anggota koperasi), lalu melakukan proses pengujian kualitas, penyimpanan sementara, dan dikirim ke IPS dan dipasarkan kepada warga sekitar.

Melalui unit ini, koperasi tidak hanya membantu menjamin pemasaran susu anggota secara konsisten, tetapi juga mendorong perbaikan mutu dan peningkatan produktivitas melalui pelatihan, pengawasan, dan pengadaan alat bantu peternakan. Dengan adanya unit ini, koperasi berperan sebagai perantara yang menjamin kepastian harga, pembayaran, dan pasar bagi para anggotanya. Berikut data perkembangan anggota Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri.

Tabel 1.1 Perkembangan Anggota Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri 2020-2024

Tahun	Keanggotaan (Orang)				
	Aktif	Tidak Aktif	Calon Anggota	Non Anggota Dilayani	Jumlah
2020	159	86	6	66	317
2021	131	86	6	53	276
2022	121	127	10	35	293
2023	116	127	3	23	269
2024	101	138	6	24	269

Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas 2020-2024

Tabel 1.1 menunjukkan tren perkembangan keanggotaan Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri selama periode 2020-2024. Terlihat bahwa jumlah anggota aktif mengalami penurunan dari 159 orang pada tahun 2020 menjadi hanya 101 orang pada tahun 2024. Di sisi lain, jumlah anggota tidak aktif justru meningkat cukup signifikan, dari 86 orang (2020) menjadi 138 orang (2024). Penurunan ini mencerminkan adanya tantangan dalam mempertahankan partisipasi aktif anggota koperasi. Kondisi ini mencerminkan perlunya penguatan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) koperasi serta perlunya pengembangan usaha yang mampu membangkitkan kembali semangat anggota.

Dalam dokumen Rencana Kerja Tahun 2025, Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri menetapkan fokus pada pengembangan unit usaha baru serta peningkatan kualitas pelayanan kepada anggota. Langkah ini diambil sebagai bentuk respon terhadap menurunnya partisipasi aktif anggota dan dinamika kebutuhan pasar yang terus berkembang. Pengembangan usaha baru mencakup pendirian rumah produksi olahan susu seperti Yoghurt dan Milk Caramel, yang

bertujuan untuk memberikan nilai tambah pada hasil peternakan anggota serta menciptakan sumber pendapatan baru bagi koperasi. Selain itu, pengembangan produk olahan ini juga dilatarbelakangi oleh adanya kelebihan produksi susu segar yang tidak seluruhnya dapat diserap oleh industri pengolahan susu (IPS). Oleh karena itu, pengolahan susu menjadi produk jadi diharapkan dapat menjadi alternatif pemanfaatan yang lebih produktif, sekaligus menciptakan sumber pendapatan baru yang mendukung keberlanjutan usaha koperasi.

Adapun tabel realisasi penerimaan, penjualan dan jumlah susu murni yang tidak terserap kepada pihak Industri Pengolahan Susu.

Tabel 1.2 Realisasi Penjualan Susu dan Jumlah Susu Yang Tidak Terjual 2020-2024

Tahun	Realisasi		Total Hasil Penjualan (Rp)	Susu Yang Tidak Terjual (Liter)	Nilai Susu Yang Tidak Terjual (Rp)
	Penerimaan (Liter)	Penjualan (Liter)			
2020	1.264.110,50	1.263.331,5	7.518.196.525	779,5	5.842.500
2021	1.113.328,10	1.104.553,0	6.463.535.395	8.775,10	65.813.250
2022	832.285,50	829.797,5	5.127.328.548	2.488,00	18.698.250
2023	630.682,50	622.453,4	4.674.116.210	8.229	61.717.500
2024	823.987,00	819.717,78	6.375.967.077	4.269,22	32.019.150

Sumber: Laporan Pertanggungjawaban Pengurus & Pengawas 2020-2024

Tabel 1.2 menunjukkan fluktuasi realisasi penjualan susu dan jumlah susu yang tidak terjual selama tahun 2020-2024. Pada tahun 2024, meskipun terjadi penurunan jumlah sisa susu yang tidak terjual dibanding tahun 2023 (dari 8.229 liter menjadi 4.269,22 liter), jumlah tersebut masih tergolong tinggi jika dibandingkan dengan tahun 2022 yang hanya sebesar 2.488 liter. Nilai kerugian akibat susu yang tidak terjual pada 2024 juga mencapai lebih dari Rp.32 juta. Hal ini menunjukkan bahwa koperasi masih

menghadapi kendala dalam proses distribusi atau pemasaran susu secara optimal. Fakta ini memperkuat pentingnya strategi pengembangan usaha koperasi, termasuk diversifikasi produk olahan susu, untuk mengurangi limbah hasil produksi dan meningkatkan nilai jual.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengurus Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri, diketahui bahwa salah satu unit usaha baru yang direncanakan untuk dikembangkan pada tahun 2025 adalah produksi Yoghurt olahan berbasis susu segar dari peternak anggota koperasi. Produk Yoghurt ini dipilih karena memiliki peluang pasar yang cukup menjanjikan, khususnya di wilayah Ciwidey dan sekitarnya yang merupakan kawasan wisata.

Selain itu, Yoghurt dinilai sebagai produk olahan yang memiliki nilai tambah tinggi dibandingkan dengan penjualan susu segar biasa. Proses produksi akan dilakukan di rumah produksi koperasi yang sedang direncanakan, dengan melibatkan anggota koperasi secara langsung dalam rantai produksinya, mulai dari penyediaan bahan baku, pengolahan, hingga pemasaran. Tujuan dari pengembangan produk ini tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan koperasi, tetapi juga sebagai upaya untuk mendorong keterlibatan aktif anggota dalam kegiatan ekonomi koperasi secara berkelanjutan.

Dinas Koperasi Provinsi Jawa Barat mendorong Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri untuk tidak hanya berfokus pada aktivitas pemasaran susu segar dari anggota, tetapi juga mulai mengembangkan unit usaha pengolahan susu. Arahan ini bertujuan agar koperasi mampu menghasilkan produk olahan susu bernilai tambah yang berasal

dari hasil peternakan anggotanya sendiri. Untuk mewujudkan hal tersebut, ketersediaan bahan baku berupa susu murni dalam jumlah yang memadai menjadi faktor penting. Oleh karena itu, keberadaan sapi perah laktasi yang produktif sangat dibutuhkan, karena sapi-sapi inilah yang menjadi sumber utama susu segar yang akan diolah menjadi berbagai produk turunan. Berikut ini disajikan data mengenai populasi sapi perah laktasi milik anggota koperasi yang menjadi dasar potensi pasokan bahan baku untuk usaha pengolahan susu. Berikut terdapat tabel populasi sapi laktasi yang dimiliki oleh anggota Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri.

Tabel 1.3 Populasi Sapi Laktasi Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri 2020-2024

Tahun	Wilayah Populasi Sapi Perah Laktasi (ekor)		Jumlah Total (ekor)
	Ciwidey/Rancabali	Pasir Jambu	
2020	221	141	362
2021	203	87	290
2022	150	69	219
2023	146	67	213
2024	155	72	227

Sumber: Laporan RAT Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri 2020-2024

Tabel 1.3 menunjukkan tren penurunan populasi sapi perah laktasi milik anggota Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri selama periode 2020 hingga 2024. Jumlah total sapi laktasi mengalami penurunan dari 362 ekor pada tahun 2020 menjadi 227 ekor pada tahun 2024. Penurunan paling tajam terjadi antara tahun 2020 dan 2022, terutama di wilayah Pasir Jambu yang mengalami penurunan dari 141 menjadi 69 ekor. Meskipun pada tahun 2024 terdapat sedikit peningkatan dibanding tahun sebelumnya, secara keseluruhan jumlah sapi laktasi belum kembali ke angka awal.

Hal ini menjadi tantangan dalam rencana pengembangan unit usaha pengolahan susu, karena keberlangsungan produksi sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku utama, yaitu susu segar dari sapi perah laktasi. Oleh karena itu, selain mendorong pengolahan produk olahan, koperasi juga perlu memperhatikan aspek hulu berupa penguatan kapasitas peternakan anggota agar program usaha baru dapat berjalan secara berkelanjutan. Berikut terdapat tabel produktivitas sapi perah anggota Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri dari wilayah Ciwidey/Rancabali dan Pasir Jambu.

Tabel 1.4 Produktivitas Sapi Perah Anggota Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri 2020-2024

Tahun	Produktivitas Sapi/tahun (liter)	Produktivitas Sapi/hari (liter)
2020	1.264.110,50	8.778,55
2021	1.113.328,10	7.731,45
2022	832.285,50	5.779,76
2023	630.268,5	4.379,76
2024	823.987,00	5.722,13

Sumber: Laporan RAT Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri 2020-2024

Tabel 1.4 pada tahun 2024 untuk memenuhi bahan baku produksi olahan susu, sapi ternak anggota dapat menghasilkan susu sebanyak 5.722,13 liter/hari. Dikarenakan anggota setor ke Koperasi setiap 1 minggu 3 kali pemerahian pada siang dan sore. Menurut hasil wawancara dengan manajer Koperasi, dalam produksi Yoghurt per hari bergantung pada skala produksi. Untuk skala kecil diperlukan 1-2 liter susu per batch. Sementara untuk produksi skala besar, kebutuhan susu bisa mencapai ratusan hingga ribuan liter per hari, tergantung pada target produksi dan permintaan pasar. Maka, bahan baku untuk rumah produksi olahan susu dapat terpenuhi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota dan karyawan Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri, proses produksi Yoghurt dinilai cukup mudah karena koperasi telah memiliki pengalaman dalam mengolah produk berbasis susu. Peralatan yang digunakan pun bersifat sederhana, mudah diperoleh, dan mudah dioperasikan. Rencana pengolahan Yoghurt akan dilakukan di kawasan koperasi karena masih tersedia lahan yang dapat dimanfaatkan untuk pembangunan Rumah Olahan Susu. Dalam pelaksanaannya, koperasi juga melibatkan masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja pengolahan, seperti dalam pembuatan Yoghurt, Milk Caramel, Keju, dan produk olahan lainnya. Pelibatan tenaga kerja lokal ini penting karena anggota koperasi, yang juga merupakan peternak sapi perah, memiliki tanggung jawab harian seperti memberi pakan, menjaga kesehatan ternak, dan memerah susu. Dengan adanya dukungan dari masyarakat setempat, anggota koperasi bisa lebih fokus pada aktivitas peternakan, sementara masyarakat memperoleh manfaat ekonomi melalui kesempatan kerja.

Yoghurt merupakan produk hasil fermentasi antara susu segar dan bakteri asam laktat. Produk ini memiliki berbagai manfaat bagi kesehatan, seperti membantu menjaga sistem pencernaan, mencegah berbagai penyakit seperti alergi, diare, gangguan kulit, tumor, serta meningkatkan daya tahan tubuh. Selain itu, Yoghurt mengandung vitamin penting seperti A, B3, dan B12 yang berperan dalam menjaga kesehatan kulit dan mencegah penuaan dini. Yoghurt juga sering dimanfaatkan sebagai bagian dari program diet penurunan berat badan. Karena manfaat dan kandungannya yang lengkap, Yoghurt menjadi peluang usaha yang menjanjikan keuntungan besar. Produk ini digemari oleh semua kalangan, baik anak-anak maupun orang dewasa, sehingga mudah dipasarkan di lingkungan rumah, sekolah, tempat wisata, taman kota,

maupun area publik lainnya. Untuk menjaga kualitas dan kesegarannya, Yoghurt perlu disimpan di lemari pendingin atau freezer.

Wilayah Ciwidey dikenal sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Bandung Barat yang setiap tahunnya dikunjungi oleh ribuan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Tingginya arus kunjungan ini menciptakan peluang pasar yang sangat potensial untuk produk-produk lokal, termasuk olahan hasil ternak seperti Yoghurt. Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri melihat kondisi ini sebagai peluang strategis untuk mengembangkan produk bernilai tambah yang dapat menarik minat wisatawan. Yoghurt dipilih karena selain memiliki manfaat kesehatan yang tinggi, produk ini juga populer di kalangan wisatawan, mudah dikemas secara menarik, serta cocok dijadikan oleh-oleh atau konsumsi langsung saat berwisata. Dengan memproduksi Yoghurt, koperasi tidak hanya memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan, tetapi juga mendukung promosi produk lokal dan pemberdayaan ekonomi anggota di tengah geliat sektor pariwisata Ciwidey. Berikut tabel data kunjungan wisatawan ke objek wisata daerah Kabupaten Bandung.

Tabel 1.5 Data Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Bandung 2021-2024

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan (orang)	Percentase (%)
2021	3.880.600	15,40
2022	6.550.563	26,00
2023	7.044.300	27,96
2024	7.716.767	30,63

Sumber: Portal Satu Data Kabupaten Bandung

Tabel 1.5 menunjukkan data jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bandung pada periode 2021-2024, terlihat adanya tren peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2021 jumlah kunjungan masih sebesar 3,88 juta orang

(15,40%), kemudian meningkat pada 2022 menjadi 6,55 juta orang (26,00%). Kenaikan terus berlanjut hingga tahun 2023 sebesar 7,04 juta orang (27,96%) dan mencapai 7,71 juta orang (30,63%) pada 2024. Peningkatan jumlah kunjungan ini menunjukkan bahwa potensi pasar pariwisata di Bandung semakin besar, sehingga dapat menjadi peluang strategis dalam pengembangan usaha berbasis produk olahan susu seperti Yoghurt, khususnya di kawasan Ciwidey yang dikenal sebagai daerah wisata unggulan.

Di Kabupaten Bandung telah beredar berbagai produk olahan susu, termasuk produk Yoghurt yang dipasarkan oleh beberapa pelaku usaha lokal. Salah satu produk yang cukup dikenal adalah Daff Yoghurt. Berdasarkan data penjualan melalui *platform E-Commerce*, Daff Yoghurt telah berhasil menjual lebih dari 3,4 ribu produk dengan dukungan sekitar 1.000 ulasan positif dari konsumen. Hal ini menunjukkan adanya minat dan penerimaan pasar yang cukup baik terhadap produk Yoghurt di wilayah tersebut. Berikut gambar penjualan Daff Yoghurt di *E-Commerce*.



Gambar 1.1 Penjualan Daff Yoghurt di E-Commerce

Produk Yoghurt yang dipasarkan melalui *E-Commerce* seperti pada gambar tersebut memiliki beberapa keunggulan yang dapat dijadikan inspirasi bagi koperasi. Pertama, produk ini sudah memiliki legalitas BPOM dan label halal, yang meningkatkan kepercayaan konsumen. Kedua, variasi rasa yang banyak membuatnya menarik bagi berbagai segmen pasar, baik anak-anak maupun dewasa. Ketiga, kemasan 1 liter yang praktis dan pengemasan aman dengan kardus serta bubble wrap menjadi nilai tambah dalam distribusi. Selain itu, penggunaan *platform e-commerce* memperluas jangkauan pasar dan mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian. Strategi ini menunjukkan bahwa produk lokal pun dapat bersaing secara nasional jika dikelola dengan baik. Berikut gambar penilaian konsumen terhadap produk Daff Yoghurt.



Gambar 1.2 Penilaian Konsumen Terhadap Produk Daff Yoghurt

Komentar positif dari konsumen menunjukkan bahwa produk Yoghurt tersebut telah berhasil memenuhi harapan pasar. Ulasan yang baik mencerminkan kepuasan terhadap kualitas, rasa, dan kemasan produk. Hal ini memperkuat kepercayaan calon pembeli dan mendorong penjualan. Penilaian tinggi juga menjadi indikator keberhasilan strategi pemasaran yang digunakan. Bagi koperasi,

respons ini dapat menjadi acuan dalam merancang produk yang kompetitif dan diminati konsumen.

Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi proses produksi, tetapi juga mempererat hubungan sosial dan memperkuat perekonomian komunitas. Bagi anggota koperasi, keberadaan Rumah Olahan Susu akan berdampak langsung terhadap peningkatan Sisa Hasil Usaha (SHU) dan memberikan pendapatan rutin yang lebih stabil. Hal ini menjadi motivasi tambahan bagi anggota untuk terus menjaga dan meningkatkan produktivitas susu guna memenuhi kebutuhan bahan baku pengolahan.

Sebelum menjalankan pengembangan usaha, perlu dilakukan studi kelayakan secara menyeluruh agar proses bisnis dapat dirancang secara sistematis, serta untuk menilai apakah ide usaha tersebut layak dilaksanakan atau tidak. Menurut Kasmir dan Jakfar (2017), studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan yang mendalami rencana usaha dari berbagai aspek untuk menentukan kelayakan usaha tersebut. Beberapa aspek yang harus dianalisis meliputi aspek hukum, pasar dan pemasaran, keuangan, teknis/operasi, manajemen dan organisasi, sosial ekonomi, serta dampak lingkungan (AMDAL).

Melalui studi kelayakan, pelaku usaha dapat mengidentifikasi peluang serta risiko yang mungkin dihadapi dalam menjalankan bisnis, sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih tepat sasaran. Tujuan utama dari studi ini adalah menilai potensi keberhasilan usaha serta mengantisipasi risiko yang mungkin muncul di masa depan. Oleh karena itu, studi kelayakan menjadi pondasi penting untuk

mencegah kerugian, memastikan efisiensi sumber daya, serta menyusun rencana bisnis yang terstruktur dan berkelanjutan. Untuk itu perlu dikaji kelayakan usaha produksi Yoghurt untuk mendorong peningkatan pendapatan.

Maka peneliti mengajukan penelitian dengan judul **“Analisis Kelayakan Usaha Produksi Yoghurt Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kelayakan usaha produksi Yoghurt pada unit usaha susu di Koperasi Pemasaran Mitra jaya Mandiri ditinjau dari beberapa aspek sebagai berikut:
 - a. Aspek Pasar dan Pemasaran
 - b. Aspek Teknis/Operasional
 - c. Aspek Manajemen dan Organisasi
 - d. Aspek Keuangan
 - e. Aspek Hukum
 - f. Aspek Ekonomi Sosial
 - g. Aspek Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)
2. Bagaimana strategi yang akan dilakukan dalam pengembangan usaha produksi Yoghurt di Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri dalam upaya meningkatkan pendapatan?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk menganalisis kelayakan usaha produksi Yoghurt dalam upaya meningkatkan pendapatan pada unit usaha susu Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri.

1.3.2. Tujuan Penelitian

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

1. Kelayakan usaha produksi Yoghurt pada unit usaha susu di Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri ditinjau dari beberapa aspek yaitu:
 - a. Aspek Pasar dan Pemasaran
 - b. Aspek Teknis/Operasional
 - c. Aspek Manajemen dan Organisasi
 - d. Aspek Keuangan
 - e. Aspek Hukum
 - f. Aspek Ekonomi Sosial
 - g. Aspek Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)
2. Strategi yang akan dilakukan dalam pengembangan usaha produk Yoghurt di Koperasi Pemasaran Mitra Jaya Mandiri dalam upaya meningkatkan pendapatan.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam hal pengembangan studi ilmu pengetahuan koperasi dan manajemen khususnya manajemen bisnis mengenai studi kelayakan bisnis dalam melakukan pengembangan usaha koperasi.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Koperasi Pemasaran Mitra jaya mandiri dalam merancang strategi peningkatan pendapatan, serta menjadi pedoman dalam mengembangkan usaha berbasis olahan susu pada unit usaha susu.