

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PENGOLAHAN  
SUSU SAPI MURNI  
(Studi Kasus: Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon  
Kabupaten Malang)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**IDA NUR AISYAH  
NIM : 13510013**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2017**

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PENGOLAHAN  
SUSU SAPI MURNI  
(Studi Kasus: Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon  
Kabupaten Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**Oleh :**

**IDA NUR AISYAH**  
NIM : 13510013

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2017**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PENGOLAHAN  
SUSU SAPI MURNI  
(Studi Kasus: Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon  
Kabupaten Malang)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**IDA NUR AISYAH**  
NIM: 13510013

Telah Disetujui, 27 April 2017  
Dosen Pembimbing,



**Drs. Agus Sucipto, MM**  
NIP. 19670816 200312 1 001



Mengetahui:  
Ketua Jurusan,

**Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei** /  
NIP. 19750707 200501 1 005

## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PENGOLAHAN SUSU SAPI MURNI (Studi Kasus: Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang)

### SKRIPSI

Oleh :

**IDA NUR AISYAH**  
NIM: 13510013

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Tanggal 14 Juni 2017

#### Susunan Dewan Penguji

#### Tanda Tangan

1. Ketua Penguji  
**Hj. Mardiana, SE., MM**  
NIDT. 19740519 20160801 2 045
2. Sekretaris/Pembimbing  
**Drs. Agus Sucipto, MM**  
NIP. 19670816 200312 1 001
3. Penguji Utama  
**Fitriyah, S. Sos., MM**  
NIP. 19760924 200801 2 012

: (  )  
: (  )  
: (  )

Disahkan Oleh :  
Ketua Jurusan,



**Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei** †  
NIP. 19750707 200501 1 005

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ida Nur Aisyah  
NIM : 13510013  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PENGOLAHAN SUSU SAPI MURNI (Studi Kasus: Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang) adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 19 Juni 2017

Hormat saya,



Ida Nur Aisyah

NIM : 13510013

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena kebesarannya telah menghadirkan ilmu pengetahuan yang indah kepada umat manusia, sehingga mewajibkan setiap umat manusia untuk mempelajarinya agar bertambah pula kecintaannya kepada sang pencipta. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiah.

Syukur alhamdulillah karya kecil ini telah selesai berkat banyak do'a dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan warna warni dalam kehidupan saya. Maka dengan ketulusan hati yang terdalam karya ini saya persembahkan kepada mereka semuanya.

Untuk Bapak dan Ibuku terkasih yang hingga saat ini aku masih belum bisa menjadi kebanggaan keduanya akan tetapi segala cinta kasih serta do'anya selalu mengiringi langkah kakiku tiada henti dan hanya ucapan terimakasih dari lubuk hati yang paling dalam yang sekarang dapat aku sampaikan serta ungkapan cinta kasihku setulus hati kepada keduanya semoga suatu saat nanti dapat kulihat senyum kebanggaan dari keduanya. Semoga keduanya selalu dan terus berada dalam lindungannya.

Untuk adekku tersayang yang selalu memberikan semangat dan dukungannya yang tiada henti kepada kakaknya. Semoga selalu dilancarkan dalam menuntut ilmu dan dalam segala urusan.

Untuk semua teman kos ijo squad yang selalu mengingatkan dan memberikan dukungan setiap saat dan setiap waktu. Semua teman angkatan manajemen 2013 Fakultas Ekonomi UIN Malang yang setia menemani perjalanan perkuliahan dalam empat tahun terakhir. Semoga kita selalu diberikan kesuksesan untuk menghadapi dunia kerja setelah masa-masa perkuliahan usai.

Untuk Almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

## MOTTO

**“Kebahagiaan Tersbesaraku Terletak pada Kebahagiaan Kedua  
Orangtuaku”**

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

**“Sesungguhnya Sesudah Kesulitan itu Ada Kemudahan”**



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Peternakan Rakyat Susu Sapi Murni (Studi Kasus: Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang)”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibunda Yuni Lestari, Bapak Sunarto dan Adik tercinta Indri Dwi Astuti serta seluruh keluarga, yang senantiasa memberikan do'a dan dukungannya baik secara moril maupun spiritual.
2. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN MALIKI Malang.
4. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN MALIKI Malang.
5. Bapak Drs. Agus Sucipto,MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan, saran dan bimbingannya dalam proses penulisan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan ilmunya dengan tulus dan ikhlas.
7. Seluruh karyawan Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

8. Teman-teman ekonomi angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin...

Malang, 04 Mei 2017

Penulis



3.4 Data dan Jenis Data .....	81
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	82
3.6 Analisis Data .....	84
<b>BAB VI PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>90</b>
4.1 Paparan Data Hasil Penelitian .....	90
4.1.1 Letak dan Keadaan Geografi Daerah Penelitian .....	90
4.1.2 Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat .....	91
4.1.3 Sejarah Koperasi Susu SAE Pujon .....	92
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	94
4.2.1 Aspek Pasar dan Pemasaran .....	94
4.2.2 Apek Teknik / Operasional dan Teknologi .....	106
4.2.3 Aspek Manajemen dan Organisasi .....	117
4.2.4 Aspek Keuangan .....	125
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>133</b>
5.1 Kesimpulan .....	133
5.2 Saran .....	134
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>136</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan Ekonomi Negara - Negara ASEAN Tahun 2013—2016	1
Tabel 1.2	Distribusi Persentase PDB Kategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan Atas Dasar Harga Berlaku, 2012-2016	4
Tabel 1.3	Populasi Sapi Perah di Indonesia	6
Tabel 1.4	Populasi Sapi Potong di Indonesia	6
Tabel 1.5	Nilai Ekspor, Impor, dan Neraca Perdagangan Komoditas Pertanian Januari – September 2015	7
Tabel 1.6	Populasi Peternakan Sapi Perah Menurut Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur (Ekor) pada Tahun 2012-2016	9
Tabel 1.7	Produktivitas Perusahaan Peternak Sapi Perah Menurut Provinsi Tahun 2015	10
Tabel 1.8	Produksi Susu Perah Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur Tahun 2013	11
Tabel 1.9	Rata-rata Konsumsi Perkapita Bahan Makanan Mengandung Susu Tahun 2011-2015 dan Ketersediaan Perkapita Susu Sapi di Indonesia dan Susu Impor	13
Tabel 1.10	Populasi Ternak Besar menurut Kecamatan di Kabupaten Malang Tahun 2015	14
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1	Rata-Rata Konsumsi dan Produksi Susu Perkapita Serta Peluang Pasar pada Tahun 2011-2015	95
Tabel 4.2	Peramalan Permintaan Susu untuk Empat Tahun Kedepan	96
Tabel 4.3	Peramalan Produksi Susu Empat Tahun Kedepan	96
Tabel 4.4	Ramalan Permintaan dan Produksi Susu Perkapita Serta Peluang Pasar (liter) pada Tahun 2016-2019	97
Tabel 4.5	Personil Organisasi	119
Tabel 4.6	Susunan pengurus	121
Tabel 4.7	Susunan Manager dan Kabag	121
Tabel 4.8	Susunan Pengawas	122
Tabel 4.9	Jumlah Karyawan Tetap	123
Tabel 4.10	Jumlah Karyawan Berdasarkan Tenaga Honorer	123
Tabel 4.11	Uraian Gaji	123
Tabel 4.12	Cash Flow Koperasi Susu SAE	127
Tabel 4.13	Cash Inflow dengan DF 5%	129
Tabel 4.14	Table NPV dengan DF 14%	130
Tabel 4.15	Table NPV dengan DF 17%	130
Tabel 4.16	Perbandingan NPV dengan DF 14% dan 17%	131

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Peranan Kategori Pertanian, Kehutanan dan Perikanan terhadap Total PDB, 2015 dan 2016 .....	3
Grafik 1.2 Produksi Susu Perusahaan Sapi Perah Tahun 2000-2014 .....	11
Grafik 1.3 Perkembangan Anggota Koperasi Susu SAE Pujon Tahun 2011-2015..	16
Grafik 1.4 Perkembangan Produksi Koperasi Susu SAE Pujon .....	17
Grafik 1.5 Perkembangan Pendapatan Koperasi Susu SAE Pujon .....	18



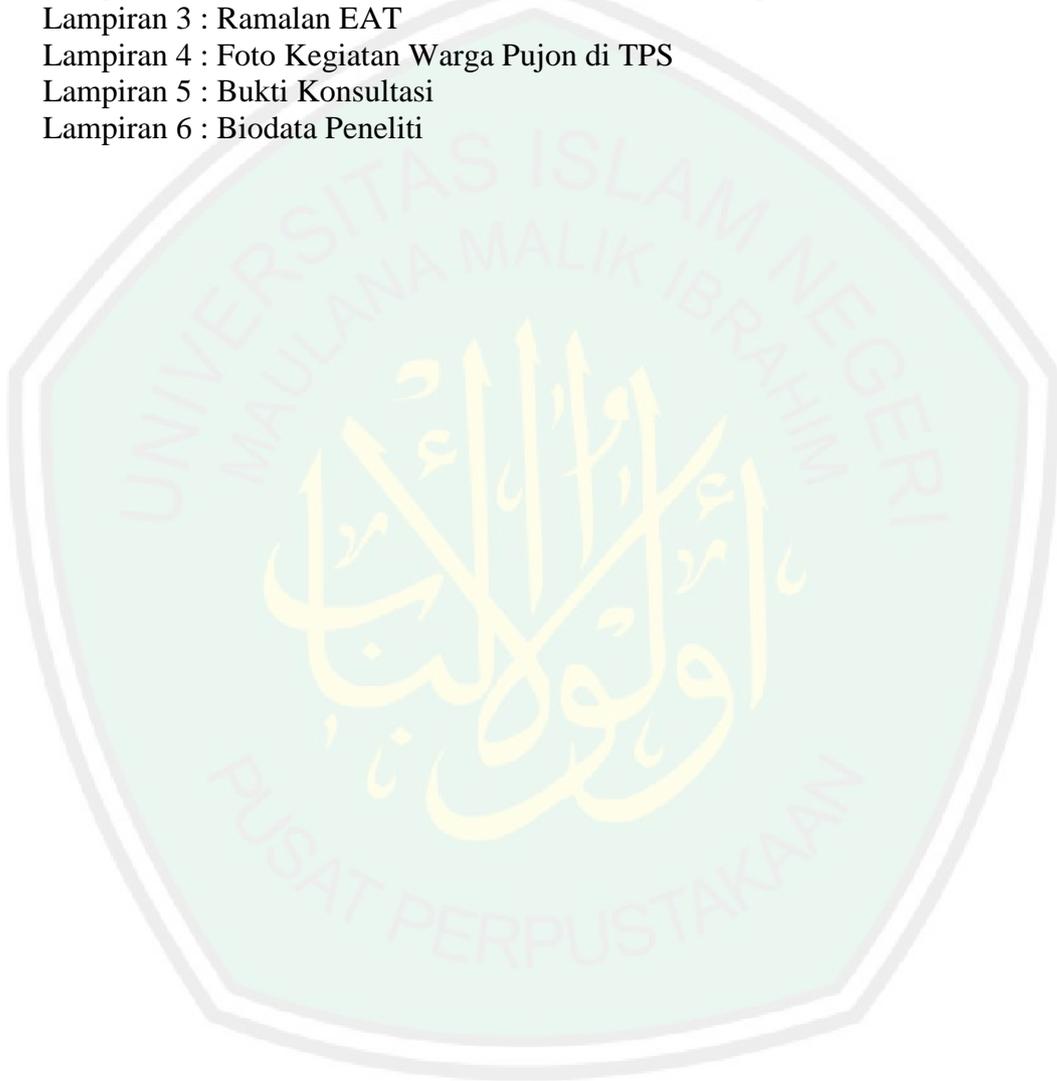
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Solut Tester (alat untuk mengukur kegumpalan) .....	111
Gambar 4.2 Laktodensimeter (alat untuk mengukur berat jenis) .....	111
Gambar 4.3 Packo (alat pendingin) .....	111
Gambar 4.4 Neogeon (untuk menguji antibiotic) .....	112
Gambar 4.5 MBRT (Meclean Blue Reduct Time) alat untuk uji kebersihan .....	112
Gambar 4.6 Sentripus (alat untuk uji lemak) .....	112
Gambar 4.7 Truk (alat untuk mengangkut susu dari TPS ke Koperasi) .....	113
Gambar 4.8 Truk (alat untuk mengangkut susu dari koperasi ke konsumen) .....	113



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Panduan Wawancara
- Lampiran 2 : Jumlah Investasi dan Rincian Aktiva Tetap
- Lampiran 3 : Ramalan EAT
- Lampiran 4 : Foto Kegiatan Warga Pujon di TPS
- Lampiran 5 : Bukti Konsultasi
- Lampiran 6 : Biodata Peneliti



## ABSTRAK

Ida Nur Aisyah. 2017. SKRIPSI. Judul : “**Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pengolahan Susu Sapi Murni (Studi Kasus: Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang)**”

Pembimbing : Drs. Agus Sucipto, MM.

Kata Kunci : Studi Kelayakan Bisnis, Penilaian Investasi

---

Kecamatan Pujon merupakan salah satu penghasil susu sapi murni terbesar di Kabupaten Malang. Kebutuhan konsumsi susu di Indonesia belum bisa terpenuhi oleh persediaan susu lokal. Sedangkan produksi susu mengalami penurunan tiap tahunnya. Sehingga perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan hasil produksi susu murni. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan penambahan produksi usaha pengolahan susu sapi murni di Koperasi Susu SAE.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Objek dalam penelitian ini adalah Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang. Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Aspek-aspek yang dikaji adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik/operasional dan teknologi, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, aspek pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang tinggi, sehingga usaha ini layak untuk dikembangkan. Berdasarkan aspek teknik/operasional dan teknologi usaha pengolahan susu sapi murni layak untuk dikembangkan, karena alat-alat yang digunakan dalam proses produksi mempunyai kapasitas yang tinggi. Aspek manajemen dan organisasi menunjukkan hasil bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan. Karena semua karyawan bekerja sesuai dengan latar belakang pendidikannya, serta untuk karyawan baru dilakukan pelatihan khusus agar dapat menjadi tenaga ahli dan dapat bekerja sesuai dengan tenaga yang dibutuhkan. Berdasarkan aspek keuangan usaha ini layak untuk dikembangkan, karena dari hasil lima metode perhitungan menunjukan hasil yang sesuai dengan kriteria. Hasil perhitungan *Payback Period* (PP) lebih kecil dari umur ekonomis. Hasil *Average Rate Of Return* (ARR) lebih besar dari keuntungan minimal yang disyaratkan. Hasil *Net Present Value* (NPV) adalah positif. Hasil *Internal Rate Of Return* (IRR) adalah lebih besar dari bunga pinjaman. Hasil *Profitability Index* (PI) adalah lebih dari satu.

## ABSTRACT

Ida Nur Aisyah. 2017. THESIS. Title: ***“Business Feasibility Study on Pure Milk Processing (Case Study: SAE Dairy Cooperative in Pujon Sub-district, Malang Regency)”***

*Advisor* : Drs. Agus Sucipto, MM.

*Key words* : *Business Feasibility Study, Assessment of Investment*

---

Pujon sub-district is one of the biggest pure milk producer in Malang regency. Since the milk production has been decreasing over the years, Indonesian milk consumption can not be fulfilled by the local milk production. Thus, it needs an attempt to increase the number of milk production. The objective of this research is to find out the feasibility of production increase of pure milk processing in SAE Dairy Cooperative.

This research is a qualitative research using descriptive approach. The object of this research is SAE Dairy Cooperative in Pujon sub-district, Malang regency. The data is collected through interview, observation, and documentation. The aspects being reviewed in this study involve market and marketing, technology and technical/operational aspect, management and organization, and financial aspect.

The finding of this research shows that market and marketing aspect derive the highest marketing opportunity, so that the business is feasible into development. Due to the technology and technical/operational aspect, such pure milk processing business is feasible as well, since the equipment used in the production process are on high-capacity. With respect to the management and organization aspect, it appears that the business come about to be feasible into development. The members are all capable corresponding to their educational background, deep training si needed by new employees for upgrading the personal skill so they can work according to require labour needed. As well as those three preceding aspects, the financial aspect allows the feasibility of this business since the five counting methods show the result appropriate with the criteria. The result of Payback Period (PP) counting is less than the economical age. The Average Rate of Return (ARR) is more than the minimum profit required. The result of Net Present Value (NPV) is positive. The Internal Rate of Return (IRR) is more than the loan interest. While the result of Probability Index (PI) is more than one.

## المستخلص

إيدا نور عائشة . 2017 . رسالة البحث. العنوان: تحليل الجدوى الأعمال دراسة الأبقار الصرفة تجهيز الحليب (دراسة حالة **SAE**: الألبان التعاونية في فوجون مالانج)  
 المشرف: الدكتورة .أجوس سوسيتو، **MM**.  
 كلمات البحث: دراسة الجدوي، تقييم الاستثمارات

منطقة فوجون هي من أكبر المناطق لإنتاج حليب البقر في مالانج. أنّ حاجة الحليب للاستهلاك في اندونيسيا لم يستطيع الوفاء من خلال توريد الحليب المحلي. أما إنتاج الحليب في كل سنة منخفض. لذلك يحتاج على بذل الجهود لتقوية إنتاج الحليب. وكان الغرض من هذا البحث هو لمعرفة جدوى الإنتاج الإضافي من أعمال تجهيز حليب البقر في التعاونية لمنتجات الألبان (SAE).

هذا البحث هو البحث النوعي الذي استخدم فيه المنهج الوصفي. والموضوع من هذا البحث هو التعاونية لمنتجات الألبان (SAE) في فوجون مالانج. طريقة جمع المعلومات فيه بالمقابلات، الملاحظات، وبالوثائق المكتوبة. الجوانب التي تُبحث فيه هي الجوانب السوق والتسويق، الجوانب الهندسة أو العمليات والتكنولوجيا، الجوانب الإدارة والتنظيمية، والجوانب المالية.

وأظهرت نتائج البحث، أنّ جوانب السوق والتسويق لها تأثير وفرصة عالية في السوق، لذلك هذا العمل يمكن تطويره في المستقبل. وبناء على جوانب الهندسة أو العمليات والتكنولوجيا أنّ تحويل الأعمال لحليب البقر ينبغي تطويره، لأنّ الأدوات المستخدمة في عملية الإنتاج لديها قدرة عالية. ومن جوانب الإدارة والتنظيمية، يظهر أنّ هذا العمل يحسن تطويره. لأنّ جميع الموظفين يعملون حسب الخلفية التعليمية لهم، وكذلك للموظفين الجدد لديهم التدريب خاص من أجل أن يكون الخبراء ويستطيعون أن يعملوا حسب الخبرة المطلوبة. نظرا من جوانب المالية أنّ هذا العمل يمكن تطويره، لأنّ من نتائج خمس طرق الحسابية، تبين أنّ النتائج تناسب المعايير. نتيجة حساب (PP) فترة العائد على الاستثمار هو أقل من الجانب الاقتصادي. نتيجة (ARR) معدل العائد على متوسط أكبر من الحد الأدنى للربح المطلوبة. نتيجة (NPV) صافية القيمة الحالية هو إيجابي. نتيجة (IRR) النتائج معدل العائد الداخلي هو أكبر من الفائدة على القرض. نتيجة (PI) قيمة المقبوضات النقدية هي أكثر من واحد.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah Negara kepulauan yang mempunyai luas wilayah kurang lebih sekitar 735.400 mi<sup>2</sup>. Luas wilayah yang begitu besar, sebanding dengan penduduk Indonesia yang mencapai 258 juta jiwa pada tahun 2016. Jumlah penduduk tersebut termasuk jumlah penduduk yang begitu besar untuk ukuran Negara yang sedang berkembang. Melihat kondisi tersebut dan melihat kondisi pertumbuhan perekonomian Indonesia yang semakin tahun belum menunjukkan perubahan yang signifikan secara otomatis tidak sebanding dengan pertumbuhan penduduknya, maka perlu dilakukan upaya lebih lanjut dalam mengembangkan perekonomian Indonesia, terutama kepada masyarakat pedesaan. Hingga saat ini banyak masyarakat yang belum bisa mengembangkan usahanya, karena terkendala oleh beberapa faktor, misalkan kendala mengenai modal usaha, teknologi, pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM) yang mumpuni, dan lain sebagainya. Berikut ini adalah perbandingan pertumbuhan perekonomian Negara Indonesia dengan Negara-negara ASEAN.

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Ekonomi Negara - Negara ASEAN Tahun 2013–2016 (persen)**

Negara	2013	2014	2015	2016
Brunei Darussalam	-2,13	-2,51	-0,41	-3,17
Kamboja	7,43	7,07	7,04	7,02
<b>Indonesia</b>	<b>5,56</b>	<b>5,01</b>	<b>4,88</b>	<b>5,02</b>
Laos PDR	7,97	7,98	7,45	6,94
Malaysia	4,69	6,01	4,97	4,24
Myanmar	8,43	7,99	7,29	6,30

Lanjutan tabel 1.1

Filipina	7,06	6,22	5,91	6,84
Siangapura	5,00	3,57	1,93	2,00
Thailand	2,73	0,92	2,94	3,23
Vietnam	5,42	5,98	6,68	6,21

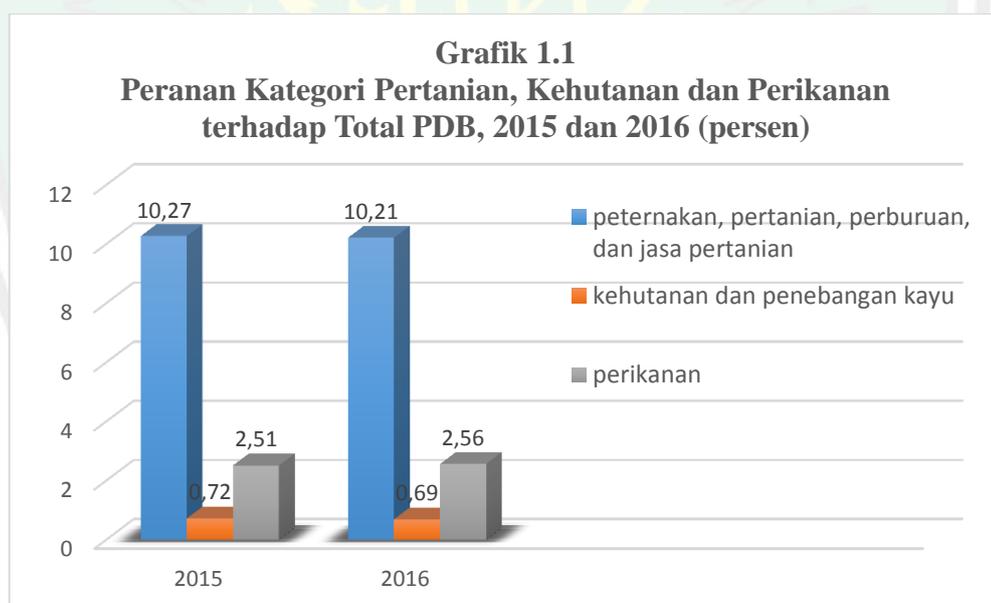
Sumber : Buku Badan Pusat Statistik Pendapatan Nasional Indonesia Tahun : 2012-2016

Negara yang mempunyai pertumbuhan ekonomi yang paling rendah adalah Brunei Darussalam. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami penurunan pada tahun 2013-2015. Berdasarkan hal ini warga Negara Indonesia harus dapat meningkatkan penghasilannya. Melakukan hal tersebut maka tidak hanya peran masyarakat saja yang akan dibutuhkan tetapi juga peran dari pemerintah. Sehingga dengan saling membantu diantara dua pihak tersebut maka diharapkan dapat mengangkat pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Disamping wilayah Negara yang luas dan jumlah penduduk yang tergolong besar, Negara Indonesia berada pada wilayah geografis yang menguntungkan. Posisi geografis Indonesia yang berada di daerah khatulistiwa, menyebabkan Indonesia mempunyai iklim tropis, sehingga mengizinkan Negara Indonesia untuk disinari matahari dan dijatuhi hujan sepanjang tahun. Perubahan cuaca tersebut cocok untuk usaha pada sector agribisnis. Curah hujan yang cukup dan cuaca panas yang sebanding dengan curah hujan yang turun, sangat memberikan efek yang baik bagi pelaku usaha agribisnis.

Usaha dibidang agribisnis yang dijalankan oleh masyarakat Indonesia tidak hanya pada sector pertanian, akan tetapi juga pada sector peternakan. Selain pertanian yang berperan aktif dalam memenuhi kebutuhan pangan Indonesia, sector peternakan juga berperan aktif dalam memenuhi kebutuhan gizi dan pangan

pada masyarakat Indonesia. Kedua bidang usaha tersebut sebagian besar berada di pedesaan. Usaha yang berkembang di pedesaan inilah yang harus dipertahankan dan dikembangkan, karena selain untuk memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan gizi masyarakat Indonesia, usaha peternakan dan pertanian juga memberikan manfaat yang besar pada pertumbuhan perekonomian Indonesia. Agribisnis mempunyai peran yang cukup besar dalam pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto). Berikut ini adalah peran kategori pertanian, peternakan, perburuan, jasa pertanian, kehutanan, penebangan kayu, dan perikanan terhadap PDB di Indonesia.



Sumber : Buku Badan Pusat Statistik Pendapatan Nasional Indonesia Tahun : 2012-2016

Data diatas menjelaskan bahwa diantara kategori diatas yang paling mendominasi pertumbuhan PDB adalah kategori peternakan, pertanian, perburuan, dan jasa pertanian. Peran pada kategori tersebut sangat mempengaruhi pertumbuhan PDB. Kategori-kategori yang mempunyai peran terbesar tersebut kebanyakan berkembang pada daerah pedesaan. Hal ini menjadi tantangan pemerintah dalam mengembangkan setiap usaha-usaha yang berada pada

masyarakat kecil. Karena usaha-usaha tersebut mempunyai potensi besar untuk dikembangkan.

**Tabel 1.2**  
**Distribusi Persentase PDB Kategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan**  
**Atas Dasar Harga Berlaku, 2012-2016**

Lapangan Usaha / tahun	2012	2013	2014	2015	2016
1. Pertanian, Peternakan, Perburuan, dan Jasa Pertanian	78,29	78,02	77,19	76,10	75,88
a. Tanaman pangan	26,53	26,05	24,38	25,54	25,46
b. Tanaman hortikultura	10,86	10,77	11,31	11,21	11,20
c. Tanaman Perkebunan	28,06	28,09	28,21	26,05	25,74
d. Peternakan	11,34	11,61	11,84	11,84	12,02
e. Jasa pertanian dan perburuan	1,51	1,50	1,45	1,45	1,45
2. Kehutanan dan penebangan kayu	5,72	5,46	5,29	5,33	5,13
3. Perikanan	15,99	16,52	17,52	18,57	19,00

Sumber : Buku Badan Pusat Statistik Pendapatan Nasional Indonesia Tahun : 2012-2016

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa diantara ketiga kategori, yaitu pertanian, kehutanan, dan perikanan dsitribusi paling besar adalah pada ketegori pertanian. Kategori pertanian ini terdiri dari tanaman pangan, tanaman hortikultura, tanaman perkebunan, peternakan, jasa pertanian dan perburuan. Beberapa kategori tersebut, jika diurutkan distribusi persentase PDB dari yang terbesar adalah :

1. Tanaman perkebunan
2. Tanaman pangan
3. Peternakan
4. Tanaman hortikultura
5. Jasa pertanian dan perburuan

Jika dibandingkan dengan tanaman perkebunan dan tanaman pangan, maka kategori peternakan, tanaman hortikultura, jasa pertanian dan perburuan

mempunyai tingkat distribusi yang kecil. Sehingga diperlukan adanya pengembangan usaha, terutama pada kategori peternakan, tanaman hortikultura, jasa pertanian dan perburuan. Agar tingkat distribusi yang diberikan kepada PDB dapat meningkat dalam tiap tahunnya. Berdasarkan aspek yang mendasari tersebut, penelitian ini akan membahas mengenai pengembangan usaha peternakan yang ada di Indonesia.

Industry peternakan di Indonesia saat ini masih mengalami banyak masalah dan belum terdapat solusi yang tepat untuk digunakan dalam jangka panjang. Maka dari itu industry peternakan di Indonesia masih sangat lemah. Aspek yang mendasari permasalahan tersebut disebabkan oleh beberapa factor, yaitu dari pihak pemerintah yang belum sepenuhnya memberikan solusi yang efektif untuk permasalahan yang sedang dihadapi oleh industry peternakan Indonesia. Kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan untuk industry peternakan masih belum tepat sasaran. Akibat dari kebijakan tersebut sangat dirasakan oleh para peternak sapi, seperti pada saat tahun baru dan hari raya permintaan akan produk peternakan sapi sangat meingkat tajam. Akan tetapi produk peternakan dalam negeri, belum bisa memenuhi permintaan tersebut. Sehingga jalan yang diambil untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan mengimpor baik mengimpor daging sapi siap konsumsi atau daging sapi siap potong. Selain daging sapi, hingga pada tahun 2015 komoditi susu sapi masih belum dapat dipenuhi oleh peternak local.

**Tabel 1.3**  
**Populasi Sapi Perah di Indonesia**

Tahun					Pertumbuhan (%)
2012	2013	2014	2015	2016 <sup>*)</sup>	
<b>611.939</b>	<b>444.266</b>	<b>502.516</b>	<b>518.649</b>	<b>533.860</b>	<b>2,93</b>

Sumber : Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan

Keterangan : \*) Angka Sementara

**Table 1.4**  
**Populasi Sapi Potong di Indonesia**

Tahun					Pertumbuhan (%)
2012	2013	2014	2015	2016 <sup>*)</sup>	
15.980.697	12.686.239	14.726.875	15.419.718	16.092.561	4,36

Sumber : Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan

Keterangan : \*) Angka Sementara

Dari tahun 2012 hingga tahun 2016 pertumbuhan sapi perah di Indonesia hanya sebesar 2,93%. Sedangkan untuk pertumbuhan sapi potong adalah sebesar 4,36%. Dapat di ketahui bahwa pertumbuhan sapi perah lebih rendah jika dibandingkan dengan pertumbuhan sapi potong. Jika dilihat dari kedua pertumbuhan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan sapi di Indonesia, baik perah maupun potong pada lima tahun terakhir sangat tergolong rendah. Besar kemungkinan hal tersebut menyebabkan perdagangan sapi impor terus dilakukan.

Sejak tahun 1990 Indonesia telah melakukan impor sapi hidup dari Australia, hingga pada puncaknya adalah pada tahun 2009 impor sapi mencapai 772.868 ekor sapi hidup. Kebijakan ini dapat membantu pemerintah dalam mengatasi permintaan produk ternak sapi yang sangat tinggi didalam negeri dan para pedagang akan diringankan dari harga daging sapi yang tidak terkontrol. Akan tetapi, impor sapi yang semakin tahun semakin banyak dapat memberikan efek yang negatif kepada peternak local. Para peternak local tidak akan bisa

mengembangkan ternaknya secara mandiri, karena mereka akan kalah dengan produk sapi impor.

Untuk mengontrol agar tidak terjadi oversupply seperti yang terjadi pada tahun 2009 yang menyebabkan industri peternakan Indonesia terpuruk, mulai tahun 2014 pemerintah Indonesia mencanangkan program swasembada daging di mana permintaan pasar akan dipenuhi dengan daging lokal sebanyak 90% dan 10%-nya lagi dipenuhi dari impor. Namun target ini kemudian dihentikan dan digantikan dengan program peningkatan populasi sapi lokal dengan inseminasi buatan. Kemudian pada tahun 2016 mulai diperkenalkan Sentra Peternakan Rakyat yang memberikan edukasi kepada peternak lokal untuk meningkatkan hasil produksi daging potong dengan sehat (<http://agribisnis.co.id>).

**Tabel 1.5**  
**Nilai Ekspor, Impor, dan Neraca Perdagangan Komoditas Pertanian**  
**Januari – September 2015**

Sub Sektor/Komoditi	Nilai (US\$ 000)		Neraca (US\$ 000)
	Ekspor	Impor	
<b>Peternakan</b>	<b>328,723</b>	<b>2,198,907</b>	<b>-1,870,184</b>
Sapi hidup	0	385,012	-385,012
Babi Hidup	41,899	64	41,835
Susu dan kepala susu	38,876	462,872	-423,996
Daging dan jeroan lembu	6	170,443	-170,437
Telur unggas	55	8,132	-8,077
Mentega	9,573	213,652	-204,079
Lemak	37,749	5,928	31,821
Obat hewan	8,267	38,831	-30,564
Kulit dan jangat	79,459	354,053	-274,594
Pakan hewan	16,709	411,097	-394,388
Wol	17	5,181	-5,165
Lainnya	96,113	143,641	-47,528

Sumber : Buletin Triwulanan Ekspor Impor Komoditas Pertanian Vol. VII No. 4 Tahun 2015

Keterangan : Neraca bernilai + = surplus; - = defisit

semua komoditas termasuk wujud segar dan olahan

Kementerian Pertanian Republik Indonesia dalam laporan triwulanan bulan Januari hingga September 2015, tercatat bahwa impor sapi hidup sebesar \$ 385,012. Selain impor, Indonesia tidak melakukan ekspor sapi ke Negara lain sehingga perkembangan sapi di Indonesia mengalami defisit sebesar \$ -385,012. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan sapi dalam negeri masih tergolong sangat rendah.

Berdasarkan laporan beberapa data di atas, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan populasi sapi, baik perah maupun potong yang masih rendah mengakibatkan kurangnya pasokan sapi dalam negeri. Sehingga Negara Indonesia melakukan impor sapi hidup untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat, terutama untuk kebutuhan gizi. Mengingat bahwa terdapat banyak gizi yang terkandung pada daging sapi dan susu sapi murni.

Selain disebabkan oleh factor kebijakan pemerintah, lemahnya peternakan sapi di Indonesia disebabkan karena peternak local masih didominasi oleh peternak rakyat dengan kapasitas produksi yang masih rendah. Kapasitas produksi yang masih rendah ini disebabkan oleh metode pemeliharaan sapi yang masih tradisional. Seperti metode beranak yang masih tradisional sehingga menyebabkan indukan sapi hanya mempunyai anak satu atau dua saja. Sehingga mutu dari bibit indukan tidak mempunyai mutu yang baik.

Melihat kondisi yang telah dipaparkan di atas jika dilihat dari sisi positifnya adalah terbukanya peluang besar untuk berbisnis pada industry peternakan. Tingginya supply dan kurangnya demand akan mendorong para peternak sapi untuk mengembangkan usahanya dengan memunculkan ide-ide

yang dapat memberikan inovasi tanpa mengkhawatirkan target pemasarannya. Serta diharapkan dapat menarik para investor untuk berinvestasi pada industry peternakan, sehingga dapat ikut berpartisipasi dalam pengembangan industry peternakan local.

Mengatasi permasalahan-permasalahan yang berlarut-larut dan tidak ditemukannya kebijakan yang tepat, maka pada tahun 2016 Kementerian Koperasi dan UKM (Usaha Kecil Menengah) akan mewadahi pembangunan koperasi khusus kepada para peternak sapi seperti salah satunya adalah akta pendirian yang direncanakan tanpa biaya apapun. Pembangunan koperasi ini diharapkan dapat mendampingi dan mengarahkan para peternak sapi dalam metode pemeliharaan sapi. Sehingga industry peternakan dapat meningkatkan produktivitasnya.

Dari data Kemenkop UKM saat ini koperasi yang memiliki unit usaha ternak dan terdaftar dalam sistem ODS (Online Data Sistem) Kemenkop adalah 556 koperasi. Menurut Menkop UKM Puspayoga bagi koperasi peternak yang sudah RAT selama 2 tahun berturut dapat mengajukan pembiayaan kepada LPDB (Lembaga Pengelola Dana Bergulir) yang akan dikenakan bunga sebesar 2,5% pertahun (<http://agribisnis.co.id>).

**Table 1.6**  
**Populasi Peternakan Sapi Perah Menurut Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur (Ekor) pada Tahun 2012-2016**

Provinsi	2012	2013	2014	2015	2016
Jawa Barat	136.054	103.832	123.140	116.400	119.287
Jawa Tengah	154.398	103.794	122.566	134.670	137.434
Jawa Timur	308.841	222.910	245.246	255.947	264.905

Sumber : <http://jatim.bps.go.id>

Berdasarkan data tersebut provinsi Jawa Timur merupakan provinsi yang mempunyai peternakan sapi perah terbesar. Secara keseluruhan dapat disimpulkan

bahwa kondisi jumlah peternakan di Indonesia cenderung mengalami penurunan dalam tiap tahunnya. Penurunan tersebut sebanding dengan penurunan produksi susu sapi di Indonesia. Penurunan produksi susu tidak sebanding dengan kebutuhan konsumsi susu yang terus meningkat. Di bawah ini adalah produksi susu yang ada di Jawa Timur.

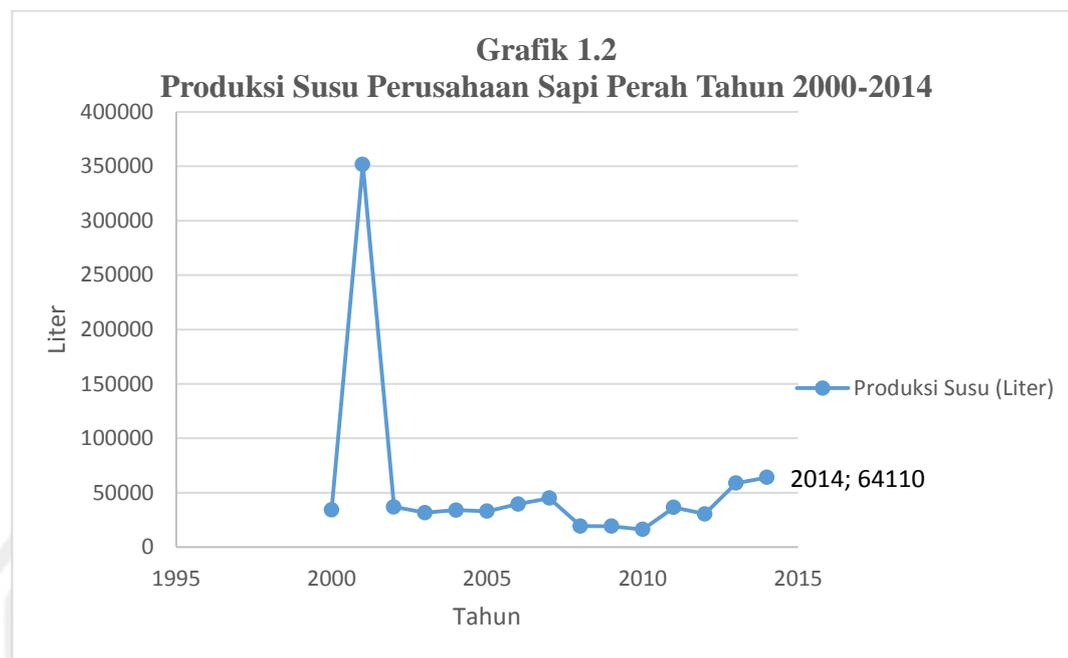
**Tabel 1.7**  
**Produktivitas Perusahaan Peternak Sapi Perah Menurut Provinsi Tahun 2015**

Provinsi	Rata-rata Produksi Susu per Ekor per Hari (Liter)	Rata-rata Lama Berproduksi per Ekor Selama Setahun (Hari)
Jawa Barat	18,52	306
Jawa Tengah	12,03	299
Jawa Timur	15,80	266
Lainnya <sup>1</sup>	10,28	281
Indonesia	16,44	279
2014	15,68	293
2013	15,67	296

Sumber: Buku Statistik Perusahaan Peternakan Sapi Perah Tahun 2015

<sup>1</sup> Lainnya terdiri dari Provinsi Sumatera Utara, DI Yogyakarta, Bali, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Selatan, dan Sulawesi Selatan,

Jumlah produksi susu tertinggi menurut provinsi adalah Jawa Barat, dan yang kedua adalah Jawa Timur. Jika dilihat produksi susu per ekor per hari dalam tiap tahunnya mengalami penurunan. Kondisi tersebut harus segera diatasi karena mengingat bahwa kebutuhan susu sapi sangat penting bagi masyarakat Indonesia.



Sumber : produksi susu perusahaan sapi.bps.htm Tahun 2016

Sepanjang 2000-2013 menunjukkan produksi susu sapi perah selalu fluktuatif. Pada tahun 2000, produksi susu mencapai 34,3 ribu liter. Terjadi lonjakan produksi hingga 351,7 per liter di tahun berikutnya. Sepanjang tahun 2002-2006 terjadi penurunan produksi susu di kisaran 30-an ribu liter. Angka ini terus menurun hingga 2011 menjadi kurang dari 20 ribu liter per tahun. Sejak tahun 2012, produksi kembali mengalami peningkatan hingga 305,4 ribu liter dan terus naik hingga 588,1 liter dengan total nilai mencapai 257,7 miliar per tahun.

**Tabel 1.8**  
**Produksi Susu Perah Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur Tahun 2013 (Kg)**

Kabupaten/Kota	Sapi Perah	Kambing Perah	Jumlah
<b>Kabupaten</b>			
01. Pacitan	189.059	-	189.059
02. Ponorogo	4.176.338	465.324	4.641.662
03. Trenggalek	8.900.492	691.057	9.591.549
04. Tulungagung	45.720.190	607.248	46.327.438
05. Blitar	26.012.061	-	26.012.061
06. Kediri	16.529.449	54.732	16.584.181

Lanjutan tabel 1.8

07. Malang	127.529.424	1.147.721	128.677.145
08. Lumajang	7.592.674	116.025	7.708.700
09. Jember	2.760.263	-	2.760.263
10. Banyuwangi	1.966.197	-	1.966.197
11. Bondowoso	32.856	215.056	247.912
12. Situbondo	200.914	-	200.914
13. Probolinggo	13.554.108	-	13.554.108
14. Pasuruan	122.396.314	12.226	122.408.540
15. Sidoarjo	7.918.940	-	7.918.940
16. Mojokerto	2.452.064	-	2.452.064
17. Jombang	7.648.624	673.839	8.322.462
18. Nganjuk	113.629	-	113.629
19. Madiun	210.083	-	210.083
20. Magetan	179.628	556.285	735.913
21. Ngawi	54.393	-	54.393
22. Bojonegoro	30.870	-	30.870
23. Tuban	2.953.578	-	2.953.578
24. Lamongan	29.738	-	29.738
25. Gresik	907.877	-	907.877
26. Bangkalan	19.959	-	19.959
27. Sampang		-	
28. Pamekasan	28.526	-	28.526
29. Sumenep		-	
<b>Kota</b>			
71. Kediri	407.567	-	407.567
72. Blitar	456.851	-	456.851
73. Malang	354.971	-	354.971
74. Probolinggo	339.303	-	339.303
75. Pasuruan	44.238	-	44.238
76. Mojokerto	15.792	-	15.792
77. Madiun	46.194	-	46.194
78. Surabaya	906.456	-	906.456
79. Batu	13.739.034	33.622	13.772.655
Jawa Timur	416.418.653	4.573.135	420.991.788

Sumber : <http://malangkab.bps.go.id>

Produksi susu di Malang Raya dibedakan menjadi tiga yaitu di Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu. Pada data di atas dapat dilihat bahwa Kabupaten Malang mempunyai penghasilan produksi susu sapi perah lebih besar jika dibandingkan dengan Kota Malang dan Kota Batu. Kabupaten Malang menghasilkan 127.529.424 Kg susu sapi perah pada tahun 2013. Kabupaten Malang adalah penghasil produk susu sapi perah terbesar se-Jawa Timur.

Melihat kondisi tersebut maka Indonesia melakukan impor susu sapi untuk mencukupi kebutuhan susu masyarakat Indonesia. Produksi susu nasional Indonesia hanya dapat memenuhi 30% dari kebutuhan susu 250 juta penduduk Indonesia. Sehingga 70% suplai susu nasional dipasok dari impor. Indonesia impor susu terutama dari Selandia Baru dan Australia.

**Tabel 1.9**  
**Rata-rata Konsumsi Perkapita Bahan Makanan Mengandung Susu Tahun 2011-2015 dan Ketersediaan Perkapita Susu Sapi di Indonesia dan Susu Impor**

<b>Jenis Makanan</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Rata-rata Pertumbuhan</b>
Susu murni	0.156	0.156	0.104	0.162		-19.55
Susu cair pabrik	1.147	1.46	1.46	1.616	2.399	21.6
Susu kental manis	3.285	2.711	3.024	3.069	3.598	3.2
Susu bubuk	0.73	0.365	0.73	0.771	0.939	19.34
Susu bubuk bayi	1.356	1.408	1.408	1.482	0.678	-11.29
Keju	0.104	0.104	0.052	0.105		-12.04
Hasil lain dari susu	0.365	0.417	0.209	0.298		-23.2
<b>Konsumsi Susu Perkapita</b>	<b>7.143</b>	<b>6.621</b>	<b>6.987</b>	<b>7.503</b>	<b>7.614</b>	<b>-21.94</b>
<b>Tahun</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	
<b>Ketersediaan per kapita susu sapi</b>	<b>3.18</b>	<b>3.4</b>	<b>3.3</b>	<b>2.67</b>	<b>2.68</b>	<b>-3.68</b>
<b>Ketersediaan per kapita susu impor</b>	<b>9.96</b>	<b>11.06</b>	<b>11.47</b>	<b>12.2</b>	<b>11.45</b>	<b>3.74</b>

Sumber : Neraca Bahan Makanan, BKP Kementan

Keterangan : \*) Angka Sementara

Konsumsi susu baik susu murni maupun makanan yang mengandung susu di Indonesia masih belum bisa terpenuhi oleh persediaan susu sapi di Indonesia. Sehingga hal ini menyebabkan Indonesia harus memenuhi kebutuhan susu tersebut dengan impor susu dari luar negeri. Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa konsumsi susu terus mengalami peningkatan, akan tetapi persediaan susu mengalami penurunan tiap tahunnya. Hal ini menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian pada usaha pengolahan susu murni.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang. Di Kecamatan Pujon adalah tempat berkembangnya peternakan sapi perah yang cukup besar perannya dalam memenuhi kebutuhan susu di Indonesia. Berikut adalah data populasi ternak besar di Kabupaten Malang.

**Tabel 1.10**  
**Populasi Ternak Besar menurut Kecamatan di Kabupaten Malang (ekor)**  
**Tahun 2015**

Kecamatan	Kuda	Sapi Perah	Sapi Potong	Kerbau
Donomulyo	7	139	10 906	31
Kalipare	14	157	13 342	17
Pagak	9	67	9 124	-
Bantur	19	973	11 327	-
Gedangan	18	49	14 227	-
Sumbermanjing	13	-	9 553	135
Dampit	9	53	8 518	56
Tirtoyudo	14	-	2 229	1
Ampelgading	19	23	988	115
Poncokusumo	13	2 368	13 581	19
Wajak	52	1 963	15 875	-
Turen	19	670	8 943	47
Bululawang	22	92	2 211	-
Gondanglegi	38	298	6 025	23
Pagelaran	42	623	2 752	64
Kepanjen	22	276	1 333	27
Sumberpucung	37	117	3 975	116

Lanjutan tabel 1.10

Kromengan	5	22	1 893	61
Ngajum	15	7 396	6 102	61
Wonosari	26	134	2 672	20
Wagir	10	427	6 195	89
Pakisaji	14	64	2 355	52
Tajinan	27	283	6 595	8
Tumpang	90	441	5 793	4
Pakis	37	221	8 145	9
Jabung	64	10 957	6 259	9
Lawang	26	1 105	6 856	-
Singosari	57	561	12 073	84
Karangploso	43	2 576	4 229	35
Dau	21	1 401	6 854	-
<b>Pujon</b>	<b>19</b>	<b>24 097</b>	<b>360</b>	<b>-</b>
Ngantang	5	15 330	296	-
Kasembon	10	5 146	1 289	44
Kabupaten Malang	836	78 029	212 289	1 127

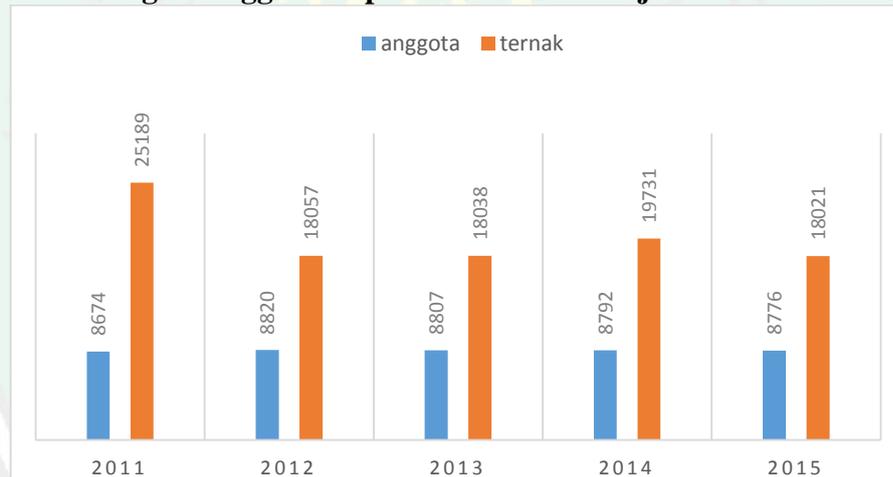
Sumber: <http://malangkab.bps.go.id>

Kecamatan Pujon mempunyai populasi ternak sapi perah terbesar jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Malang. Keadaan wilayahnya yang berada di dataran tinggi memungkinkan pengusaha hortikultura dan peternak sapi. Hasil utamanya adalah buah-buahan, sayur-sayuran, dan susu sapi. Aspek yang mendasari tersebut menunjukkan bahwa di Kecamatan Pujon terdapat adanya peluang yang besar untuk pengembangan produksi peternakan terutama susu murni. Agar persediaan susu dapat meningkat dan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi.

Produksi susu sapi perah yang dihasilkan oleh peternak Kecamatan Pujon dikelola oleh Koperasi Susu SAE (Sinau Andandani Ekonomi) yang telah didirikan sejak tahun 1962. Sesuai dengan nama tersebut, Koperasi Susu SAE (Kop SAE) mempunyai tujuan untuk memperbaiki perekonomian masyarakat

Pujon. Upaya pembangunan koperasi tersebut dapat mengantarkan perkonomian masyarakat Pujon menjadi lebih baik dan dapat berkembang pesat. Namun hal itu terjadi pada saat awal Koperasi Susu SAE didirikan. Melihat kenyataannya saat ini produksi susu di Koperasi Susu SAE mengalami penurunan dan para peternak banyak yang beralih menjadi peternak daging sapi. Hal ini disebabkan karena harga susu sapi lebih murah jika dibandingkan dengan harga daging sapi. Berikut ini adalah data perkembangan anggota Koperasi Susu SAE.

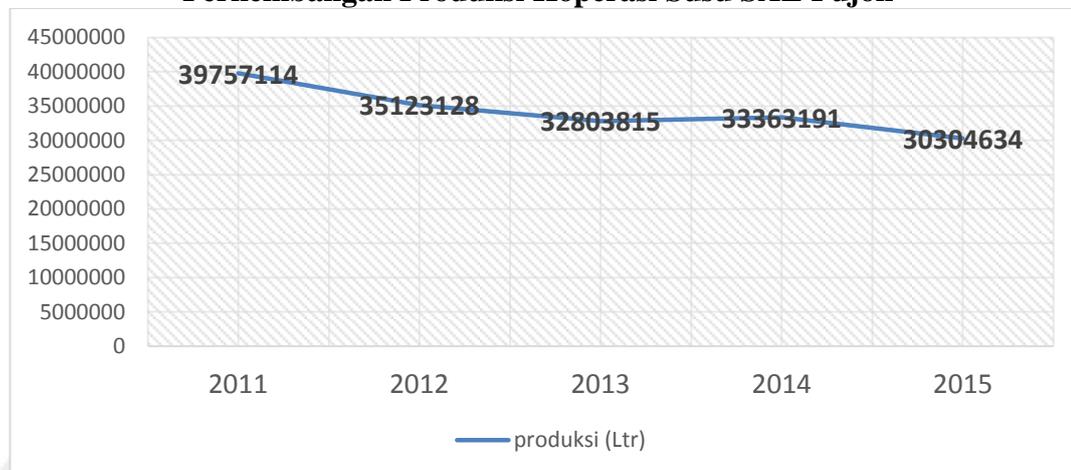
**Grafik 1.3**  
**Perkembangan Anggota Koperasi Susu SAE Pujon Tahun 2011-2015**



Suber: Buku Laporan Tahunan Koperasi Susu SAE Tahun 2015

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa perkembangan keanggotaan Koperasi Susu SAE dari tahun 2011 hingga 2015 tidak mengalami peningkatan yang signifikan, akan tetapi cenderung konsisten. Sedangkan, perkembangan ternak sapi perah mengalami penurunan pada tahun 2012 dan 2013. Pada tahun 2014 mengalami peningkatan relative masih kecil. Hingga pada tahun 2015 mengalami penurunan kembali.

**Grafik 1.4**  
**Perkembangan Produksi Koperasi Susu SAE Pujon**



Suber: Buku Laporan Tahunan Koperasi Susu SAE Tahun 2015

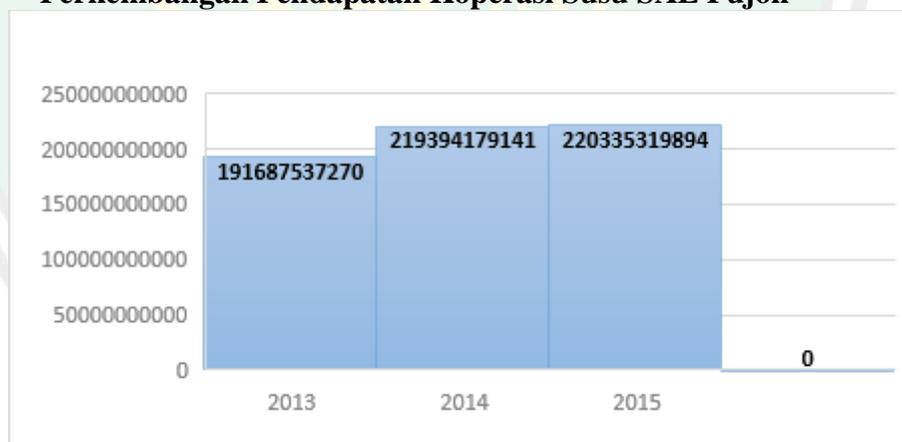
Perkembangan produksi Koperasi Susu SAE sama halnya dengan perkembangan ternak, dimana pada tahun 2012 dan 2013 mengalami penurunan serta mengalami peningkatan kembali pada tahun 2014. Kemudian produksi mengalami penurunan kembali pada tahun 2015. Menurunnya hasil produksi tersebut disebabkan banyak peternak yang lebih memilih untuk menjual sapi perahnya untuk kebutuhan hidup. Selain alasan tersebut banyak pula peternak yang menyembelih sapi untuk dijual dagingnya karena menurut mereka lebih menguntungkan harga sapi dari pada harga susu murni. Seiring dengan perkembangan anggota yang menurun dikarenakan hal tersebut, maka hasil produksi yang diterima oleh Koperasi menurun.

Jika dilihat dari kondisi alam di Kecamatan Pujon yang sangat luas dan mempunyai suhu yang lebih dingin sangat cocok jika digunakan untuk pengembangan ternak sapi perah. Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti ingin mengadakan penelitian mengenai usaha pengolahan susu sapi di Kecamatan Pujon. Karena mengingat kebutuhan konsumsi susu di Indonesia yang belum

mencukupi standar, dalam hal ini dibutuhkan upaya yang lebih maksimal untuk pengembangan peternakan susu sapi.

Data perkembangan produksi susu lima tahun terakhir di atas menunjukkan penurunan. Melihat kondisi tersebut, koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon akan melakukan pengembangan dalam produksinya. Koperasi Susu SAE beranggotakan para peternak masyarakat Pujon pada tahun 2011 dapat menghasilkan 110.000 liter susu perhari, akan tetapi data tahun 2015 produksi susu perhari sebesar 84.000 liter perhari. Aspek yang mendasari tersebut maka koperasi Susu SAE akan melakukan pengembangan produksi agar dapat memproduksi susu sebesar 110.000 liter perhari. Sehingga berarti bahwa peternak harus dapat meningkatkan produksinya sebesar 26.000 liter perhari.

**Grafik 1.5**  
**Perkembangan Pendapatan Koperasi Susu SAE Pujon**



Sumber: Buku Laporan Tahunan Koperasi Susu SAE

Berdasarkan data pendapatan Koperasi Susu SAE Pujon tersebut, maka dapat dilihat bahwa pendapatan Koperasi meningkat pada tahun 2014. Pada tahun 2015 pendapatan Koperasi mengalami peningkatan yang cukup kecil dibandingkan dengan peningkatan pada tahun 2014. Aspek yang mendasari

tersebut, peneliti ingin mengetahui apakah usaha yang dijalankan Koperasi Susu SAE Pujon dapat dikembangkan atau tidak.

Agar pendapatan dapat ditingkatkan lagi maka upaya untuk pengembangan produksi secara otomatis akan dilakukan oleh koperasi dengan melakukan pengembangan baik pengembangan pada sumber-sumber produksi maupun pengembangan produksinya sendiri. Aspek yang mendasari tersebut, peneliti ingin meneliti mengenai studi kelayakan bisnis pada pengolahan susu sapi Pujon yang dikelola oleh Koperasi Susu SAE. Peneliti ingin mengetahui apakah koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon layak atau tidak untuk dikembangkan.

Menjalankan usaha diperlukan sebuah studi kelayakan apakah sebuah usaha layak dijalankan atau tidak layak dijalankan. Jika layak untuk dijalankan, landasan apa saja yang menjadikan layak dan begitu juga tidak layak, factor-faktor apa saja yang menyebabkan ketidak layakan usaha tersebut. Studi kelayakan usaha usaha bisa disimpulkan untuk menentukan seberapa besar pengembalian sebuah investasi atas suatu aktivitas usaha dan implikasi usaha tersebut, tentunya dalam sebuah investasi, selalu ada nilai investasi awal atau disebut sumber daya yang akan dialokasikan. Pengembaliannya adalah perbandingan antara input investasi dengan dibandingkan dengan output yang akan dihasilkan dengan mempertimbangkan seluruh aspek yang perlu dijalankan. Studi kelayakan tidak hanya perlu dijalankan untuk usaha baru, tapi juga produk baru yang akan dijalankan oleh perusahaan. Studi kelayakan tidak hanya untuk usaha baru saja, tetapi termasuk juga dalam pengembangan anak perusahaan atau unit usaha baru, termasuk dalam akuisisi perusahaan lainnya (Johan, 2011: 3).

Perencanaan yang baik diyakini akan dapat mengurangi kesalahan pada tataran praktis. Yang terpenting bagi kita adalah bukan bagaimana masa depan yang akan terjadi, tetapi sejauh mana kita telah menyiapkan diri untuk menghadapi masa depan tersebut. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Hasyr ayat 18, mengingatkan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَتُنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Q.S Al-Hasyr: 18)*

Semua pekerjaan yang baik mesti didahului dengan studi kelayakan terlebih dahulu, dan harus dipastikan menghasilkan sesuatu yang memuaskan sebelum pekerjaan itu dimulai. Karena itu, mesti ada perencanaan sebelum melakukannya, dan harus perhitungan secara matematis, dan dilakukan berbagai penelitian sebelum pekerjaan itu dilakukan.

Sesungguhnya penelitian, perencanaan, dan studi kelayakan sebelum kerja dilaksanakan merupakan etos kerja yang telah ada dalam islam. Rasulullah SAW adalah orang yang pertama kali melakukan perhitungan secara statistic terhadap orang-orang beriman yang berhijrah ke Madinah al-Munawarrah. Dan kesan dari perencanaan itu begitu terasa pada perjalanan hidup Beliau dalam berbagai bentuknya (Qardhawi, 1996: 83).

Studi kelayakan usaha bertujuan untuk menentukan alokasi sumber-sumber (*resources*) perusahaan sebaik mungkin kedalam setiap kegiatan usaha

untuk mendapatkan hasil (*output*) yang maksimal. Dengan kata lain, studi kelayakan usaha bertujuan mengukur profitabilitas sumber-sumber yang digunakan dalam suatu usaha. Studi kelayakan usaha merupakan kegiatan persiapan sebelum menjalankan usaha yang sesungguhnya. Studi kelayakan usaha sangat penting dan menjadi dasar untuk mengambil keputusan bagi seseorang yang ingin membangun suatu perusahaan. Studi kelayakan dilakukan untuk melihat apakah produk yang akan dibuat dibutuhkan oleh masyarakat dalam jumlah yang cukup besar dan berkesinambungan. Selanjutnya, apakah sumber daya yang dibutuhkan, seperti sumber daya manusia, peralatan, bahan-bahan, dan system manajemen dapat disediakan sehingga usaha tersebut berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang positif (Zubir, 2005:1).

Bagi perusahaan yang didirikan untuk tujuan total profit, yang paling utama adalah perlu dipikirkan seberapa lama pengembalian dana yang ditanam di proyek tersebut agar segera kemabli. Agar tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang diinginkan, maka apa pun tujuan perusahaan (baik profit, social maupun gabungan dari keduanya profit dan social), hendaknya apabila ingin melakukan investasi sebaiknya didahului dengan suatu studi. Terkadang dalam praktiknya, sekalipun telah dilakukan studi secara baik dan benar factor kegagalan suatu usaha tetap ada, apalagi yang tanpa dilalui studi sebelumnya. Oleh sebab itu, untuk menghindari kegagalan ini perlu diadakan studi sebelum proyek tersebut dijalankan. Salah satu tujuan dilakukan studi kelayakan bisnis adalah untuk mencari jalan keluar agar dapat meminimalkan hambatan dan risiko yang mungkin timbul dimasa yang akan datang. Mengapa hal

ini dilakukan karena di masa yang akan datang penuh dengan ketidakpastian. Semua ketidak pastian ini akan mengakibatkan apa yang sudah direncanakan menjadi meleset atau tidak tercapai, sehingga resiko kerugian tidak akan terelakkan (Kasmir dkk., 2008: 1-2).

Penelitian terdahulu yang melakukan penelitian mengenai studi kelayakan bisnis adalah Muhammad Gunawan Wibowo (2005). Hasil penelitian tersebut adalah usaha susu sapi murni pada perusahaan “Rahmawati Jaya” mempunyai prospek untuk dikembangkan. Akan tetapi untuk analisis sensitivitas pada harga output tertentu, usaha tidak layak untuk diusahakan.

Ray Paksi Labodu, Erwin Wantasen, M.T. Massie, dan Frangky N.S. Oroh (2015) juga telah melakukan penelitian, dan hasilnya adalah usaha peternakan sapi perah secara finansial layak untuk dijalankan. Usaha tersebut mempunyai keuntungan yang baik sehingga usaha peternakan layak untuk dijalankan.

Peneliti lain adalah Nikki Ariesta Poetri, Abdul Basith, dan Nur Hadi Wijaya (2014) hasil dari penelitian adalah usaha ternak dikatakan layak dikembangkan dari aspek nonfinansial. Sedangkan, hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa usaha ternak layak untuk dikembangkan.

Dari pemaparan di atas peneliti tertarik untuk meneliti studi kelayakan bisnis peternak susu sapi di Kecamatan Pujon. Karena keadaan peternak sapi yang saat ini sangat memburuk dan dibutuhkan inovasi. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana cara yang lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan hasil produksi pengolahan susu sapi murni. Agar kesenjangan yang terjadi antara kebutuhan konsumsi susu dan produksi susu sapi perah dapat diatasi, sehingga

tidak terjadi kesenjangan dan kebutuhan konsumsi susu dalam negeri dapat dipenuhi oleh peternak local. Penelitian mengenai studi kelayakan bisnis ternak susu sapi rakyat juga sangat jarang dilakukan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti mengambil judul penelitian “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pengolahan Susu Sapi Murni (Studi Kasus: Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang)”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

Bagaimana kelayakan usaha pengolahan susu sapi murni masyarakat Pujon yang dikelola oleh Koperasi Susu SAE dengan menggunakan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi dan teknologis, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kelayakan usaha pengolahan susu sapi murni masyarakat Pujon yang dikelola oleh Koperasi Susu SAE dengan menggunakan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi dan teknologis, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat dalam usaha peternakan susu sapi murni baik produsen, konsumen, dan pihak koperasi sendiri. Manfaat penelitian secara teoritis dan secara empiris yaitu :

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmu kepada dunia pendidikan pada khususnya, sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan literatur bagi peneliti lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan pula dapat menambah pengetahuan atau wawasan masyarakat pada umumnya.

#### 1.4.2 Manfaat Empiris

Khusus bagi investor dan masyarakat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa :

- a) Sebagai alat informasi mengenai pengembangan usaha peternakan.
- b) Menambah pengetahuan mengenai perkembangan peternakan susu sapi murni di Indonesia.
- c) Dapat memberikan saran yang baik dalam memilih investasi.

### 1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian kelayakan usaha peternakan susu sapi murni masyarakat Pujon yang dikelola oleh Koperasi Susu SAE adalah :

- a) Masyarakat Pujon yang mempunyai usaha Peternakan Sapi.
- b) Masyarakat yang mempunyai hasil ternak sapi berupa susu murni.
- c) Pelaku peternak sapi yang tergabung dalam Koperasi Susu SAE.
- d) Aspek-aspek yang digunakan dalam penelitian adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi dan teknologis, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Fajar Mutaqien (2006) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Finansial Usaha Peternakan Sapi Perah (Studi Kasus Peternakan “HMB Agro”, Desa Sukajaya Kecamatan Taman Sari Kabupaten Bogor)”. Aspek yang digunakan untuk menganalisis masalah adalah aspek keuangan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitiannya menyebutkan peternakan sapi perah “HMB Agro” selama tahun 2005 masih mengalami kerugian sebesar Rp. 11.168.258. Berdasarkan analisis tingkat pendapatan kondisi finansial peternakan “HMB Agro” tahun 2005 tidak layak.

Nikki Ariesta Poetri, Abdul Basith, Nur Hadi Wijaya (2014) judul penelitiannya adalah “Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Perah KUNAK (Studi Kasus Usaha Ternak Kavling 176, Desa Pamijahan Kab. Bogor)”. Analisis kelayakan yang digunakan adalah aspek non finansial usaha, potensi pengembangan usaha dari aspek finansial, dan analisis sensitivitas usaha. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha ternak kavling 176, dapat disimpulkan bahwa usaha ini dikatakan layak dikembangkan dari segi aspek nonfinansial. Usaha ternak kavling 176 juga layak dari segi aspek finansial. Hasil analisis sensitivitas pada skenario pertama, kedua, dan ketiga, menunjukkan bahwa usaha ini layak.

Muhammad Gunawan Wibowo (2005), penelitiannya berjudul Analisis Kelayakan Usaha Susu Sapi Murni pada Perusahaan “Rahmawati Jaya”. Data

yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, baik yang bersifat deskriptif maupun kuantitatif. Analisis datanya adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek lingkungan, aspek keuangan, dan analisis sensitivitas. Hasil penelitian tersebut adalah usaha susu sapi murni pada perusahaan “Rahmawati Jaya” mempunyai prospek untuk dikembangkan. Akan tetapi untuk analisis sensitivitas pada harga output tertentu, usaha tidak layak untuk diusahakan.

Shanti Emawati, dan Ayu Intan Sari (2009) dengan judul “Analisis Investasi Usaha Tani Sapi Perah Pada Anggota Koperasi Usaha Peternakan Dan Pemerahan (UPP) Kaliurang Di Kabupaten Sleman”. Analisis kelayakan finansial investasi usahatani sapi perah menggunakan kriteria investasi benefit cost ratio (BCR), net present value (NPV), internal rate of return (IRR) dan payback period (PP) berdasarkan umur investasi 5 tahun dengan discount factor 12%/tahun. Hasil analisis menunjukkan bahwa usahatani sapi perah pada kondisi peternak di Kabupaten Sleman layak untuk diusahakan.

Ray Paksi Labodu, Erwin Wantasen, M.T. Massie dan Frangky N.S. Oroh (2015) judulnya adalah “Analisi Finansial Peternakan Sapi Perah Rakyat di Kota Tomoho (Studi Kasus Dikelompok Ramulu Sangkor)”. Analisis yang digunakan ialah analisis kriteria investasi yaitu NPV, BC Ratio, IRR, ROI, dan analisis Keuntungan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan usaha ternak Sapi Perah “Kelompok Ramulu Sangkor” secara finansial layak dijalankan.

Eko Ardy Prasetyo (2011) judulnya adalah “Analisis Finansial Usaha Ternak Sapi Perah Pada UD Hadi Putra Ngijo Karang Ploso Malang”. Metode yang

di gunakan adalah study kasus. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan observasi dan wawancara. Kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian adalah unit usaha sapi perah UD. Hadi putra layak diteruskan dan dikembangkan.



**Table 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode Analisis	Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Fajar Mutaqien (2006) Analisis Finansial Usaha Peternakan Sapi Perah (Studi Kasus Peternakan “HMB Agro”, Desa Sukajaya Kecamatan Taman Sari Kabupaten Bogor)	Kuantitatif	Aspek keuangan	Berdasarkan analisis tingkat pendapatan kondisi finansial peternakan “HMB Agro” tahun 2005 tidak layak
2.	Nikki Ariesta Poetri, Abdul Basith, Nur Hadi Wijaya (2014) Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Perah KUNAK (Studi Kasus Usaha Ternak Kavling 176, Desa Pamijahan Kab. Bogor)	Kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif	aspek pasar, teknis, manajemen, hukum, sosial, ekonomi lingkungan, aspek keuangan, dan analisis sensitivitas	Hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha ternak kavling 176, dapat disimpulkan bahwa usaha ini dikatakan layak dikembangkan dari segi aspek nonfinansial. Usaha ternak kavling 176 juga layak dari segi aspek finansial. Hasil analisis sensitivitas menunjukkan bahwa usaha layak.
3.	Muhammad Gunawan Wibowo (2005) Analisis Kelayakan Usaha Susu Sapi Murni pada Perusahaan “Rahmawati Jaya”	Kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif	Aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek lingkungan, aspek keuangan, dan analisis sensitivitas.	Hasil penelitian tersebut adalah usaha susu sapi murni pada perusahaan “Rahmawati Jaya” mempunyai prospek untuk dikembangkan. Akan tetapi untuk analisis sensitivitas pada harga output tertentu, usaha tidak layak untuk diusahakan.
4.	Shanti Emawati, dan Ayu Intan Sari (2009) Analisis Investasi Usahatani Sapi Perah Pada Anggota Koperasi Usaha Peternakan	Kuantitatif	Analisis data menggunakan benefit cost ratio (BCR), net present	Hasil analisis menunjukkan bahwa usahatani sapi perah pada kondisi peternak di Kabupaten Sleman

	Dan Pemerahan (UPP) Kaliurang Di Kabupaten Sleman		value (NPV), internal rate of return (IRR) dan payback period (PPC)	layak untuk diusahakan
5.	Ray Paksi Labodu, Erwin Wantasen, M.T. Massie dan Frangky N.S. Oroh (2015) Analisi Finansial Peternakan Sapi Perah Rakyat di Kota Tomoho (Studi Kasus Dikelompok Ramulu Sangkor)	Metode survey dengan pendekatan studi kasus	Analisis yang digunakan ialah analisis kriteria investasi yaitu NPV, BC Ratio, IRR, ROI, dan analisis Keuntungan.	usaha peternakan sapi perah secara finansial layak untuk dijalankan. Usaha tersebut mempunyai keuntungan yang baik sehingga usaha peternakan layak untuk dijalankan.
6.	Eko Ardy Prasetyo (2011) Analisis Finansial Usaha Ternak Sapi Perah Pada UD Hadi Putra Ngijo Karang Ploso Malang	Metode yang digunakan adalah study kasus.	Analisis Finansial yang meliputi analisis Net Present Value (NPV), Internal Rate Of Return Ration (B/C Ration),	Berdasarkan hasil penelitian adalah unit usaha sapi perah UD. Hadi putra layak diteruskan dan dikembangkan karena nilai NPV yang lebih dari " 0 " (positif). Nilai IRR yang lebih besar dari Social Discount Rate, dan Nilai B/C Ration lebih dari " 1 " (positif).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah sama-sama meneliti tentang usaha susu sapi perah. Sedangkan, perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang, tepatnya pada Koperasi Susu SAE. Perbedaan lainnya adalah penelitian yang dilakukan di lembaga koperasi dengan menggunakan aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi dan teknologis, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan.

## **2.2 Kajian Teori**

### **2.2.1 Studi Kelayakan Bisnis**

#### **2.2.1.1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis**

Studi Kelayakan Bisnis (SKB) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam tersebut dilakukan untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan dapat diartikan bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak di sini diartikan juga akan memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditor, pemerintah, dan masyarakat laus.

Sedangkan pengertian bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan yang dimaksud dalam perusahaan bisnis adalah keuntungan finansial. Namun dalam praktiknya

perusahaan nonprofit pun perlu dilakukan studi kelayakan bisnis karena keuntungan yang diperoleh tidak hanya dalam bentuk finansial akan tetapi juga nonfinansial. Jadi dengan dilakukannya studi kelayakan bisnis akan dapat memberikan gambaran apakah usaha atau bisnis yang diteliti layak atau tidak untuk dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2003: 6).

Studi kelayakan bisnsi, yang juga sering disebut studi kelayakan proyek adalah penelitian tentang dapat tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil. Istilah proyek mempunyai arti suatu pendirian usaha baru atau pengenalan sesuatu (barang maupun jasa) yang baru kedalam suatu produk mix yang sudah ada selama ini. Pengertian keberhasilan bagi pihak yang berorientasi profit dan pihak nonprofit bisa berbeda (Jumingan, 2009: 3).

Kajian studi kelayakan bisnis ditujukan untuk mengidentifikasi kondisi dan situasi dari bisnis yang akan dilaksanakan. Hasil kajian yang akan dilakukan tersebut nantinya akan menjadi bahan masukan yang berarti kepada pihak pemimpin yang nantinya dapat dianggap sebagai rekomendasi yang membantu dalam proses penagmbilan keputusan secara lebih baik (Fahmi, dkk, 2009: 16).

Studi kelayakan pada akhir-akhir ini telah banyak dikenal oleh masyarakat, terutama masyarakat yang bergerak dalam bidang dunia usaha. Berbagai macam peluang dan kesempatan yang ada dalam kegiatan dunia usaha, telah menuntut perlu adanya penilaian sejauh mana kegiatan/kesempatan tersebut dapat memberikan manfaat manfaat (*benefit*) bila diusahakan. Kegiatan untuk

menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek, disebut dengan studi kelayakan bisnis.

Dengan demikian studi kelayakan yang juga sering disebut dengan *feasibility study* merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha/proyek yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan usaha/proyek yang akan dilaksanakan akan memberikan manfaat (*benefit*), baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam arti *social benefit*. Layaknya suatu gagasan usaha/proyek dalam arti *social benefit* tidak selalu menggambarkan layak dalam arti *financial benefit*, hal ini tergantung dari segi penilaian yang dilakukan.

Proyek-proyek yang dinilai dari segi *social benefit* pada umumnya adalah proyek-proyek yang manfaatnya dihitung/dinilai dari segi manfaat yang diberikan proyek terhadap perkembangan perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Kegiatan usaha/proyek yang dinilai dari segi *financial benefit* adalah usaha-usaha yang dinilai dari segi penanaman investasi/modal yang diberikan untuk pelaksanaan usaha/proyek tersebut (Ibrahim, 1998:1-2).

Studi kelayakan bisnis dalam arti sempit merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis dibangun, tetapi juga pada saat bisnis tersebut beroperasi secara rutin dengan berhasil untuk memperoleh keuntungan yang maksimal secara ekonomi. Pengertian tersebut mempunyai arti bahwa tujuan pelaku bisnis adalah profit. Artinya, jika hasil penelitian dari bisnis yang akan dilakukan memberikan

tambahan kekayaan bagi pelaku bisnis, maka bisnis dianggap menguntungkan dengan demikian ia akan menjalankan bisnis tersebut. Tetapi jika hasil penelitian cenderung menunjukkan pengurangan kekayaan bagi pelaku bisnis, maka ia akan meninggalkan bisnis tersebut, karena bisnis tersebut tidak menguntungkan.

Sedangkan dalam arti luas studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang mendalam tentang dapat tidaknya atau layak tidaknya rencana bisnis dilakukan dengan berhasil dan menguntungkan (tidak hanya keuntungan ekonomis/finansial), akan tetapi cenderung melihat kemanfaatan yang lebih luas (makro) bagi daerah atau lokasi dimana bisnis tersebut dilaksanakan. Misalnya, penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan sumber daya yang melimpah di lokasi tersebut, penambahan atau penghematan devisa bagi pemerintah, membuka peluang usaha lain akibat adanya proyek investasi tersebut, dan sebagainya (Sucipto, 2011: 2).

#### **2.2.1.2. Manfaat Studi Kelayakan Bisnis**

Terdapat tiga manfaat yang ditimbulkan dari adanya studi kelayakan bisnis, yaitu (Sucipto, 2011: 4):

##### **1) Manfaat finansial**

Manfaat finansial diperoleh oleh pelaku bisnis jika bisnis tersebut dirasa menguntungkan dibandingkan dengan risiko yang akan dihadapi.

##### **2) Manfaat ekonomi nasional**

Bisnis yang dijalankan tidak hanya menguntungkan secara ekonomis saja tetapi juga bermanfaat bagi peningkatan ekonomi Negara secara makro. Misalnya semakin banyaknya tenaga kerja yang dapat diserap, peningkatan devisa,

membuka peluang bagi investasi yang lain, peningkatan GDP, kontribusi pajak, dan sebagainya.

### 3) Manfaat social

Memberikan manfaat terutama bagi masyarakat di sekitar lokasi bisnis tersebut dibangun.

Dilihat dari segi penilaian *benefit*, proyek-proyek yang dilakukan oleh pemerintah pada umumnya lebih menitikberatkan pada penilaian *social benefit* dari pada *financial benefit* dan sebaliknya proyek-proyek yang dikembangkan oleh swasta (*private investor*) lebih menekankan pada *financial benefit* dari pada *social benefit*.

Manfaat yang dilihat dari segi *social benefit* pada umumnya lebih luas, seperti dampak proyek terhadap terbukanya kesempatan kerja, bertambahnya pendapatan regional, bertambahnya sarana dan prasarana produksi, terbukanya daerah dari keterbelakangan (terisolir), terjadinya perubahan pendidikan masyarakat, perubahan pola pikir masyarakat, meningkatnya disiplin masyarakat, timbulnya industry hilir dengan adanya proyek, dan lain sebagainya. Untuk penilain yang dilakukan dari segi *social benefit* kendatipun kurang memberi manfaat dari segi *financial benefit*, proyek tersebut dianggap layak (*feasible*) untuk dikembangkan (Ibrahim, 1998: 5).

#### **2.2.1.3. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis**

Tujuan pentingnya melakukan studi kelayakan bisnis adalah :

- 1) Menghindari risiko keuangan

Studi kelayakan bisnis bertujuan untuk menghindari risiko kerugian keuangan dimasa yang akan datang yang penuh ketidakpastian. Kondisi seperti ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah mengantisipasi ketidakpastian yang terjadi serta untuk meminimalkan risiko yang tidak diinginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun tidak dapat dikendalikan.

## 2) Memudahkan perencanaan

Ramalan tentang apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang dapat mempermudah dalam melakukan perencanaan, yang meliputi :

- a. Berapa jumlah dana yang dibutuhkan
- b. Kenapa usaha akan dijalankan
- c. Di mana lokasi usaha akan dibangun
- d. Siapa yang akan melaksanakan
- e. Bagaimana cara melaksanakannya
- f. Berapa besar keuntungan yang akan diperoleh
- g. Bagaimana cara mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

Dengan adanya perencanaan yang baik, maka suatu usaha akan mempunyai jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai pada waktu tertentu.

## 3) Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Berbagai rencana yang sudah disusun akan memudahkan dalam pelaksanaan usaha. Rencana yang sudah disusun akan dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap usaha, sehingga suatu pekerjaan dapat dilakukan secara

sistematis dan dapat mencapai sasaran serta sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

4) Memudahkan pengawasan

Pelaksanaan usaha yang sesuai rencana akan memudahkan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan dari rencana yang telah disusun. Disamping itu pelaksanaan usaha dapat dilakukan secara sungguh-sungguh, karena ada yang mengawasi.

5) Memudahkan pengendalian

Adanya pengawasan dalam pelaksanaan pekerjaan dapat mendeteksi terjadinya suatu penyimpangan, sehingga dapat melakukan mengendalikan atas penyimpangan tersebut. Tujuan dari pengendalian ini adalah untuk mengendalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai (Sucipto, 2011: 5).

#### **2.2.1.4. Pihak-Pihak yang Memerlukan Studi Kelayakan Bisnis**

Ada beberapa pihak yang sangat berkepentingan dengan dilakukannya studi kelayakan bisnis, diantaranya adalah :

1) Manajemen perusahaan

Sebagai pihak yang menjadi *project leader*, maka pihak manajemen perlu mempelajari studi kelayakan bisnis untuk merealisasikan ide bisnis tersebut, sehingga manajemen perusahaan mengetahui apakah ide tersebut layak atau tidak untuk dilaksanakan ditinjau dari segi kepentingan bisnis yang berorientasi pada profit serta peningkatan laba perusahaan.

## 2) Investor

Investor akan mempelajari hasil studi kelayakan bisnis yang telah dibuat sebelum menanamkan modalnya pada bisnis yang dikehendaki. Investor perlu mempelajari prospek bisnis usaha yang diminati sebelum terlanjur salah dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi, karena investor mempunyai kepentingan langsung terhadap keuntungan yang akan diperoleh dan jaminan keselamatan atas modal yang diinvestasikan. Selain itu investor juga mempertimbangkan seberapa risiko yang harus dihadapi dari bisnis tersebut.

## 3) Mitra penyerta modal

Investor biasanya membutuhkan mitra penyerta modal baik perseorangan atau perusahaan. Hasil studi kelayakan bisnis akan membantu investor dalam meyakinkan mitranya untuk melakukan investasi.

## 4) Kreditur/perbankan

Pihak kreditur sangat berkepentingan terhadap hasil laporan studi kelayakan bisnis. Sebelum mengucurkan kredit maka kreditur terlebih dahulu mengkaji hasil studi kelayakan bisnis tersebut, hal ini dilakukan untuk memperoleh jaminan bahwa kredit yang dikucurkan tersebut aman dan pelaku bisnis mampu mengembalikan hutang serta bunganya. Selain itu kreditur biasanya juga mempertimbangkan bonafiditas serta jaminan yang dimiliki oleh perusahaan. Jika hasil laporan studi kelayakan bisnis tersebut merekomendasikan bahwa bisnis yang akan dilakukan dianggap *feasible*, tentunya dalam proses persetujuan perkreditan rekomendasi itu akan menjadi penilaian tersendiri bagi perbankan/kreditur.

#### 5) Pemerintah

Penyusunan studi kelayakan bisnis perlu memperhatikan kebijakan-kebijakan pemerintah karena secara langsung maupun tidak langsung kebijakan-kebijakan pemerintah tersebut memengaruhi kebijakan perusahaan. Perhatian pemerintah terutama pada apakah bisnis tersebut mempunyai kontribusi bagi perekonomian nasional atau tidak. Hal ini bisa dilihat dari rencana bisnis tersebut, apakah dapat membuka dan memperluas kesempatan kerja, menghemat devisa, menambah devisa bahkan mampu meningkatkan penerimaan Negara dari sector pajak. Bisnis yang membantu kebijakan pemerintah inilah yang diprioritaskan untuk memperoleh kemudahan dan bantuan dari pemerintah. Penilaian pemerintah terhadap studi kelayakan bisnisnya berkaitan dengan aspek legalitas dan perijinan. Pemerintah berkepentingan dalam memberikan izin prinsip maupun izin operasional.

#### 6) Masyarakat

Masyarakat akan menerima akibat sampingan dari adanya bisnis tersebut, baik akibat yang bersifat negative maupun positif, sehingga kepentingan masyarakat terutama masyarakat di sekitar lokasi bisnis terhadap studi kelayakan bisnis ini bersifat eksternalitas. Namun, demikian mereka selayaknya mengetahui sehingga tidak timbul hal-hal negative di kemudia hari setelah bisnis berjalan (Sucipto, 2011: 11-12).

### 2.2.1.5. Mengembangkan Keunggulan Kompetitif

Guna mencapai keberhasilan dalam memulai suatu usaha, maka kita perlu menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk atau jasa yang telah ada saat ini. Keunggulan kompetitif bisa didapat melalui :

1) Menghasilkan produk yang efisien

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi dengan biaya yang lebih murah, bisa dijual dengan harga yang lebih murah, dan pasti akan menarik konsumen untuk membelinya.

2) Menghasilkan produk yang berkualitas tinggi

Bisa menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, tanpa perlu tambahan biaya yang lebih mahal, ataupun pada biaya sama, maka dapat dicapai harga jual yang sama dengan kualitas yang lebih baik.

3) Menghasilkan produk yang inovatif dan kreatif

Menghasilkan produk yang belum ada di pasaran sehingga bisa memenuhi harapan konsumen yang belum terpenuhi.

Pada saat ini, beberapa perusahaan mempergunakan sarana komunikasi internet untuk melakukan penjualan produk mereka maupun melalui internet jaringan social seperti *facebook* untuk memasarkan produk mereka. Ide ini akan membedakan mereka dari hal biaya pemasaran dan konsumsi penjualan yang mungkin akan dikenakan. Hal tersebut bisa juga menghemat biaya produksi dan memasarkan produk dengan harga yang lebih kompetitif. Mengembangkan keunggulan kompetitif tidak semata-mata harus dengan keunggulan teknologi

tetapi bisa juga dengan melihat variable-variabel yang menjadi keinginan konsumen yang belum terpenuhi (Johan, 2011:20-21).

#### **2.2.1.6. Tahapan Studi Kelayakan Bisnis**

Terdapat beberapa tahapan dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis yang bersifat umum, yaitu :

##### 1) Penemuan ide

Dalam memilih suatu produk yang akan dibuat harus memperhatikan potensi produk tersebut di pasar nantinya laku dijual dan menguntungkan sehingga perlu dilakukan penelitian terhadap kebutuhan pasar dan jenis produk yang akan dibuat. Penelitian jenis produk dapat dilakukan dengan kriteria-kriteria bahwa suatu produk dibuat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang masih belum terpenuhi, memenuhi kebutuhan manusia tetapi produk tersebut belum tersedia, dan untuk mengganti produk yang sudah ada dengan produk lain yang mempunyai nilai lebih. Sedangkan untuk kebutuhan pasar, hasil penelitian yang diharapkan adalah bahwa produk yang akan dihasilkan dapat dijual di pasar yang cukup sehat (permintaan yang cukup baik dalam jangka panjang). Selanjutnya untuk menghasilkan ide proyek tadi, perlu dilakukan penelitian yang terorganisasi dengan baik serta dukungan sumber daya yang memadai. Jika terdapat ide proyek lebih dari satu, maka yang dipilih oleh pengambil keputusan biasanya digantung pada tiga factor, *pertama*, bahwa ide proyek cocok dengan kata hatinya, *kedua*, bahwa pengambil keputusan akan mampu melibatkan diri dalam hal-hal yang sifatnya teknis, dan *ketiga*, keyakinan akan kemampuan proyek untuk

menghasilkan laba. Pada dasarnya jika terdapat lebih dari satu proyek, maka yang akan dipilih adalah sesuai dengan skala prioritasnya.

#### 2) Tahap penelitian

Setelah beberapa ide proyek dipilih, selanjutnya dilakukan penelitian secara mendalam dengan memakai metode ilmiah. Dimulai dengan mengumpulkan data, lalu mengolah data berdasarkan teori-teori yang relevan, menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data dengan alat-alat analisis yang sesuai, menyimpulkan hasil sampai membuat laporan hasil penelitian tersebut, dengan melakukan penilaian terhadap aspek-aspek yang perlu dilakukan penilaian.

#### 3) Tahap evaluasi

Evaluasi berarti membandingkan sesuatu dengan satu atau lebih standar atau kriteria, dimana standar atau kriteria tersebut dapat bersifat kuantitatif atau kualitatif. Hal yang dibandingkan dalam evaluasi bisnis adalah seluruh biaya yang akan ditimbulkan oleh usulan bisnis serta manfaat atau benefit yang diperkirakan akan diperoleh. Terdapat tiga macam evaluasi, *pertama*, mengevaluasi usulan proyek/bisnis yang akan didirikan, *kedua*, mengevaluasi proyek yang sedang dibangun, dan *ketiga*, mengevaluasi bisnis yang sudah dioperasionalkan secara rutin.

#### 4) Tahap pengurutan usulan yang layak

Jika terdapat lebih dari satu usulan bisnis yang dianggap layak dan terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki manajemen untuk merealisasikan semua rencana bisnis tersebut, misalnya keterbatasan dana, maka perlu dilakukan

pemilihan rencana bisnis yang dianggap paling penting untuk direalisasikan. Sudah tentu yang menjadi prioritas adalah rencana bisnis yang mempunyai skor tertinggi yang dibandingkan dengan usulan-usulan lain berdasarkan kriteria – kriteria penilaian yang telah ditentukan.

5) Tahapan rencana pelaksanaan

Setelah rencana bisnis dipilih untuk direalisasikan, perlu dibuat rencana kerja pelaksanaan pembangunan proyek. Mulai dari menentukan jenis pekerjaan, waktu yang dibutuhkan untuk setiap jenis pekerjaan, jumlah dan kualifikasi tenaga pelaksana, ketersediaan dana dan sumber-sumber lain, kesiapan manajemen dan lain-lain.

6) Tahap pelaksanaan

Merealisasikan pembangunan proyek, kegiatan ini membutuhkan manajemen proyek. Jika proyek selesai dikerjakan, tahap berikutnya adalah melaksanakan operasional bisnis secara rutin. Dalam operasional ini, perlu kajian-kajian untuk mengevaluasi bisnis, yaitu dari fungsional keuangna, pemasaran, SDM, produk/operasi, dan manajemennya agar selalu bekerja secara efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan laba perusahaan. Hasil evaluasi dijadikan *feedback* bagi perusahaan untuk selalu mengkaji ulang proses bisnis ini secara terus menerus.

#### **2.2.1.7. Aspek-Aspek dalam Studi Kelayakan Bisnis**

Dalam studi kelayakan bisnis terdapat beberapa aspek yang harus dianalisis, yaitu (Sucipto, 2011: 18) :

- 1) Aspek Hukum, berkaitan dengan legalisasi keberadaan bisnis yang akan dijalankan baik segi perijinan maupun dari segi badan hukumnya.
- 2) Aspek pasar dan pemasaran, berkaitan dengan potensi pasar produk yang akan dipasarkan, analisis kekuatan pesaing, estimasi penjualan yang mungkin bisa diraih (*market share*).
- 3) Aspek teknis/operasi dan teknologis, berkaitan dengan pemilihan lokasi bisnis, pemilihan mesin dan peralatan yang sesuai dengan kapasitas produksi, penataan *layout* serta pemilihan teknologi yang sesuai.
- 4) Aspek manajemen dan organisasi, berkaitan dengan manajemen dalam pembangunan fisik serta manajemen dalam operasionalnya dan struktur organisasi.
- 5) Aspek sosial, ekonomi, dan budaya, mencakup pengaruh proyek terhadap kehidupan sosial, budaya dan perekonomian secara makro dan lain sebagainya.
- 6) Aspek keuangan, berkaitan dengan sumber dan penggunaan dana serta proyeksi pengembaliannya dengan tingkat biaya modal dari masing-masing sumber dana yang bersangkutan.
- 7) Analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL), berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan oleh adanya bisnis tersebut terhadap lingkungan baik lingkungan air, darat, udara.

Studi kelayakan bisnis akan memberikan keputusan yang mana suatu usaha layak atau tidak layak untuk dilaksanakan. Sehingga dalam studi kelayakan

bisnis terdapat beberapa aspek yang harus di analisis, dalam penelitian ini akan digunakan beberapa aspek tersebut, yaitu :

1) Aspek pasar dan pemasaran

Kajian yang dilakukan dalam aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk menguji serta menilai sejauh mana pemasaran dari produk yang dihasilkan perusahaan dapat mendukung pengembangan usaha atau bisnis yang direncanakan. Kajian aspek pasar berkaitan dengan ada tidaknya potensi pasar dan peluang pasar atas suatu produk yang akan diluncurkan di masa yang akan datang serta berapa *market share* yang dapat diserap oleh bisnis tersebut dari keseluruhan pasar potensial.

Sedangkan kajian aspek pemasaran berkaitan dengan bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam rangka meraih sebagian pasar potensial atau peluang pasar yang ada. Dengan kata lain seberapa besar *market share* (pangsa pasar) yang ditentukan dapat diraih sangat bergantung pada penerapan strategi pemasaran yang dipilih. Dalam menerapkan strategi pemasaran diharapkan tidak menyimpang dari kaidah-kaidah yang telah di digariskan dalam al-Qur'an dan sunnah, sehingga akan bisa menerapkan marketing syari'ah dengan baik (Sucipto, 2011: 47).

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebagai etika dalam pemasaran menurut islam misalkan seperti, memiliki kepribadian yang baik dan spiritual (takwa) sehingga dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk menolong sesama (Idri, 2015: 281).

Allah berfirman dalam Surah *al-Maidah* ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ  
 الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۖ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ  
 قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا  
 عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

*Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keridaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian (mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran." (Q.S Al-Maidah: 2).*

a. Potensi pasar

Potensi pasar adalah peluang penjualan optimum yang dapat dicapai oleh seluruh penjualan baik saat ini maupun yang akan datang. Dengan kata lain potensi pasar adalah seluruh permintaan atau kebutuhan konsumen yang didasarkan pada dua factor, yaitu jumlah konsumen potensial dan daya beli. Konsumen potensial adalah konsumen yang memiliki keinginan/hasrat untuk membeli sedangkan daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli barang atau produk. Dengan melihat potensi pasar maka dapat dilakukan evaluasi apakah masih ada atau tidak potensi untuk memasarkan barang atau produk di pasar (Sucipto, 2011: 48).

b. Teknik pengukuran permintaan produk

Hakekat produksi dalam ilmu ekonomi dipahami sebagai aktifitas untuk mengolah sumber daya dalam bentuk lain yang mempunyai nilai dan manfaat yang lebih. Produksi bukan berarti membuat sesuatu yang belum ada menjadi ada, karena hal seperti ini hanya bisa dilakukan oleh Allah swt dan biasanya digunakan dengan kata “*khalafa*” (menciptakan). Kata yang lebih populer untuk membahasakan produksi dalam bahasa arab adalah *al-intaj*, yang memiliki arti menjadikan sesuatu yang ada menjadi sesuatu mempunyai nilai dan manfaat lebih.

Dalam rangka pengembangan produktifitas tanah, dalam islam dikenal dengan konsep *ihya' al-Mawat* (menghidupkan tanah mati). Yang dimaksud dengan menghidupkan tanah mati disini adalah merubah lahan yang mati menjadi lahan yang produktif dengan menanaminya atau mendirikan sebuah bangunan di atasnya. Sedangkan yang dimaksud dengan tanah mati adalah tanah yang tidak ada pemiliknya dan belum pernah dikelola oleh siapa pun. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam riwayat lain bahwasanya Rasulullah saw. bersabda (Munir, 2007: 52-53):

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ أَعْمَرَ أَرْضًا ضَالِّيَتْ لَهَا  
حَدٌّ فَهِيَ أَحَقُّ قَالِ عَزَّ وَجَلَّ قَضَى بِهِ عُمَرُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ فِي خِلَا فِتْنِهِ

*Artinya: “Dari Aisyah ra. bahwasanya Rasulullah saw. bersabda: “barang siapa memakmurkan (menghidupkan) tanah yang tidak ada pemiliknya, maka ia lebih berhak memilikinya. “ sahabat Urwah berkata: “ketetapan ini telah ditetapkan (dalam kebijakan negara) pada masa khilafah Umar bin Khattab”. (HR. Bukhari: 2167, dan Ahmad: 23737).*

Pengukuran permintaan produk adalah menghitung atau menentukan jumlah produk yang secara riil dikonsumsi oleh masyarakat atau konsumen dalam

kurun waktu tertentu. Sedangkan metode-metode yang dapat digunakan adalah sebagai berikut (Sucipto, 2011: 48).

a) Penggunaan data impor produk yang bersangkutan

Cara ini dilakukan jika kondisi dalam negeri belum pernah menghasilkan produk tertentu yang dibutuhkan oleh masyarakat, dan selama ini kebutuhan produk dipenuhi oleh produk substitusi impor. Dengan demikian cara untuk mengukur permintaan adalah berdasarkan jumlah produk yang diimpor dalam periode yang bersangkutan.

b) Penggunaan data impor, ekspor, dan produksi dalam negeri

Untuk mengetahui jumlah permintaan efektif jika suatu produk selain diimpor juga diekspor dan diproduksi di dalam negeri adalah sebagai berikut :

$$PE = P + (I - E) + DC$$

Keterangan :

PE : permintaan efektif yang dicari

P : jumlah produksi dalam negeri selama periode yang bersangkutan

I : jumlah produk yang diimpor

E : jumlah produk yang diekspor

DC : selisih persediaan awal dan akhir produk

c) Metode rasio rantai (permintaan per kapita)

Metode ini menghitung permintaan efektif dengan cara membagi dalam komponen-komponen kecil dari suatu mata rantai variable yang berpengaruh terhadap permintaan produk yang bersangkutan. Misalnya variable-variabel yang berpengaruh terhadap permintaan produk minuman ringan berserat adalah :

Minuman ringan berserat = jumlah penduduk di suatu wilayah secara keseluruhan x % penghasilan perkapita yang dikonsumsi x % rata-rata penghasilan per kapita yang dikonsumsi untuk minuman ringan x % rata-rata penghasilan yang dikonsumsi untuk minuman ringan yang berserat.

d) Permintaan industri

Metode ini digunakan untuk melihat apakah jumlah produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan yang memproduksi produk sejenis pada masa lalu sudah cukup memenuhi seluruh kebutuhan konsumen atau belum. Jika ternyata jumlah yang dibutuhkan ternyata belum dapat terpenuhi oleh produsen yang ada (adanya keterbatasan kapasitas, sumber daya lain-lain), maka masih ada kesempatan bagi produsen lain untuk membuat produk sejenis.

c. Metode peramalan permintaan

Beberapa teknik/metode peramalan yang dapat dilakukan antara lain: metode *time series* (runtut waktu), metode regresi korelasi, teknik ekonometri, dan lain-lain. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode *time series* dengan *ekstrapolasi trend*. Dengan menggunakan metode *trend linier* ini kecenderungan permintaan dimasa yang akan datang diwujudkan dalam bentuk garis lurus. Fungsi persamaan dari metode ini adalah (Sucipto, 2011: 50):

$$Y = a + bx$$

Koefisien (nilai a dan b) ditentukan dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \text{ dan } b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Dengan asumsi  $\sum X = 0$

Keterangan :

$a$  = rata-rata permintaan masa lalu

$b$  = koefisien yang menunjukkan perubahan setiap tahun

$Y$  = nilai data hasil ramalan permintaan

$n$  = jumlah data runtut waktu

$X$  = waktu tertentu yang telah diubah menjadi bentuk kode

Jumlah penjualan industry (permintaan efektif) menunjukkan pangsa pasar (*market share*) kelompok industry yakni sebagian potensi pasar yang telah diambil oleh seluruh perusahaan dalam kelompok investasi. Jumlah penjualan perusahaan menunjukkan pangsa pasar (*market share*) perusahaan yakni sebagian potensi pasar yang dapat diraih oleh perusahaan. Sedangkan peluang pasar adalah selisih antara potensi pasar dengan penjualan industry (permintaan efektif).

d. Ramalan penjualan industry

Untuk meramalkan penjualan industry dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut (Sucipto, 2011: 53):

Untuk menentukan fungsi persamaan:  $Y = a + bx$

e. Penjualan perusahaan (*market share*)

Untuk menentukan penjualan perusahaan (*market share*) dapat digunakan dengan cara yang sama, yaitu (Sucipto, 2011: 54):  $Y = a + bx$

Setelah diketahui *market share*-nya, langkah selanjutnya adalah bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk mencapai *market share* tersebut. Dalam rangka melakukan analisis terhadap aspek pemasaran, terdapat

beberapa kegiatan yang terkait antara satu dengan yang lainnya, yaitu (Sucipto, 2011: 55):

- a) Penentuan segmen, target, dan posisi produk pada pasarnya.
- b) Mengkaji mengenai sikap perilaku, serta kepuasan mereka atas produk-produk sejenis.
- c) Menentukan strategi, kebijakan, dan program pemasaran.
- f. Segmentasi pasar (*market segmentation*)

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Untuk melakukan segmentasi pasar terdiri dari beberapa variable yang harus diperhatikan. Beberapa variable untuk melakukan segmentasi pasar terdiri dari segmentasi pasar konsumen dan segmentasi pasar industrial. Menurut Philip Kotler variable utama dalam segmentasi pasar konsumen adalah sebagai berikut (Sucipto, 2011: 56):

- a) Segmentasi berdasarkan geografik yaitu :
  1. Bangsa
  2. Propinsi
  3. Kabupaten/Kota
  4. Kecamatan
  5. Iklim
- b) Segmentasi berdasarkan demografik, yaitu :
  1. Umur
  2. Jenis kelamin

3. Ukuran keluarga
  4. Daur hidup keluarga
  5. Pendapatan
  6. Pekerjaan
  7. Pendidikan
  8. Agama
  9. Ras
  10. Kebangsaan
- c) Segmentasi berdasarkan psikografik, yaitu :
1. Kelas social
  2. Gaya hidup
  3. Karakteristik kepribadian
- d) Segmentasi berdasarkan perilaku, yaitu :
1. Pengetahuan
  2. Sikap
  3. Kegunaan
  4. Tanggap terhadap suatu produk

Sedangkan variable utama untuk melakukan segmentasi pasar industry terdiri dari :

- a) Segmentasi berdasarkan demografik, yaitu :
1. Jenis industry
  2. Besar perusahaan
  3. Lokasi perusahaan

b) Segmentasi berdasarkan karakteristik pengoperasian, yaitu :

1. Teknologi yang difokuskan
2. Status pengguna (berat, sedang atau ringan)
3. Kemampuan pelanggan

c) Segmentasi berdasarkan pendekatan pembeli, yaitu :

1. Organisasi berfungsi pembeli
2. Sifat hubungan yang ada
3. Struktur kekuatan
4. Kebijakan pembelian umum
5. Kriteria

d) Segmentasi berdasarkan karakteristik personil industry, yaitu :

1. Kesamaan pembeli
2. Sikap terhadap risiko
3. Kesetiaan

e) Segmentasi berdasarkan factor situasi, yaitu :

1. Urgensi
2. Pengguna khusus
3. Besarnya pesanan

g. Menetapkan pasar sasaran (*marketing targeting*)

Secara umum pengertian menetapkan pasar sasaran adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih yang dilayani. Analisis dapat dilakukan dengan melakukan beberapa kegiatan sebagai berikut (Sucipto, 2011: 57):

- a) Evaluasi Segmen Pasar
- b) Memilih segmen yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan, menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani.
- h. Menentukan posisi pasar (*market positioning*)

Menentukan posisi pasar adalah menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Untuk menentukan posisi pasar terdiri dari :

- a) Atas dasar atribut (harga murah atau mahal)
- b) Kesempatan penggunaan (sebagai minuman energy atau minuman obat)
- c) Menurut kelas pengguna (obat anak-anak atau dewasa)
- d) Langsung menghadapi pesaing (kami yang terbaik)
- e) Kelas produk (sabun kecantikan)

Terdapat tiga langkah untuk menentukan posisi pasar sebagai berikut :

- a) Mengidentifikasi keunggulan kompetitif. Perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif jika mampu menentukan posisinya sendiri sebagai yang memberikan nilai superior kepada sasaran pemilih.
- b) Memilih keunggulan kompetitif. Jika perusahaan telah menentukan beberapa keunggulan kompetitif yang potensial, selanjutnya harus dipilih satu keunggulan kompetitif sebagai dasar bagi kebijakan penentuan posisi.
- c) Menunjukkan dan mengkomunikasikan posisi (Sucipto, 2011: 59).
  - i. Strategi bauran pemasaran

Adapun strategi bauran pemasaran tersebut adalah (Kasmir dan Jakfar, 2008: 50):

- a) Strategi Produk

Pihak perusahaan terlebih dahulu harus mendefinisikan, memilih dan mendesain suatu produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dilayaninya, agar investasi yang ditamana dapat berhasil dengan baik. Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah : sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Factor-faktor yang memengaruhi kesempatan atau peluang bagi produk baru adalah :

1. Perubahan ekonomi
2. Perubahan social budaya
3. Perubahan teknologi
4. Perubahan politik, dan
5. Perubahan lainnya

Strategi produk yang dilakukan perusahaan dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut :

1. Penentuan logo dan moto

Logo merupakan ciri khas suatu produk, sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisi visi dan misi perusahaan dalam melayani masyarakat. Pertimbangan pembuatan logo dan moto adalah logo dan moto harus mempunyai arti (dalam arti positif), logo dan moto harus menarik perhatian, logo dan moto harus mudah diingat.

2. Menciptakan merek

Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, symbol, desain atau kombinasi dari semuanya. Agar merek mudah dikenal masyarakat, maka penciptaan merek harus mempertimbangkan factor-faktor antara lain :

- 1) Mudah diingat
  - 2) Terkesan hebat dan modern
  - 3) Memiliki arti (dalam arti positif)
  - 4) Menarik perhatian
3. Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkusan suatu produk. Penciptaan kemasan pun harus memenuhi berbagai persyaratan, seperti kualitas kemasan, bentuk, warna, dan persyaratan lainnya.

4. Keputusan label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Didalam label harus menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kenapa dibuat, cara menggunakan waktu kadaluarsa, dan informasi lainnya.

b) Strategi harga

Besarnya harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentuan harga. Ada tiga strategi dasar dalam penentuan harga yaitu :

1. *Skimming pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.
2. *Penetration pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

3. *Status quo pricing*, yaitu penetapan harga status quo adalah harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga pesaing.

Terdapat beberapa metode penetapan harga yang sering digunakan yaitu :

1. Penetapan harga berdasarkan biaya

- 1) *Cost plus pricing*

Metode penentuan harga *cost plus pricing* menggunakan rumus :

$$\text{Harga pokok} = \text{VC} + \frac{\text{FC}}{\text{Total sales}}$$

Dimana : VC = *variable cost* (biaya variable)

FC = *fixed cost* (biaya tetap)

- 2) *Cost plus pricing* dengan *mark up*

Penetapan harga markup adalah biaya pembelian produk dari produsen ditambah sejumlah keuntungan yang diinginkan.

Harga dengan markup =  $\frac{\text{harga pokok perunit}}{(1 - \text{laba yang diinginkan})}$

2. *Break Even Pricing (BEP)* atau target pricing

*Break Even Pricing* adalah harga ditentukan berdasarkan titik impas (pulang pokok).

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC}}{\text{P} - \text{VC}} \quad \text{atau} \quad \frac{\text{FC}}{1 - \text{VC}/\text{P}}$$

3. *Percieved value pricing*

*Percieved value pricing* adalah harga ditentukan oleh kesan pembeli (persepsi) terhadap produk yang ditawarkan. Biasanya penetapan harga seperti ini berdasarkan nilai yang dipersepsikan sesuai dengan penentuan posisi produk oleh perusahaan di pasar.

- c) Strategi lokasi dan distribusi

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Dekat dengan kawasan industry
2. Dekat dengan lokasi perkantoran
3. Dekat dengan lokasi pasar
4. Dekat dengan pusat pemerintahan
5. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
6. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi
7. Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik, dan lain-lain)

Factor-faktor yang mempengaruhi strategi distribusi adalah :

1. Pertimbangan pembeli atau factor pasar
2. Karakteristik produk
3. Factor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan
- d) Strategi promosi

Sarana promosi yang yang dapat digunakan adalah :

1. Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat koran, majalah, televisi, pemasangan *billboard* di jalan strategis, dan lain-lain.

2. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Bagi perusahaan promosi penjualan dapat dilakukan melalui :

- 1) Pemberian harga khusus atau potongan harga (diskon) untuk produk tertentu.

- 2) Pemberian undian kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu.
  - 3) Pemberian cendera mata serta kenang-kenangan lainnya kepada konsumen yang loyal.
  - 4) Promosi dan penjualan lainnya.
3. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti social serta kegiatan lainnya.

4. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Dalam dunia bisnis penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh *salesman* dan *salesgirl*.

2) Aspek teknik / operasional dan teknologi

Proses produksi atau proses operasional sama seperti pada saat baru memulai satu aktivitas langkah awalnya adalah dengan mengatur sumber-sumber pokok yang terdiri dari bahan-bahan mentah, kebutuhan dan perlengkapan sehari-hari, serta kekuatan energi karena Allah SWT memulai proyeknya dengan mengatur dan menyediakan bahan-bahan pokok yang ada di langit dan bumi, seperti bahan-bahan mentah, kebutuhan-kebutuhan dan fasilitas-fasilitas perlengkapan. Seperti firman Allah SWT pada surat al-Baqarah ayat 29, yaitu:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ آسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ

وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikanNya tujuh langit. Dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu”. (Q.S Al-Baqarah: 29)

Dari sumber-sumber itu dapat merasakan adanya suhu panas, pencerahan, air, cahaya yang berwarna-warni, udara, hiasan (bintang-bintang) dan atap pelindung dari langit. Mengetahui segala sesuatu tentang aktivitasnya, agar dapat merealisasikan persiapan-persiapan yang telah ada, maka perusahaan atau organisasi harus mengetahui segala sesuatu yang berkaitan dengan proses produksi. Allah SWT memberikan perumpamaan yang bagus, setelah mengatur segala sesuatu dimuka bumi (Hasan, 2011:2-3).

Terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan analisis dalam aspek ini diantaranya adalah penentuan lokasi, penentuan luas produksi, penentuan tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik, dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi, metode persediaan, dan system informasi manajemen. Kelengkapan kajian aspek teknik/operasional sangat tergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Dengan demikian analisis ini dilakukan untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi dan tata letak (*layout*)serta kesiapan mesin-mesin dan teknologi, metode persediaan serta system informasi manajemen yang akan digunakan (Sucipto, 2011: 87).

a. Penentuan lokasi usaha

Untuk memilih lokasi tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan. Untuk mempertimbangkan lokasi yang dipilih harus disesuaikan dengan keperluan usaha, misalnya untuk lokasi pabrik, lokasi kantor pusat, lokasi kantor pemasaran, lokasi gudang, dan lainnya. Sebenarnya terdapat beberapa

pertimbangan yang harus diketahui dalam penentuan lokasi, namun pada garis besarnya terdapat pendekatan sebagai berikut (Sucipto, 2011: 89) :

a) Pendekatan berdasarkan kedekatan dengan bahan baku

Pendekatan penentuan lokasi ini didasarkan kepada bahwa sebaiknya lokasi perusahaan ditentukan didaerah bahan baku. Dengan demikian biaya angkut bahan baku dari sumbernya ke pabrik seefisien mungkin.

b) Pendekatan berdasarkan kedekatan dengan daerah pemasaran

Berdasarkan pendekatan ini, maka perusahaan harus ditempatkan di daerah pemasaran. Pertimbangannya adalah efisiensi pengangkutan hasil produksi dari pabrik ke daerah pemasaran.

b. Penentuan luas produksi/skala operasi

Skala operasi/luas produksi adalah kuantitas unit produk yang seharusnya dihasilkan pada satu periode tertentu dalam rangka mencapai optimalisasi profit. Penentuan skala produksi berkaitan dengan berapa jumlah produksi yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan mempertimbangkan kapasitas produksi dan peralatan yang dimiliki serta biaya yang paling efisien. Skala operasi dapat dilihat dari segi ekonomis, yaitu yang dilihat adalah berapa jumlah produk yang dihasilkan dalam waktu tertentu dengan biaya yang paling efisien dan segi teknis yang dilihat adalah jumlah produk yang dihasilkan atas dasar kemampuan mesin dan peralatan serta persyaratan teknis lainnya. Beberapa model/alat untuk membantu menganalisis penentuan luas produksi antara lain (Sucipto, 2011: 94):

a) Metode Break Event Point (BEP)

Formula : 
$$Q = \frac{FC}{S - VC}$$

Keterangan :

Q : Quantity

FC : Fixed Cost

S : Sales

VC : Variabel Cost

b) Metode *Marginal Cost* (MC) dan *Marginal Revenue* (MR)

Pada pendekatan ini luas produksi optimal tercapai pada saat *margin cost* (CM) sama dengan *marginal revenue* (MR).

c) Metode *Linear Programming*

Metode grafik dan metode simplek.

c. Penentuan tata letak (*layout*)

Tata letak (*layout*) adalah suatu proses dalam menentukan bentuk dan penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produksi atau operasi. *Layout* dirancang berkenaan dengan produk, proses, sumber daya manusia dan lokasi sehingga efisien operasi dapat tercapai (Sucipto, 2011: 95).

Desain tata letak juga dapat memperindah ruang, hal ini dapat dilihat dalam hadist berikut (Hasan, 2011: 90):

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

*Artinya: "Sesungguhnya Allah itu Maha Indah, dan mencintai keindahan"* (HR. Muslim: 1921 dan 1922, Abu Dawud: 3568, Ibn Majah: 58, dan Ahmad: 3600)

d. Pemilihan teknologi

Pemilihan teknologi yang akan digunakan dalam proses produksi baik barang atau jasa hendaknya disesuaikan dengan kemajuan teknologi yang terus

berkembang. Dengan demikian, kemajuan teknologi diharapkan dapat menjadikan proses produksi akan menjadi lebih efisien yang sekaligus dapat menghasilkan produktivitas tinggi. Teknologi yang digunakan selayaknya harus disesuaikan dengan lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan agar teknologi yang digunakan sesuai dengan derajat mekanisasi yang diinginkan dan manfaat ekonomi yang diharapkan (Sucipto, 2011: 101):

- a) Kesesuaian teknologi dengan bahan mentah yang digunakan
  - b) Keberhasilan pemakaian teknologi ditempat lain
  - c) Kemampuan sumber daya manusia dalam menerapkan/mengoperasikan teknologi
  - d) Kemampuan mengantisipasi perkembangan teknologi lanjutan
  - e) Besarnya biaya investasi serta biaya pemeliharaan
  - f) Peraturan pemerintah terkait dengan kebijakan ketenagakerjaan
- 3) Aspek manajemen dan organisasi

Kajian aspek manajemen dalam studi kelayakan bisnis mencakup manajemen dalam pengembangan fisik proyek dan manajemen sumber daya manusia. Kajian manajemen sumber daya manusia meliputi struktur organisasi, analisis pekerjaan, analisis jabatan, proses rekrutmen, teknik pemberian kompensasi. Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisasi dengan rapi (Sucipto, 2011: 119).

Allah berfirman dalam al-Qur'an surat ash-Shaf ayat ke 4:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَتْهُمْ بُنْيَانٌ مَرَّصُونَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh” (Q.S Ash-Shaf: 4).

عَنْ الْمُقَدِّمِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ

خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

Artinya: “Dari al-Miqdam (bin Ma’di Karib) bahwasanya Rasulullah saw. bersabda: “Tidaklah sama sekali seseorang dari kalian memakan makanan yang lebih baik daripada ia memakan hasil kerjanya sendiri. Dan sungguh Nabi Dawud as. makan dari hasil kerja tangan sendiri” (HR. Bukhari: 1930, Ibn Majah: 2129 dan Ahmad: 16552, 16560).

Islam sangat mendorong orang-orang mukmin untuk bekerja keras, karena pada hakikatnya kehidupan dunia ini merupakan kesempatan yang tidak akan pernah terulang untuk berbuat kebajikan atau sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain. Ini sekaligus untuk menguji orang-orang mukmin, siapakah diantara mereka yang paling baik dan tekun dalam bekerja (Munir, 2007:105-106).

Dalam penyusunan studi kelayakan diperlukan perencanaan yang meliputi pembentukan tim kerja, permbagian kerja, pembuatan rencana kerja, penyusunan anggaran, dan penyusunan jadwal (*Scheduling*) (Subagyo, 2007: 154).

#### a. Pemebentukan tim kerja

Sebelum kegiatan *studi* kelayakan dilakukan, langkah awal yang terlebih dahulu harus dilakukan adalah membentuk tim manajemen yang solid. Untuk menyusun studi kelayakan yang baik, tim biasanya terdiri atas beberapa orang yang ahli di bidangnya masing-masing. Jumlah tim disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan anggota yang ada. Idealnya, masing-masing aspek dibahas dan dianalisis oleh orang-orang *expert*. Sebagai contoh, pembahasan serta analisis pasar dan pemasaran dikerjakan oleh ahli *marketing* yaitu orang yang mempunyai

latar belakang pendidikan *marketing* dan berpengalaman di bidangnya. Aspek produksi disusun oleh orang berpengalaman di bidang produksi sesuai dengan objek studi yang akan dikerjakan. Jika objek studi adalah konvensi/garmen/tekstil, orang yang mempunyai pengalaman sebagai manajer produksi sangat diperlukan untuk mempertajam analisis proses produksi beserta factor-faktornya. Aspek legal memerlukan ahli hukum afar ketentuan dan peraturan serta perundang-undangan dapat diakomodasikan dalam bisnis/proyek yang akan dijalankan. Aspek keuangan, yang merupakan penialaian final dari studi kelayakan untuk menentukan apakah proyek/bisnis yang akan dijalankan menguntungkan atau tidak, memerlukan orang yang mengetahui proses dan system akuntansi serta Analisis Laporan Keuangan (ALK).

b. Pembagian kerja

Tim kerja yang sudah terbentuk terbagi menjadi dua orang tim, yaitu (1) tim pengarah dan (2) tim pelaksana. Tim pengarah merupakan pemilik ide (gagasan), bias dalam bentuk peroranga ataupun kelompok (perusahaan). Untuk perusahaan konsultan, tim pengarah ini merupakan konsultan senior yang berpengalaman, mereka bekerja untuk menyiapkan studi kelayakan itu sendiri, yang meliputi:

- a) Menyiapkan desain studi kelayakan, yang terdiri atas tim ahli atau senior konsultan.
- b) Merekomendasikan anggota tim, yang akan bergabung dalam tim pelaksana.

- c) Menghubungkan (mediasi) antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam studi kelayakan. Tim pelaksana, yang ditarik tim pengarah, bertugas melaksanakan desain studi kelayakan sebagaimana yang telah direkomendasikan tim pengarah.

c. Pembuatan rencana kerja

Rencana kerja (*action plan*) dibuat bersama-sama antara tim pengarah dan tim pelaksana untuk mendapatkan sinergi yang tinggi. Rencana kerja meliputi:

- a) Sistematika studi kelayakan
  - b) Pengumpulan data
  - c) Pengolahan data
  - d) Penyusunan laporan
- d. Penyusunan anggaran

Untuk menyusun studi kelayakan diperlukan anggaran dalam jumlah tertentu. Penyusunan anggaran disesuaikan dengan besar kecilnya objek studi kelayakan. Dana yang dibutuhkan dalam studi kelayakan, antara lain:

- a) Kantor sekertariat
- b) Peralatan kantor (*office equipment*) di antaranya meja, kursi, lemari arsip, dan sebagainya.
- c) Computer yang layak pakai, minimal Pentium 3, beserta printernya.
- d) Perlengkapan kantor, misalnya kertas HVS, pulpen, penggaris, dan sebagainya.
- e) Kendaraan operasional (motor/mobil).
- f) Biaya riset dan perolehan data, baik dari sumber primer maupun sekunder.

e. Penyusunan jadwal

Untuk menjamin tercapainya tujuan pembuatan studi kelayakan, langkah terakhir yang perlu dilakukan adalah membuat jadwal, beberapa bagian yang perlu diperhatikan dalam pembuatan jadwal adalah sebagai berikut :

- a) Kegiatan yang akan dilaksanakan, dengan skala prioritas.
  - b) Pelaksanaan dan penanggung jawab kegiatan.
  - c) Biaya yang dibutuhkan.
  - d) Target.
  - e) Waktu pelaksanaan.
  - f) Realisasi (kolom pengendalian) (Subagyo, 2007: 154).
- 4) Aspek keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara menyeluruh dan merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk dinilai kelayakannya. Dalam praktiknya pembiayaan suatu usaha bersumber dari sumber dimana yang diperoleh secara gabungan antara modal sendiri dengan modal pinjaman. Apalagi untuk usaha baru tidak mungkin memperoleh modal secara pinjaman sepenuhnya, karena belum adanya kepercayaan dari pihak investor maupun kreditor. Yang perlu diperhatikan berkaitan dengan perolehan modal adalah masa pengembalian modal dalam jangka waktu tertentu. Tingkat pengembalian ini tergantung dari perjanjian dan estimasi keuntungan yang akan diperoleh pada masa yang akan datang. Estimasi keuntungan diperoleh dari selisih pendapatan dengan biaya dalam satu periode tertentu. Besar kecilnya keuntungan sangat berperan dalam pengembalian dana

suatu usaha. Oleh karena itu perlu dibuatkan estimasi pendapatan dan biaya sebelum usaha dijalankan.

Dalam membuat estimasi pendapatan yang akan diperoleh dimasa yang akan datang perlu dilakukan perhitungan secara cermat dengan membandingkan data dan informasi yang ada sebelumnya. Begitu juga dengan estimasi biaya-biaya yang akan dikeluarkan perlu diperhitungkan secara rinci. Semua ini tentunya menggunakan asumsi-asumsi tertentu yang akhirnya akan dituangkan dalam aliran kas (*cash flow*) perusahaan selama periode usaha.

Dengan dibuatnya aliran kas perusahaan, kemudian dinilai kelayakan investasi tersebut, melalui kriteria kelayakan investasi. Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi tersebut layak atau tidak dijalankan dilihat dari aspek keuangan. Alat ukur untuk menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan kriteria investasi dapat dilakukan melalui pendekatan *Payback Period* (PP), *Average Rate of Return* (ARR), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI) (Sucipto, 2011: 167-168).

Salah satu hikmah pelarangan riba, serta pengenaan zakat 2,5% terhadap uang (walau tidak diperdagangkan) adalah untuk mendorong aktifitas ekonomi, perputaran dana sekaligus mengurangi spekulasi dan penimbunan. Hal ini merupakan kebalikan dari sistem konvensional yang memberikan bunga atas harta, islam malah menjadikan harta (*capital*) sebagai objek zakat. Artinya, sebagai obyek zakat harta tersebut harus terus dikembangkan sehingga tidak berkurang hanya untuk membayar zakat. Berbeda dengan system konvensional yang menjadikan setiap harta yang disimpan sebagai sarana untuk menambah

jumlah uang, terlepas dari dikembangkan dalam sector produktif atau tidak, atau dikembangkan dalam sector produktif namun terlepas dari produk riilnya (Munir, 2007: 63). Allah swt. berfirman:

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لَيْرَ بُؤَافِي أَمْوَافِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوْا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

*Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”. (QS. Ar-Ruum’: 39)*

Islam melarang konsumsi yang berlebihan dan penimbunan kekayaan, karenanya dana perlu diorganisasi dengan cara yang baik agar terus berkembang dan berkelanjutan. Aset tidak boleh habis dikonsumsi tetapi harus ditabung atau diinvestasikan. Jika aset terjaul tanpa diinvestasikan maka tidak akan mendapat keberkahan, sebaliknya jika diinvestasikan yang lebih baik maka yang akan diberi keberkahan dalam usahanya.

Dalam ilmu ekonomi konvensional, salah satu factor yang mempengaruhi investasi adalah suku bunga. Keputusan untuk investasi tergantung dari perbandingan antara keuntungan yang diharapkan dengan bunga. Dalam ekonomi islam, investasi tidak dipengaruhi oleh tingkat bunga, tetapi meningkatnya keuntungan yang diharapkan dan tingkat zakat atas dana yang tidak produktif.

Menurut pandangan sejumlah tokoh agama, seorang muslim yang menginvestasikan tabungannya tidak akan terkena zakat, mereka hanya berkewajiban membayar zakat atas hasil yang diperoleh dari investasinya. Sebaliknya, jika memegang harta kekayaan dalam bentuk cash atau memegang

tabungan dalam bentuk asset tidak produktif semisal deposito, pinjaman, permata yang melebihi nisab maka akan dikenakan zakat. Oleh karenanya penabung muslim akan terdorong mengarahkan tabungannya untuk investasi (Diana, 2012:117-118).

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا نَقَصَتْ صَدَقَةٌ مِنْ مَالٍ وَمَا زَادَ اللَّهُ عَبْدًا بِعَفْوٍ إِلَّا عِزًّا وَمَا تَوَاضَعَّ أَحَدٌ لِلَّهِ إِلَّا أَرْفَعَهُ اللَّهُ

*Artinya: "Dari Abu Hurairah ra bahwasanya Rasulullah saw. bersabda: "sedekah itu tidak pernah mengurangi harta seseorang, dan Allah tidak akan menambahkan kepada orang yang suka memaafkan melainkan kemuliaan, dan tidaklah seseorang yang merendahkan diri kepada Allah swt. melainkan Allah akan mengangkat derajatnya." (Muslim: 4689, Tirmidzi: 1952, Ahmad: 6908, 8647, 9268, Malik: 1590, dan Darimi: 1614).*

Hadis di atas Rasulullah saw. menerangkan bahwa harta yang disedekahkan itu tidak akan mengurangi harta, bahkan menambah. Secara lahiriyah dipandang selintas, sedekah memang mengurangi harta yang dimiliki seseorang, tetapi karena bersedekah itu merupakan manifestasi keimanan seseorang, juga bersedekah merupakan amal ketaatan yang diberi pahala, disamping mempunyai jangkauan pengaruh sosial maupun psikologis, maka pada hakekatnya sedekah itu tidak mengurangi harta yang dimiliki seseorang bahkan menambahnya (Munir, 2007: 87-88).

#### 1) *Payback Period* (PP)

Metode pengukuran *Payback Period* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu pengembalian investasi usaha peternak masyarakat Pujon dengan mengukur seberapa cepat suatu investasi kembali. Terdapat dua macam

model perhitungan yang dapat digunakan untuk menghitung masa pengembalian investasi, yaitu (Sucipto, 2011: 176) :

- a. Jika aliran kas per tahun jumlahnya sama

$$PP = \frac{\text{total investment}}{\text{Cash flow/tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

- b. Jika aliran kas tidak sama maka harus dicari satu persatu yakni :

$$PP = n + \frac{a - b}{c - b} \times 1 \text{ tahun}$$

Keterangan :

- n = tahun terakhir dimana jumlah cash flow masih belum bisa menutup *original investment*.  
 a = jumlah *original invesment*  
 b = jumlah kumulatif *cash flow* pada tahun ke n  
 c = jumlah kumulatif *cash flow* pada tahun ke n + 1

## 2) *Average Rate of Return* (ARR)

Metode *Average Rate of Return* (ARR) adalah metode yang mengukur seberapa besar tingkat keuntungan rata-rata yang diperoleh dari suatu investasi dengan cara membandingkan laba setelah pajak (EAT) terhadap investasinya (Sucipto, 2011: 175).

$$ARR = \frac{\text{Average Earning After Tax}}{\text{Average Investment}} \times 100\%$$

Apabila hasil perbandingan prosentase ARR > *return* yang disyaratkan maka usulan proyek investasi tersebut dinyatakan layak (diterima), sebaliknya jika ARR < *return* yang disyaratkan maka usulan proyek investasi tersebut dinyatakan tidak layak (Sucipto, 2011: 176).

## 3) *Net Present Value* (NPV)

Metode *Net Present Value* adalah metode yang menghitung selisih antara nilai sekarang investasi (*capital outlays*) dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (*present value of proceed*) baik dari *operational cash flow* maupun dari *terminal cash flow* pada masa yang akan datang (selama umur investasi). Keputusan tentang apakah suatu usulan proyek investasi diterima atau ditolak ditentukan oleh NPV-nya. Jika nilai sekarang menerima kas bersih lebih besar dari pada nilai sekarang investasi, atau bisa disebut nilai NPV positif, maka usulan proyek investasi tersebut dinyatakan layak (Sucipto, 2011: 177).

$$NPV = -A_0 \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1-r)^t}$$

Keterangan :

$-A_0$  = aliran kas keluar (*initial investment*)

$A_t$  = aliran kas masuk pada periode t

N = periode terakhir aliran kas yang diharapkan

#### 4) *Internal Rate of Return* (IRR)

*Internal Rate of Return* adalah tingkat bunga yang menjadikan NPV sama dengan nol, karena *present value* dari *cash flow* pada tingkat bunga tersebut sama dengan internal investasinya. Untuk menentukan suatu usulan proyek investasi dianggap layak atau tidak, dengan cara membandingkan antara IRR dengan tingkat keuntungan yang diharapkan/disyaratkan (*expected rate of return*). Perhitungan IRR dilakukan dengan cara mencari *discount rate* yang dapat menyamakan antara *present value* dari aliran kas dengan *present value* dari investasi (*initial investment*). Secara matematis tingkat *discount rate* yang

dinyatakan sebagai  $r$ , dapat diformulasikan sebagai berikut (Sucipto, 2011: 179-180):

$$A_0 = \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1-r)^t}$$

Keterangan :

$A_0$  = aliran kas keluar (*initial investment*)

$A_t$  = aliran kas masuk pada periode  $t$

Simbol  $\sum$  = aliran kas yang didiskon pada akhir tahun 0 sampai tahun ke- $t$

### 5) *Profitability Index* (PI)

Metode *Profitability Index* adalah metode yang menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerima kas bersih dimasa yang akan datang (selama umur investasi) dengan nilai sekarang investasi (*initial investment*). Rumus PI (Sucipto, 2011: 181) :

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}}{I}$$

Keterangan :

CF = *cash flow*

$i$  = *required rate of return*

$I$  = *initial investment*

## 2.2.2 Peternakan Susu Sapi Perah

### 2.2.2.1. Peternakan Sapi Perah

Ternak perah merupakan ternak yang mempunyai fungsi prinsip sebagai penghasil susu. Diantara ternak perah, sapi perah merupakan penghasil susu yang

sangat dominan dibanding ternak perah lainnya dan sangat besar kontribusinya dalam memenuhi kebutuhan konsumsi bagi manusia (Makin, 2011: 1).

Usaha peternakan sapi perah adalah salah satu usaha yang sangat menjanjikan dan peluangnya masih terbuka secara luas. Dukungan pemerintah untuk mencerdaskan bangsa yaitu dengan adanya gerakan minum susu secara nasional yang telah mulai dijalankan di beberapa daerah, turut menunjang usaha peternakan sapi perah sebagai salah satu usaha yang perlu dikembangkan. Mengingat besarnya potensi yang dimiliki Indonesia untuk pengembangan usaha sapi perah (Nurdin, 2011: 1).

Peternakan susu adalah salah satu jenis usaha di bidang peternakan yang mengusahakan produksi susu, biasanya dari sapi susu, namun juga bisa bersumber dari hewan lain seperti kambing, domba, unta, dan kerbau yang bisa langsung diolah di tempat, dikirimkan ke pabrik pengolahan susu, atau dijual secara langsung ke masyarakat. Kebanyakan peternakan susu sapi menjual sapi jantan yang baru lahir, biasanya untuk dipelihara yang kemudian dipotong sebagai daging sapi muda (veal) atau sebagai sumber benih sapi susu. Kebanyakan peternakan susu juga menumbuhkan atau mencari bahan pakan mereka sendiri, terutama rumput dan daun dan batang jagung. Bahan pakan ini bisa diberikan secara langsung ke sapi atau disimpan dan difermentasikan sebagai silase untuk diberikan kemudian.

Peternakan susu telah menjadi bagian dari pertanian sejak ribuan tahun yang lalu, awalnya muncul sebagai usaha pemeliharaan skala kecil dan tersebar di berbagai tempat. Dalam perkembangannya selama ratusan tahun, peternakan yang

dikhususkan untuk memproduksi susu mulai bermunculan. Peternakan susu skala besar ketika itu hanya dikembangkan ketika ada permintaan susu dalam jumlah besar atau jika susu bisa diolah menjadi produk yang lebih tahan lama, seperti keju, mentega, krim, dan sebagainya. Peternakan susu tersentralisasi berkembang di sekitar desa dan pinggir kota di mana tumbuh bahan pakan sapi dan ruang untuk menggembalakan sapi. Petani bisa memelihara sapi dalam skala kecil untuk diperah susunya sebagai konsumsi keluarga sendiri, penghasil pupuk kandang, dan sumber tenaga penggerak. Kebanyakan peternak melakukan pemerahan susu di dalam ruangan dua kali sehari, di dalam kandang. Pemberian pakan dapat dilakukan ketika pemerahan. Penggembalaan sapi saat ini sulit ditemukan, kecuali di daerah pedesaan di mana masih terdapat padang rumput atau wilayah alam terbuka luas (<https://id.wikipedia.org>).

#### **2.2.2.2. Susu Sapi Perah**

Susu didefinisikan sebagai sekresi fisiologis dari kelenjar susu merupakan makanan sumber utama protein, kalsium, fosfor, dan vitamin. Kuantitas dan kualitas susu berbeda antar spesies dan bangsa. Demikian juga antarbangsa dalam spesies yang sama mempunyai karakteristik masing-masing, baik dalam besar dan postur, tubuh, warna bulu, sifat produksi, reproduksi dan ciri-ciri lainnya, sehingga nampak jelas perbedaannya (Makin, 2011: 1).

Sapi susu atau sapi perah adalah sapi yang dikembangbiakan secara khusus karena kemampuannya dalam menghasilkan susu dalam jumlah besar. Sapi susu adalah varietas dari spesies *Bos taurus*. Dalam sejarahnya, sapi penghasil susu dan sapi pedaging tidak memiliki perbedaan mencolok, dengan

induk yang sama dapat digunakan untuk menghasilkan sapi yang menghasilkan susu (sapi betina) maupun daging (umumnya sapi jantan). Saat ini, pengembang biakan sapi lebih terspesialisasi dengan seleksi buatan untuk mendapatkan sapi varietas khusus yang mampu menghasilkan susu dalam jumlah besar.

Sapi susu dapat digembalakan oleh petani maupun dipelihara di dalam kandang secara komersial, dalam usaha peternakan susu. Ukuran peternakan dan jumlah sapi susu dapat bervariasi tergantung luas kepemilikan lahan dan struktur sosial. Di Selandia Baru, jumlah kepemilikan sapi susu rata-rata 375 ekor per peternak. Di Australia, jumlah kepemilikan sapi susu rata-rata adalah 220 ekor per peternak. Di Inggris, terdapat dua juta ekor sapi susu dengan rata-rata kepemilikan 100 ekor. Di Amerika Serikat, jumlah kepemilikan sapi bervariasi antara selusin hingga 15000 ekor. Sedangkan di Indonesia, kepemilikan sapi susu rata-rata hanya 4 ekor per peternak.

Mempertahankan periode laktasi, sapi susu harus beranak. Tergantung kondisi pasar, sapi susu dapat dikawinkan dengan pejantan dari ras yang sama dengan sapi susu dengan harapan untuk mendapatkan betina penghasil susu, atau dengan pejantan sapi pedaging. Jika didapatkan sapi betina penghasil susu yang produktif, dapat dipertahankan untuk dijadikan generasi pengganti sapi susu yang telah tua. Jika didapatkan sapi betina non-produktif atau sapi jantan, maka dapat dijadikan sapi pedaging. Peternak dapat memilih untuk membesarkannya sendiri, atau dijual ke penggemukan sapi. Sapi muda juga dapat disembelih untuk mendapatkan daging sapi muda. Peternak sapi susu umumnya mulai melakukan inseminasi buatan pada sapi betina di usia 13 bulan dengan masa kehamilan

sekitar sembilan bulan. Anak sapi yang baru lahir dipisahkan segera dari induknya, umumnya setelah tiga hari karena hubungan antara anak sapi dan induknya dapat bertambah intens seiring dengan berjalannya waktu sehingga pemisahaannya dapat menyebabkan stress bagi induk sapi.

Sapi dapat hidup hingga usia 20 tahun, namun sapi yang dibesarkan untuk diperah jarang sekali dipertahankan hingga usia tersebut, karena ketika sapi perah tidak produktif, akan disembelih. Pada tahun 2009, setidaknya 19% stok daging yang disuplai oleh Amerika Serikat berasal dari sapi susu yang tidak produktif. Selain karena tidak lagi produktif, sapi susu yang sudah tua rentan terhadap penyakit seperti mastitis yang dapat mempengaruhi kualitas susu yang dihasilkan.

Di India dan Nepal, masyarakat penganut agama Hindu memuja sapi sehingga menyembelihnya dapat dikategorikan sebagai sebuah dosa. Penyembelihan sapi dilarang di sebagian besar India dan menjadi masalah yang dipertentangkan di wilayah yang diizinkan. Sapi susu yang tidak produktif dapat terlihat berkeliaran di jalanan kota dan dibiarkan begitu saja karena mereka akan meninggal karena sakit atau usia lanjut. Beberapa organisasi hindu membangun rumah singgah khusus sapi yang disebut dengan Goshala untuk tempat peristirahatan terakhir.

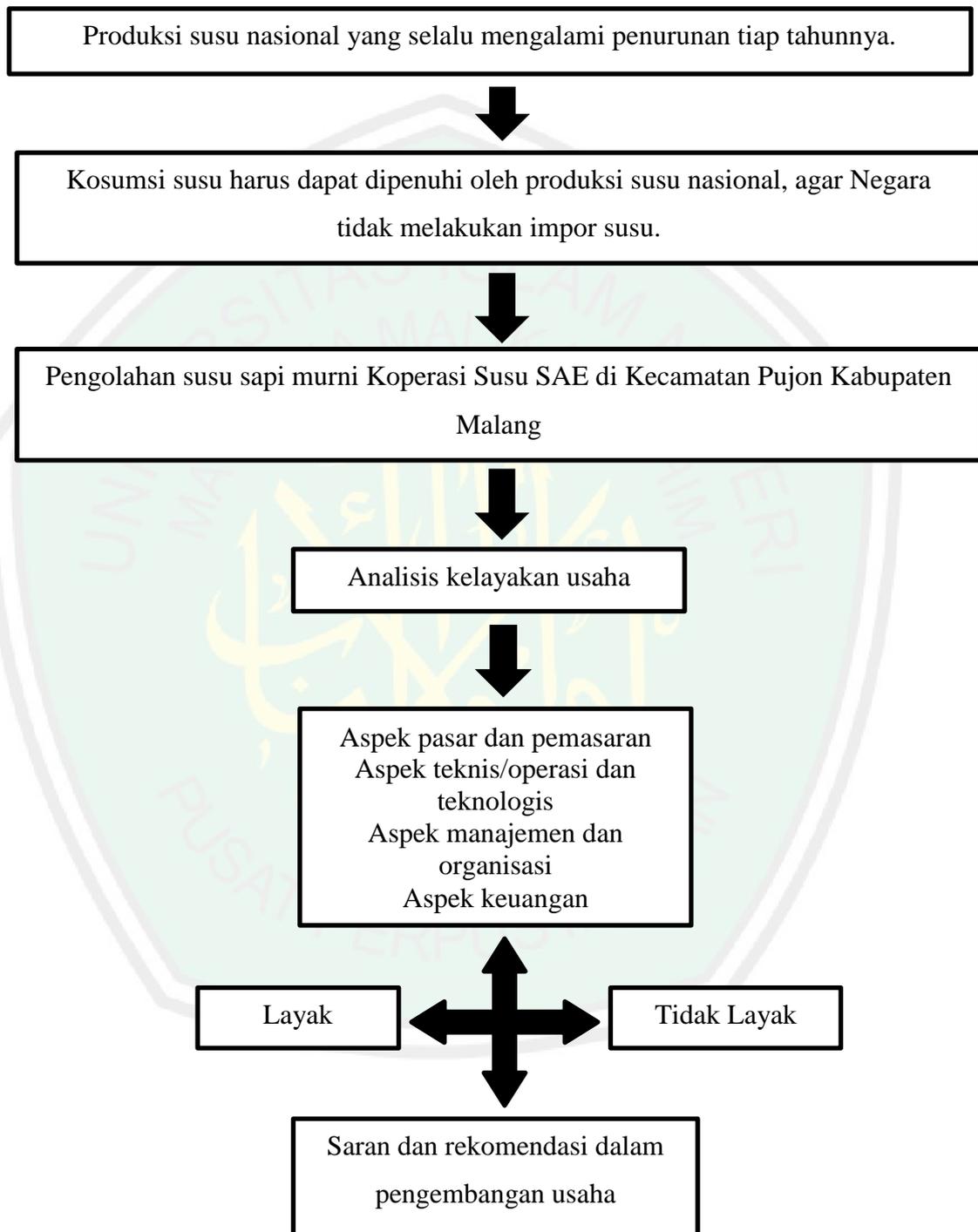
Nutrisi berperan penting dalam menjaga kesehatan sapi. Pemberian nutrisi yang tepat dapat meningkatkan produksi dan performa reproduksi sapi. Nutrisi yang dibutuhkan dapat berbeda-beda tergantung pada usia dan tahap pertumbuhan sapi. Hijauan, terutama rerumputan dan jerami merupakan jenis pakan yang paling banyak digunakan. Serealia seperti barley banyak digunakan sebagai pakan

tambahan di berbagai negara beriklim sedang karena merupakan sumber protein, energi, dan serat yang baik.

Pemenuhan kadar lemak pada tumbuh sapi penting dalam menjaga produktivitas susu. Sapi yang terlalu gemuk atau terlalu kurus dapat menimbulkan masalah pada kesehatannya maupun sistem reproduksinya. Pemberian suplemen lemak diketahui dapat menguntungkan masa laktasi sapi. Suplemen lemak yang dimaksud terutama asam oleat yang ditemukan pada minyak kanola, asam palmitat yang ditemukan pada minyak sawit, dan asam linoleat yang ditemukan pada biji kapas, bunga matahari, dan kedelai. Pemberian suplemen lemak yang tepat juga dapat meningkatkan usia harapan hidup sapi.

Pemanfaatan produk samping suatu usaha budi daya tanaman merupakan salah satu cara dalam mengurangi biaya pemberian pakan. Namun jenis pakan yang diberikan tidak bisa sembarangan karena dapat menyebabkan penyakit. Daun jagung, daun kedelai, dan daun singkong dapat dijadikan pakan tambahan bagi sapi, di mana kesemuanya merupakan produk samping pembudidayaan tanaman pertanian. Daun singkong memiliki kandungan protein kasar sebanyak 28.66 persen, lebih tinggi dibandingkan kadar protein rumput gajah yang hanya 13.13 persen (<https://id.wikipedia.org>).

### 2.3 Kerangka Berfikir



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif ditujukan pada pembentukan teori substantive berdasarkan konsep-konsep yang timbul dari data empiris. Dalam penelitian kualitatif peneliti merasa “ tidak tahu mengenai apa-apa yang hendak diketahuinya”, sehingga desain penelitian yang dikembangkan selalu merupakan kemungkinan yang terbuka akan berbagai perubahan yang diperlukan dan lentur terhadap kondisi yang ada di lapangan pengamatannya (Suryani dkk., 2015: 111). Dalam konteks ilmu ekonomi, penelitian kualitatif ekonomi menunjuk pada penyelidikan tentang kehidupan ekonomi (masyarakat, perusahaan, Negara, dan lain sebagainya), sejarah perkembangan maupun kemunduran ekonomi, berbagai tindakan seseorang pelaku ekonomi ataupun kebijakan entitas bisnis (Leksono, 2013: 19).

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif, penelitian jenis ini dilakukan pada taraf atau kadar kajian dan analisis semata-mata ingin mengungkapkan suatu gejala atau pertanda dan keadaan sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif secara garis besar merupakan kegiatan penelitian yang hendak membuat gambaran atau mencoba mencandra suatu peristiwa atau gejala secara sistematis, factual dengan penyusunan yang akurat (Supardi, 2005: 27-28). Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan

pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi (Narbuko dkk., 2012: 44).

### **3.2 Objek Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang. Kecamatan Pujon merupakan kecamatan penghasil susu murni, karena di daerah Kecamatan Pujon keadaan alam yang ada di daerahnya sangat mendukung untuk pengembangan usaha ternak. Selain lahannya yang luas dengan rerumputan, iklim dinginnya juga sangat mendukung untuk keberlangsungan hidup sapi perah. Di Kecamatan Pujon terdapat Koperasi yang bertugas mengelola peternakan susu sapi yaitu Koperasi Susu SAE. Koperasi Susu SAE sangat berperan terhadap hasil ternak susu sapi di Kecamatan Pujon, sehingga objek penelitian ini adalah Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang.

### **3.3 Subyek Penelitian**

Subyek penelitian adalah benda, hal atau orang tempat variable penelitian melekat (Arikunto, 2005: 99). Subyek penelitian ini adalah :

- 1) Bpk. Samsu Madyan sebagai Ketua Bagian Personalia dan Ibu Sumaiya sebagai Koordinator Akuntansi.
- 2) Bpk. Karyono bagian laboratorium.
- 3) Peternak di Kabupaten Pujon yang terdiri dari :
  - a. Dua orang peternak, dan,
  - b. Satu orang ketua kelompok.

### 3.4 Data dan Jenis Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Lofland, 1984 dalam Moleong, 2013: 157). Data menurut cara memperolehnya, yaitu (Suryani dan Hendryadi, 2015: 171) :

1. Data primer, adalah data yang dikumpulkan dan dioleh sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya. Data primer diperoleh peneliti dari wawancara langsung kepada manajer Koperasi Susu SAE. Serta melakukan observasi langsung dan dokumentasi langsung di Koperasi Susu SAE Kecamatan Pujon. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Kondisi pesaing yang potensial mempengaruhi penjualan dan harga susu sapi murni.
- 2) Segmentasi pasar yang dipilih oleh koperasi.
- 3) Factor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan produksi.
- 4) Penentuan harga yang dapat bersaing.
- 5) Saluran distribusi penjualan hasil susu sapi murni.
- 6) Media yang digunakan dalam promosi.
- 7) Melihat factor-faktor yang mempengaruhi dalam penentuan lokasi usaha dan pemilihan teknologi.
- 8) Proses produksi.
- 9) Perkembangan produksi peternak masyarakat Pujon.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka data primer yang dibutuhkan dalam penelitian diperoleh dari :

- 1) Manajer Koperasi Susu SAE
- 2) Bagian Laboratorium
- 3) Peternak di Kabupaten Pujon yang terdiri dari :
  - c. Dua orang peternak dan,
  - d. Satu orang ketua kelompok.
2. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi Koperasi Susu SAE.

Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Struktur Organisasi Koperasi Susu SAE
- 2) *Job Description* Koperasi Susu SAE
- 3) Laporan Laba Rugi Koperasi Susu SAE
- 4) Laporan Arus Kas Koperasi Susu SAE

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini akan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu metode wawancara, metode observasi, dan metode dokumentasi.

#### **1. Metode Wawancara**

Wawan cara (*interview*) adalah tanya jawab atau pertemuan dengan seseorang untuk suatu pembicaraan. Metode wawancara dalam konteks ini berarti proses memperoleh suatu fakta atau data dengan melakukan komunikasi langsung (tanya jawab secara lisan) dengan responden penelitian, baik secara temu wicara

atau menggunakan teknologi komunikasi (jarak jauh). Dalam wawancara ini ada dua belah pihak yang berinteraksi yaitu yang bertanya disebut dengan *interviewer* (pewawancara) dan *interviewee* (yang diwawancarai atau dalam penelitian disebut dengan responden).

Pada metode wawancara ini peneliti menggali dan mengumpulkan data penelitian melakukan pertanyaan dan atau pernyataan secara lisan untuk dijawab oleh responden (subyek) penelitian. Peneliti mencatat apa yang dijawab oleh responden penelitian sebagai data penelitian yang dapat dihimpun atau diperoleh dalam kegiatan pengumpul data. Pencatatan hasil wawancara harus dilakukan secara sempurna agar kualitas hasil penelitian menjadi kenyataan, mengingat data yang diperoleh hanya dalam bentuk catatan atau berita acara yang disusun oleh peneliti sendiri (Supardi, 2005: 121-122).

## 2. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan, perhatian atau pengawasan. Metode pengumpulan data dengan observasi artinya mengumpulkan data atau menjanging data dengan melakukan pengamatan terhadap subyek dan atau obyek penelitian secara seksama (cermat dan teliti) dan sistematis. Peneliti melakukan pencatatan secara seksama dan sistematis terhadap apa dan bagaimana serta pertanyaan-pertanyaan yang lainnya yang dilihat, didengar maupun dirasakan terhadap subyek/obyek yang diamati tersebut (Supardi, 2005: 136).

## 3. Metode Dokumentasi

Penjangingan data dengan metode ini, adalah peneliti mencari dan mendapatkan data-data primer dengan melalui data-data dari prasasti-prasasti,

naskah-naskah kearsipan (baik dalam bentuk barang cetakan maupun rekaman), data gambar/foto/blue print dan lain sebagainya. Adanya data tersebut, maka peneliti akan dapat memecahkan masalah penelitian sekaligus usaha membuktikan hipotesis penelitian (Supardi, 2005: 138).

### 3.6 Analisis Data

Aspek-aspek yang digunakan dalam penelitian ini adalah aspek pasar dan pemasaran, aspek teknik/operasional dan teknologi, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan.

#### 1. Aspek pasar dan pemasaran

Kajian aspek pasar dan pemasaran dilakukan secara deskriptif dengan metode statistik yaitu dengan analisis *Trend*, Regresi, model linier yang sesuai, dan strategi pemasaran yang digunakan (Sucipto, 2011: 19). Kajian aspek pasar adalah untuk melihat apakah terdapat potensi pasar dan peluang pasar atas produk/jasa yang akan diluncurkan di masa yang akan datang. Aspek pasar dapat dikatakan layak apabila Koperasi susu sapi murni di Kecamatan Pujon mempunyai potensi dan peluang pasar yang menguntungkan terhadap produk yang akan diluncurkan.

Sedangkan kajian aspek pemasaran berkaitan dengan bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam rangka meraih sebagian pasar potensial atau peluang pasar yang ada. Dengan kata lain seberapa besar *market share* (pangsa pasar) yang ditentukan dapat diraih sangat bergantung pada penerapan strategi pemasaran yang dipilih (Sucipto, 2011: 47). Aspek pemasaran dapat dikatakan layak apabila strategi pemasaran Koperasi Susu SAE dapat meraih sebagian besar pangsa pasar yang telah ditentukan.

## 2. Aspek teknik/operasional dan teknologi

Analisis data yang dilakukan untuk aspek ini adalah *judgement* yang terdiri dari analisis biaya, *layout*, metode transportasi dan model lain yang sesuai (Sucipto, 2011: 19). Terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan analisis dalam aspek ini diantaranya adalah penentuan lokasi, penentuan luas produksi, penentuan tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi, metode persediaan, dan system informasi manajemen. Kelengkapan kajian aspek teknik/operasional sangat tergantung pada jenis usaha yang dijalankan (Sucipto, 2011: 87). Aspek teknik/operasional dan teknologi dikatakan layak apabila semua kelengkapan produksi memudahkan perusahaan untuk melakukan proses produksi, maupun dalam proses pemasarannya.

## 3. Aspek manajemen dan organisasi

Teknik analisis data untuk aspek manajemen dan organisasi adalah dilakukan secara *judgement* yang meliputi jenis pekerjaan, urutan-urutan pengerjaan, lama waktu dan biaya masing-masing pekerjaan, analisis jabatan, struktur organisasi, dan model lain yang sesuai (Sucipto, 2011: 19).

Kajian manajemen sumber daya manusia meliputi *job analisis*/analisis pekerjaan, perencanaan, rekrutmen, seleksi, kompensasi, pelatihan, pengembangan karier, dan pemutusan hubungan kerja. Kajian organisasi untuk melakukan analisis tentang asas-asas organisasi, bentuk organisasi, dan struktur organisasi (Sucipto, 2011: 146). Aspek manajemen dan organisasi dikatakan layak

apabila sumber daya manusia yang ada sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan organisasi perusahaan dapat dijalankan dengan baik.

#### 4. Aspek keuangan

Analisis data untuk aspek keuangan dengan cara *judgement* yang terdiri dari analisis sumber dan penggunaan dana, penentuan kebutuhan dana, penentuan biaya modal, kriteria penilaian investasi (Sucipto, 2011: 19).

Alat ukur untuk menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan kriteria investasi dapat dilakukan melalui pendekatan *Payback Period* (PP), *Average Rate of Return* (ARR), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Profitability Index* (PI) (Sucipto, 2011: 168).

##### 1) *Payback Period* (PP)

Metode pengukuran *Payback Period* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu pengembalian investasi usaha peternak masyarakat Pujon dengan mengukur seberapa cepat suatu investasi kembali. Terdapat dua macam model perhitungan yang dapat digunakan untuk menghitung masa pengembalian investasi, yaitu (Sucipto, 2011: 176) :

- c. Jika aliran kas per tahun jumlahnya sama

$$PP = \frac{\text{total investment}}{\text{Cash flow/tahun}} \times 1 \text{ tahun}$$

- d. Jika aliran kas tidak sama maka harus dicari satu persatu yakni :

$$PP = n + \frac{a - b}{c - b} \times 1 \text{ tahun}$$

Keterangan :

n = tahun terakhir dimana jumlah cash flow masih belum bisa menutup *original investment*.

- a = jumlah *original investment*
- b = jumlah kumulatif *cash flow* pada tahun ke n
- c = jumlah kumulatif *cash flow* pada tahun ke n + 1

## 2) *Average Rate of Return (ARR)*

Metode *Average Rate of Return (ARR)* adalah metode yang mengukur seberapa besar tingkat keuntungan rata-rata yang diperoleh dari suatu investasi dengan cara membandingkan laba setelah pajak (EAT) terhadap investasinya (Sucipto, 2011: 175).

$$ARR = \frac{\text{Average Earning After Tax} \times 100\%}{\text{Average Investment}}$$

Apabila hasil perbandingan prosentase  $ARR > \text{return}$  yang disyaratkan maka usulan proyek investasi tersebut dinyatakan layak (diterima), sebaliknya jika  $ARR < \text{return}$  yang disyaratkan maka usulan proyek investasi tersebut dinyatakan tidak layak (Sucipto, 2011: 176).

## 3) *Net Present Value (NPV)*

Metode *Net Present Value* adalah metode yang menghitung selisih antara nilai sekarang investasi (*capital outlays*) dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (*present value of proceed*) baik dari *operational cash flow* maupun dari *terminal cash flow* pada masa yang akan datang (selama umur investasi). Keputusan tentang apakah suatu usulan proyek investasi diterima atau ditolak ditentukan oleh NPV-nya. Jika nilai sekarang menerima kas bersih lebih besar dari pada nilai sekarang investasi, atau bisa disebut nilai NPV positif, maka usulan proyek investasi tersebut dinyatakan layak (Sucipto, 2011: 177).

$$NPV = -A_0 \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1-r)^t}$$

Keterangan :

$-A_0$  = aliran kas keluar (*initial investment*)

$A_t$  = aliran kas masuk pada periode t

N = periode terakhir aliran kas yang diharapkan

#### 4) *Internal Rate of Return* (IRR)

*Internal Rate of Return* adalah tingkat bunga yang menjadikan NPV sama dengan nol, karena *present value* dari *cash flow* pada tingkat bunga tersebut sama dengan internal investasinya. Untuk menentukan suatu usulan proyek investasi dianggap layak atau tidak, dengan cara membandingkan antara IRR dengan tingkat keuntungan yang diharapkan/disyaratkan (*expected rate of return*). Perhitungan IRR dilakukan dengan cara mencari *discount rate* yang dapat menyamakan antara *present value* dari aliran kas dengan *present value* dari investasi (*initial investment*). Secara matematis tingkat *discount rate* yang dinyatakan sebagai r, dapat diformulasikan sebagai berikut (Sucipto, 2011: 179-180):

$$A_0 = \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1-r)^t}$$

Keterangan :

$A_0$  = aliran kas keluar (*initial investment*)

$A_t$  = aliran kas masuk pada periode t

Simbol  $\sum$  = aliran kas yang didiskon pada akhir tahun 0 sampai tahun ke-t

#### 5) *Profitability Index* (PI)

Metode *Profitability Index* adalah metode yang menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerima kas bersih dimasa yang akan datang (selama umur investasi) dengan nilai sekarang investasi (*initial investment*). Rumus PI (Sucipto, 2011: 181) :

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}}{I}$$

Keterangan :

CF = *cash flow*

I = *required rate of return*

I = *initial investment*

## BAB IV

### PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Letak dan Keadaan Geografi Daerah Penelitian

Kecamatan Pujon merupakan salah satu dari 33 Kecamatan yang ada di Kabupaten Malang. Wilayah Kecamatan Pujon terletak  $\pm$  29 Km. arah barat Ibukota Kabupaten Malang yang dikelilingi oleh perbukitan dan gunung, antara lain : Gunung Biru, Gunung Argowayang, Gunung Gentong Growah, Gunung Dworowati, Gunung Kukusan, Gunung Parangklakah, Gunung Kawi, Gunung Cemoro Kandang, dan Gunung Anjasmoro. Luas Wilayah Kecamatan Pujon adalah 13.075,144 Ha / 130.76 Km. dan mempunyai ketinggian 1.100 di atas permukaan laut, dengan batas-batas wilayah :

1. Sebelah Utara : Kabupaten Mojokerto
2. Sebelah Timur : Kota Batu
3. Sebelah Selatan : Kabupaten Blitar
4. Sebelah Barat : Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang

Kondisi Fisik Geografi Kecamatan Pujon memiliki wilayah, sebagai berikut :

1. Datar sampai berombak : 40 %
2. Berombak sampai berbukit : 30 %
3. Berbukit sampai bergunung : 30 %

Suhu minimum 18 °C dan suhu maksimum 20 °C serta memiliki rata-rata curah hujan 21.400 mm / tahun.

#### 4.1.2 Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Kondisi Demografis penduduk Kecamatan Pujon 64.594 jiwa, terdiri dari:

1. Laki – laki : 32.600 jiwa
2. Perempuan : 31.994 jiwa

Dengan perkembangan penduduk rata-rata 0,1 % pertahun dan kepadatan penduduk rata-rata 210/Km<sup>2</sup> dan jumlah Kepala Keluarga sebanyak 18.569 KK.

Perekonomian di wilayah Kecamatan Pujon cukup stabil dengan penghasilan rata-rata masyarakat cukup tinggi dengan mata pencaharian penduduk terdiri dari :

1. Petani : 28.957 orang
2. Buruh tani : 7.894 orang
3. Pengusaha : 223 orang
4. Pengrajin : 820 orang
5. Buruh Bangunan : 373 orang
6. Buruh Pekebunan : 175 orang
7. Pedagang : 1.225 orang
8. Pegawai Negeri : 875 orang
9. ABRI : 623 orang
10. Peternak : 5.941 orang
11. Lain-lain : 7.488 orang

Letak geografis dan bentuk wilayah sangat berpengaruh pada produktifitas tanah di wilayah Kecamatan Pujon yang menghasilkan hasil bumi ( sayur mayur ) yang sangat berpotensi dengan perincian sebagai berikut :

1. Tanah Sawah : 910,10 Ha.
2. Tanah Tegalan : 2.276,00 Ha.
3. Tanah Perkebunan : 14,00 Ha.
4. Tanah Hutan : 21.671,00 Ha.
5. Lain-lain : 48,55 Ha.

Sesuai dengan potensi wilayah Kecamatan Pujon, maka andalan perekonomian masyarakat Pujon adalah hasil pertanian (sayur mayur) didukung oleh peran serta Gapoktan dan klompok tani dan hasil peternakan yaitu susu sapi segar yang tergabung dalam wadah koperasi, dalam hal ini Koperasi SAE yang bergerak di bidang persusuan.

#### **4.1.3 Sejarah Koperasi Susu SAE Pujon**

Susu sapi segar adalah salah satu yang dihasilkan dari kecamatan Pujon yang didapatkan dari sapi perah. Peternakan sapi di daerah yang berhawa dingin di Malang itu sudah ada sejak tahun 1900-an. Peternakan sapi di Pujon secara garis besar sudah ada pada tahun 1910. Hal ini dibuktikan dengan adanya foto bertahun 1910 yang menunjukkan sebuah *vemarkt* atau pasar yang khusus menjual sapi dan kambing. Orang yang pertama kali berternak sapi perah atau *milkchray* adalah Pokert dan Swarhuten. Lokasi perternakan dari orang Belanda itu berada di sekitar lapangan Pujon Lor sekarang. Di saat itu, banyak penduduk setempat yang bekerja sebagai karyawan sapi perah di dua orang Belanda itu. Dari sapi perah itu, Pujon mampu memberikan suplai kepada hotel-hotel yang ada di kota Batu yang di saat itu sudah terkenal sebagai tempat peristirahatan.

Di tahun 1942, saat Jepang menyerang Indonesia. Peternakan itu diambil alih dan digunakan oleh Jepang. Tidak lama kemudian saat Jepang kalah, penduduk setempat mendapatkan sapi-sapi itu dan dirawat dirumahnya sendiri-sendiri. Sayang di saat itu para penduduk masih belum tahu cara memasasarkannya, Peternak masih memelihara sapi sendiri-sendiri dan pemerah sapi sendiri-sendiri, dan tidak ada lembaga yang menaungi. Setelah itu berkembang, sekitar tahun 1960-an baru pertama kali ada seorang yang menghimpun susu. Untuk pertama kali penghasilan susu di Pujon dihimpun oleh Pak Tasripin.

Pada tahun 1962 koperasi SAE berdiri dengan beranggotakan 22 orang. Dengan jumlah sapi 35 ekor, dan produksi sekitar 50 liter untuk pertama kali. Koperasi Susu Sinau Andandani Ekonomi atau disingkat Kop SAE memang sesuai namanya untuk memperbaiki ekonomi rakyat Pujon. Pada tanggal 30 Oktober 1962 tepatnya koperasi berdiri, dan yang menjadi kepala koperasi yang pertama kali adalah Pak Uyoso. Untuk pertama kali kepengurusan, selama 3 tahun untuk satu periode.

Dalam perjalanannya, tahun 1968-1969 koperasi mengalami jatuh bangun. Pada 1970 dalam rangka menyelamatkan kopeasi dilaksanakan Rapat Anggota Luar Biasa (RALB). Kenapa dilakukan RALB Karena pada saat itu situasinya sedang goyah dan tidak menentu serta kondisinya tidak stabil, akhirnya dilaksanakan Rapat Anggota Luar Biasa. Pada saat itu mengangkat ketua baru yaitu Pak Aji Kalam Kerto Raharjo, beliau adalah pemimpin koperasi yang membawa perkembangan yang sangat pesat pada koperasi hingga saat ini. Sejak

saat itu perodesasi kepengurusan tidak lagi 3 tahun melainkan 5 tahun untuk satu periode kepengurusan.

Pada tanggal 1 Januari 1975 koperasi melakukan kerja sama, penandatanganan MOU (Memorandum Of Understanding) dengan PT. Nestle. Mulai saat itu pemasaran susu koperasi SAE kepada PT. Nestle. Sebelum pemasaran kepada PT Nestle, koperasi telah memasarkan produknya ke pasar local, yaitu malang.

## **4.2 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.2.1 Aspek Pasar dan Pemasaran**

Pasar pertama yang dituju oleh koperasi Susu SAE untuk menjual produknya adalah pasar local, hingga saat ini pasar local tersebut selalu dipertahankan.

#### **a. Ramalan Permintaan dan Produksi**

Konsumsi susu murni merupakan bahan makanan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap manusia. Kesadaran akan pentingnya susu untuk tubuh harus ditingkatkan agar masyarakat Indonesia dapat memenuhi kebutuhan gizi dalam tubuh. Secara tidak langsung kebutuhan konsumsi susu akan semakin besar, dan produksi susu harus dapat memenuhi permintaan tersebut. Berikut ini adalah rata-rata konsumsi susu dan produksi susu di Indonesia pada tahun 2011-2015:

**Tabel 4.1**  
**Rata-Rata Konsumsi dan Produksi Susu Perkapita Serta Peluang**  
**Pasar(liter) padaTahun 2011-2015**

Tahun	Konsumsi	Produksi	Peluang
2011	7,143	3,18	3,963
2012	6,621	3,4	3,221
2013	6,987	3,3	3,687
2014	7,503	2,67	4,833
2015	7,614	2,68	4,934
Jumlah	35,868	15,23	20,638

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa produksi susu yang tersedia masih kurang memenuhi konsumsi susu yang ada. Terlihat bahwa terdapat 20,638 liter susu yang belum dapat dipenuhi oleh produksi susu di Indonesia. Dimana selama ini konsumsi susu dipenuhi oleh impor. Sehingga terdapat adanya peluang yang cukup besar dalam memperluas produksi susu. Terdapat kesempatan usaha yang luas untuk usaha susu murni agar kebutuhan susu di Indonesia dapat dipenuhi oleh produk susu dalam negeri.

Peluang untuk beberapa tahun kedepan dapat dilakukan perhitungan ramalan permintaan dan ramalan produksi untuk melihat banyaknya susu yang tersedia di dalam negeri. Untuk melihat ramalan permintaan susu dan produksi susu pada 4 tahun kedepan maka akan dilakukan perhitungan menggunakan *time series* (runtut waktu). Dengan menggunakan metode ini kecenderungan permintaan dimasa yang akan datang diwujudkan dalam bentuk garis lurus. Fungsi persamaan dari metode ini adalah:  $Y = a + bx$

**Tabel 4.2**  
**Peramalan Permintaan Susu untuk Empat Tahun Kedepan (liter)**

Tahun	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
2011	-2	7,143	4	-14,286
2012	-1	6,621	1	-6,621
2013	0	6,987	0	0
2014	1	7,503	1	7,503
2015	2	7,614	4	15,228
Jumlah	0	35,868	10	1,824

$$a : \frac{35,868}{5} = 7,1736$$

$$b : \frac{1,824}{10} = 0,1824$$

Sehingga fungsi persamaannya adalah :

$$Y = 7,1736 + 0,1824 X$$

Jadi ramalan permintaan susu untuk 4 tahun kedepan adalah :

$$Y_{2016} = 7,1736 + 0,1824 (3) = 7,7208$$

$$Y_{2017} = 7,1736 + 0,1824 (4) = 7,9032$$

$$Y_{2018} = 7,1736 + 0,1824 (5) = 8,0856$$

$$Y_{2019} = 7,1736 + 0,1824 (6) = 8,268$$

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa masih terdapat peningkatan permintaan susu untuk 4 tahun kedepan.

**Tabel 4.3**  
**Peramalan Produksi Susu Empat Tahun Kedepan (liter)**

Tahun	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
2011	-2	3,18	4	-6,360
2012	-1	3,4	1	-3,400
2013	0	3,3	0	0,000
2014	1	2,67	1	2,670
2015	2	2,68	4	5,360
Jumlah	0	15,23	10	-1,730

$$a : \frac{15,23}{5} = 3,046$$

$$b : \frac{-1,730}{10} = -0,173$$

Sehingga fungsi persamaannya adalah :

$$Y = 3,046 + (-0,173) X$$

Jadi, ramalan produksi susu untuk 4 tahun kedepan adalah :

$$Y_{2016} = 3,046 + (-0,173) (3) = 2,527$$

$$Y_{2017} = 3,046 + (-0,173) (4) = 2,354$$

$$Y_{2018} = 3,046 + (-0,173) (5) = 2,181$$

$$Y_{2019} = 3,046 + (-0,173) (6) = 2,008$$

Perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa produksi susu yang dihasilkan oleh peternak untuk empat tahun kedepan akan mengalami penurunan. Sehingga diperlukan adanya pengembangan usaha pengolahan susu sapi murni.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka dapat diketahui besarnya peluang pasar untuk empat tahun kedepan, yaitu :

**Tabel 4.4**  
**Ramalan Permintaan dan Produksi Susu Perkapita Serta Peluang Pasar (liter) pada Tahun 2016-2019**

Tahun	Ramalan Permintaan	Ramalan Produksi	Peluang Pasar
2016	7,7208	2,527	5,1938
2017	7,9032	2,354	5,5492
2018	8,0856	2,181	5,9046
2019	8,268	2,008	6,260

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dilihat bahwa peluang pasar yang ada untuk empat tahun kedepan masih mengalami peningkatan yang cukup besar. Sedangkan ramalan produksi mengalami penurunan, sehingga pada keadaan ini harus dilakukan pengembangan usaha pengolahan susu sapi murni agar

permintaan pasar dapat dipenuhi. Melihat besarnya peluang pasar yang ada maka usaha pengolahan susu sapi murni akan memberikan keuntungan yang cukup besar.

Terdapat banyaknya peluang usaha dalam bidang susu sapi murni ini maka terdapat banyak kesempatan untuk membuka dan mengembangkan usaha jual beli susu sapi murni tersebut. Seperti pada ayat dibawah ini yang menjelaskan bahwa Allah telah menyuruh hambanya untuk membuka usaha jual beli atau perdagangan yang sesuai dengan syariat islam.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya :” Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian “. (QS. An-Nisa ayat 29)*

#### **b. Pesaing**

Kecamatan Pujon merupakan kecamatan yang mempunyai produksi susu terbanyak di Kabupaten Malang. Produksi tersebut yang terhimpun di dalam Koperasi SAE telah di kelola oleh koperasi dengan baik sehingga dapat bertahan sampai saat ini.Koperasi SAE sangat mempunyai peran yang besar dalam perkembangan produk susu dari peternak di Kecamatan Pujon. Dalam pemasaran produk susu telah menghadapi beberapa pesaing.

Pesaing yang muncul beberapa bulan yang lalu adalah melonjaknya harga daging sapi yang sangat mempengaruhi penjualan susu sapi. Harga daging sapi

yang mengalami peningkatan beberapa bulan yang lalu telah memberikan akibat yang negative terhadap peternak susu. Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah :

*“Akibat melonjaknya harga daging yang terjadi pada beberapa bulan yang lalu, banyak peternak yang memilih untuk menyembelih sapi dan menjual dagingnya, karena bagi mereka lebih menguntungkan (Karyono, 4 Pebruari 2017)”*.

Harga daging sapi yang sangat menggiurkan membuat para peternak sapi perah beralih menjual daging sapi. Hal ini sangat dirasakan oleh pihak koperasi selaku sebagai penghimpun susu di Kecamatan Pujon.

#### 1. Ancaman Pendetang

Data hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pengurus koperasi SAE mengenai pesaing adalah sebagai berikut:

*“Tidak ada pesaing yang mempengaruhi penjualan produksi susu murni Koperasi SAE. Selama koperasi dapat memberikann hak-hak dengan baik kepada para anggota dan juga dapat bekerja sama dengan baik maka tidak akan ada masalah (Samsu, 11 Januari 2017).”*

Wawancara tersebut menjelaskan bahwa tidak ada pesaing di daerah tempat usaha yang memberikan pengaruh negatif terhadap Koperasi Susu SAE.

Sedangkan di daerah pemasaran terdapat pesaing yang potensial. Salah satu daerah pemasaran Koperasi Susu SAE adalah PT Nestle. Pemasok susu sapi murni kepada PT Nestle dari berbagai daerah yaitu diantaranya dari Pasuruan, Kediri, Tulung Agung, Blitar, dan lainnya. Karena melihat pemasok susu ke PT Nestle tidak hanya dari Koperasi Susu SAE saja, akan tetapi dari berbagai macam daerah lainnya, maka Koperasi Susu SAE harus dapat mempertahankan kerja

samanya dengan PT Nestle. Sehingga Koperasi Susu SAE harus dapat menjaga kepercayaan dari pihak PT Nestle agar kerja sama yang terjalin dapat berjalan dengan baik.

## 2. Ancaman Produk Pengganti

Data wawancara yang dilakukan peneliti kepada pengurus koperasi adalah:

*“Tidak ada produk pengganti yang mungkin mengancam eksistensi produk koperasi sae(Samsu, 11 Januari 2017).”*

Tidak adanya keberadaan ancaman pesaing yang potensial maka, memperkecil adanya produk pengganti. Hingga saat ini tidak ada produk pengganti yang mampu menggantikan produksi susu murni Koperasi Susu SAE Kecamatan Pujon.Koperasi Susu SAE Pujon juga telah melakukan inovasi dalam upaya pengembangan produknya.

### c. Segmentasi Pasar

#### 1. Segmentasi Pasar Konsumen

Pasar konsumen Koperasi Susu SAE adalah semua kalangan. Produk susu yang diproduksi oleh Koperasi, baik produk olahan maupun produk untuk susu sapi murni dijual kepada semua konsumen. Karena mengingat bahwa produksi susu sangat dibutuhkan oleh setiap manusia. Pemasaran yang dijangkau oleh koperasi sampai saat ini adalah pasar local, yaitu di daerah Malang Raya.

#### 2. Segmentasi Pasar Industri

Segmentasi pasar industry yang dilakukan oleh Koperasi Susu SAE adalah berdasarkan demografik, yaitu :

##### a) Jenis Industri

Koperasi Susu SAE memilih perusahaan manufaktur yang memiliki peralatan yang lebih baik dalam pengolahan susu. Selain hal tersebut Koperasi Susu SAE lebih memilih perusahaan yang mempunyai target pemasaran yang jelas.

b) Besar Perusahaan

Koperasi Susu SAE memasarkan produknya kepada perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang cukup besar dan pemasarannya dapat mencapai pasar internasional. Serta perusahaan yang dapat memberikan keuntungan yang cukup besar baik finansial maupun nonfinansial. Upaya tersebut dilakukan agar Koperasi Susu SAE dapat terus mengembangkan usaha ternak rakyat.

c) Lokasi Perusahaan

Lokasi pabrik perusahaan harus dekat dengan Kecamatan Pujon, karena mengingat bahwa produk yang dijual oleh Koperasi adalah susu sapi murni yang memiliki sifat sensitive sehingga harus dijaga kualitasnya. Hal tersebut menjadi pertimbangan Koperasi karena jika pabrik terlalu jauh dengan tempat bahan baku (Kecamatan Pujon) maka akan mempengaruhi kualitas susu. Jika lokasi perusahaan dekat dengan tempat bahan baku, maka produksi susu tidak akan terlalu lama dalam perjalanan menuju pabrik pengolahan susu, sehingga kualitas susu dapat dipertahankan. Akan tetapi jika pabrik terlalu jauh dan produk susu murni terlalu lama diperjalanan maka kualitas susu akan menurun. Lokasi pabrik yang semakin dekat dengan tempat bahan baku, maka kualitas susu yang dihasilkan akan semakin baik.

Perusahaan yang memenuhi segmentasi berdasarkan demografik adalah PT. Nestle. Koperasi Susu SAE telah melakukan kerjasama dengan PT. Nestle mulai dari tahun 1975 sampai sekarang.

#### **d. Bauran Pemasaran**

##### **1. Produk**

Koperasi Susu SAE merupakan Koperasi untuk mengelola hasil peternakan rakyat yang berupa susu sapi murni. Berdirinya Koperasi Susu SAE karena banyaknya peternak yang terdapat di Pujon. Berdasarkan hal tersebut maka produksi Koperasi Susu SAE adalah susu sapi murni. Terdapat dua macam produk yang dikeluarkan oleh Koperasi dari susu sapi murni tersebut.

1. Pertama, adalah produk susu sapi murni yang dijual kepada perusahaan, yang akan diolah kembali. Perusahaan yang dimaksud adalah PT. Nestle.
2. Kedua, adalah produk olahan dari susu murni tersebut, yaitu yogurt dan pesturisasi.

Produk yang dikeluarkan dari susu olahan merupakan bentuk inovasi yang dilakukan oleh Koperasi. Produk olahan ini dipasarkan di daerah Malang, atau disebut dengan pasar local. Produk olahan yang dikeluarkan oleh Koperasi telah memberikan dampak yang baik bagi perkembangan usaha Koperasi.

Data hasil wawancara mengenai produk adalah sebagai berikut :

*“Produk yang kami keluarkan sudah sesuai dengan permintaan konsumen. Sejauh ini tidak ada yang mengeluhkan mengenai produk yang telah dikeluarkan oleh koperasi. Untuk pemasaran produk kepada PT Nestle hingga saat ini tidak ada complain apapun mengenai produk koperasi, karena dengan terjalinnya kerja sama yang baik dan komunikasi*

*yang baik dapat meminimalisir kemungkinan adanya produk yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen (Samsu, 11 Januari 2017).”*

Berdasarkan wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, produk olahan telah sesuai dengan keinginan konsumen, karena produk olahan ini banyak dicari dan dipesan oleh konsumen. Selama produk ini dikeluarkan penjualannya memberikan dampak yang baik bagi Koperasi. Selain hal tersebut, kerjasama yang saling menguntungkan yang dilakukan oleh Koperasi Susu SAE dengan PT. Nestle dapat memberikan profit yang besar bagi Koperasi. PT. Nestle juga ikut memberikan pengarahan langsung kepada para peternak yang tergabung di Koperasi Susu SAE. Adanya peran serta yang dilakukan PT. Nestle tersebut, maka tidak ada protes ataupun complain jika produk susu tidak sesuai dengan kapasitas yang seharusnya. Hal tersebut karena PT. Nestle ikut memantau dalam perkembangan peternak dan proses produksi serta ikut andil dalam upaya-upaya pengembangan usaha.

Pembagian bahan baku susu murni kepada PT. Nestle dan produk olahan, persentasenya adalah 97% hasil susu murni dijual atau disetor ke PT. Nestle. Karena PT. Nestle merupakan partai terbesar yang memiliki pangsa pasar internasional, sehingga persentasenya lebih besar. Sedangkan, 3% hasil susu murni untuk bahan baku produk olahan yang dikembangkan oleh Koperasi.

## 2. Harga

System penentuan harga yang diberikan Koperasi Susu SAE kepada peternak yang menyetor hasil susu adalah dengan melihat kualitas susu yang dihasilkan oleh peternak. Semakin baik kualitas susu yang dihasilkan maka harga akan semakin tinggi. Ukuran kualitas susu tersebut akan diukur sesuai dengan

standar yang berlaku. Sedangkan system penentuan harga untuk PT. Nestle adalah dengan TS (Total Solit). Berikut adalah data wawancara untuk penentuan harga :

*“Penentuan harga jual ditentukan oleh kualitas dengan TS (total solit). Ada standart nasional tentang kualitas untuk menentukan harga susu. Pihak yang menentukan harga jual adalah PT Nestle, akan tetapi pihak koperasi juga mengetahui standart harga jual yang digunakan oleh PT Nestle. Sehingga keputusan penentuan harga yang diberikan adalah keputusan yang telah disepakati bersama (Samsu, 11 Januari 2017).”*

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa strategi yang digunakan Koperasi Susu SAE dalam penentuan harga adalah *skimming pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.

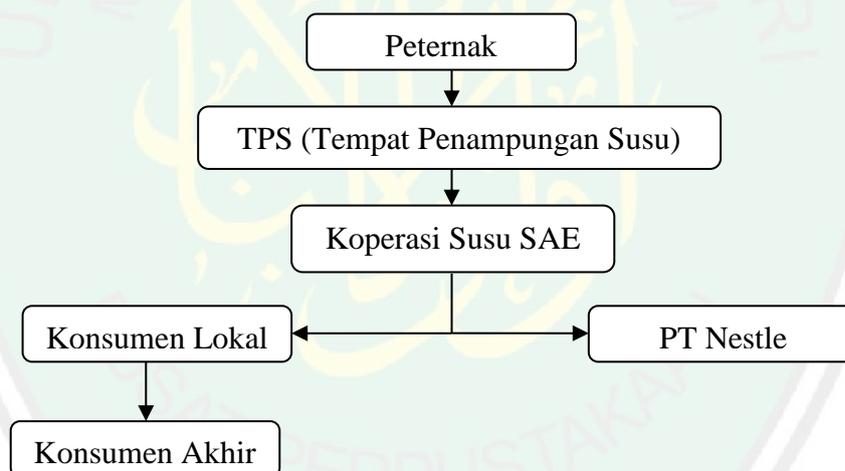
### 3. Distribusi (Place)

Pendistribusian susu sapi dari peternak ke Koperasi melalui TPS (Tempat Penampungan Susu). Masing-masing Desa terdapat TPS, bahkan TPS juga ada disetiap Dusun. Pada tiap-tiap TPS terdapat satu orang penanggung jawab atau yang disebut dengan ketua kelompok. Ketua kelompok akan bertanggungjawab atas hasil perahan susu di TPS. Ketua kelompok akan bertanggungjawab mengantarkan setiap sampel untuk diuji di pabrik. Setelah peternak selesai pemerahan susu sapi murni maka akan disetor ke TPS, di tempat tersebut susu akan dilakukan pengujian. Setelah semua lolos uji, maka susu akan dimasukkan ke mesin pendingin. Setelah dimasukkan ke dalam mesin pendingin untuk beberapa saat, setelah itu akan diangkut ke pabrik Koperasi Susu SAE. Kemudian di pabrik akan dilakukan pengujian kembali untuk memastikan kualitas susu. Jika semua telah lolos pengujian maka susu akan dikirim ke pasar local dan PT. Nestle.

Sedangkan pendistribusian susu dari Koperasi kepada konsumen dengan cara pengangkutan menggunakan truk dan langsung diantar ke konsumen. Berikut ini adalah data wawancara distribusi susu :

*“Untuk pendistribusian pasar local langsung ke konsumen, dengan pengangkutan menggunakan truk. Dari koperasi akan diantarkan langsung ke konsumen pada malam hari, sehingga sampai pada konsumen pagi hari (Samsu, 11 Januari 2017).”*

Pendistribusian kepada PT. Nestle dilakukan dua kali sehari, yaitu pagi dan sore hari. Pengantaran susu menggunakan truk pengangkut susu. Dibawah ini adalah bagan saluran distribusi penjualan susu murni di Kabupaten Pujon :



#### 4. Periklanan

Koperasi Susu SAE tidak melakukan promosi dalam penjualan produknya.

Data hasil wawancara adalah sebagai berikut :

*“Pertama kali sebelum kerja sama kepada PT Nestle, menjalin komunikasi dengan rekan rekan yang ada di Malang, dari situ maka berkembang dan dikenal oleh banyak kalangan. Dapat dikatakan mulut ke mulut. Koperasi tidak melakuakn promosi menggunakan media, baik cetak maupun*



dapat menghasilkan susu murni yang baik manfaatnya jika diolah dengan mesin-mesin yang baik. Firman Allah :

وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ ۗ صُنِعَ اللَّهُ الَّذِي أَنْتَنَ كُلَّ شَيْءٍ ۗ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ

*Artinya: “Dan kamu lihat gunung-gunung itu, kamu sangka dia tetap di tempatnya, padahal ia berjalan sebagai jalannya awan. (Begitulah) perbuatan Allah yang membuat dengan kokoh tiap-tiap sesuatu; sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (An-Naml: 88)*

Ayat di atas mengingatkan kepada manusia semua tentang hasil temuan teknologi-teknologi terbaru tidak lepas dari kekuasaan Allah, karena tanpa kebesaran Allah tidak akan tercipta mesin-mesin yang modern. Sehingga mesin-mesin tersebut harus digunakan dengan sebaik mungkin dalam meningkatkan kehidupan.

#### **a. Penentuan Lokasi**

Produk yang dikeluarkan oleh Koperasi Susu SAE adalah susu sapi murni yang memiliki sifat sangat sensitive maka hal tersebut sangat mempengaruhi dalam penentuan lokasi usaha. Data hasil wawancara penentuan lokasi usaha adalah sebagai berikut :

*“Dalam pertimbangan pemilihan lokasi pabrik harus dekat dengan pasar dan bahan baku. Dulu pabrik PT Nestle di Surabaya, jika terletak di Surabaya terlalu beresiko. Kerena jarak yang terlalu jauh dengan Pujon dikhawatirkan akan mengalami kemacetan terlalu lama dalam perjalanannya yang akan mengakibatkan kuliatas susu menjadi berkurang. Sehingga pabrik PT Nestle sekarang berada di Pasuruan,*

*selain agar lebih dekat dengan lokasi bahan baku, tetapi juga agar lebih dekat dengan pasar (Samsu, 11 Januari 2017).”*

Berdasarkan hal tersebut penentuan lokasi usaha untuk usaha susu sapi murni, menggunakan pendekatan berdasarkan kedekatan bahan baku dan kedekatan dengan pasar. Alasan yang mendasari hal tersebut adalah sifat susu yang sensitive mengharuskan produksi susu harus dekat dengan bahan baku dan pasar. Sehingga jika usaha ini didirikan dekat dengan bahan baku dan pasar maka produksi susu akan segera diolah dan dijual kepada konsumen dengan kualitas yang baik. Semakin dekat kedua factor tersebut maka semakin baik pula kualitas susu yang akan dihasilkan.

Koperasi Susu SAE didirikan karena adanya peternak susu sapi di Kecamatan Pujon. Guna untuk mengelola hasil ternak agar lebih terorganisasi dan lebih dikembangkan lagi, maka didirikanlah Koperasi Susu SAE yang dapat menghimpun hasil ternak susu sapi di Kecamatan Pujon. Koperasi Susu SAE terletak di Jln. Brigjen Abdul Manan Wijaya 16, Pujon, Malang, Jawa Timur. Koperasi didirikan di Kecamatan Pujon karena dekat dengan bahan baku dan masyarakat penghasil susu sapi murni.

Pasar terdekat dari Pujon adalah Kota Malang dan Pasuruan. Sehingga produksi susu murni dijual ke daerah Malang dan Perusahaan yang berada di Pasuruan. Koperasi Susu SAE memilih menjual produk susu murni nya ke pasar local yaitu Malang dan perusahaan yang ada di Pasuruan yaitu PT. Nestle karena pasar tersebut dekat dengan Kecamatan Pujon. Seperti yang telah disebutkan diatas, bahwa semakin dekat daerah pemasaran dengan tempat bahan baku, maka akan semakin baik pula kualitas susu yang akan dihasilkan. Pemasaran yang

dilakukan di Malang merupakan pemasaran local, untuk pemasan local ini yang dijual adalah susu murni dan produk olahan susu yang dikeluarkan oleh Koperasi Susu SAE sendiri. Sedangkan prodak yang dijual ke PT. Nestle adalah susu sapi murni.

Berikut ini analisis factor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi untuk usaha peternakan susu sapi murni Koperasi Susu SAE adalah :

a) Kedekatan dengan pasar atau konsumen yang potensial dimana tempat produk akan dijual.

b) Kedekatan dengan sumber bahan baku utama.

c) Ketersediaan tenaga kerja. Ketersediaan tenaga kerja yang ada di Pujon mampu memenuhi kebutuhann yang diperlukan Koperasi Susu SAE dalam mengolah dan mengelola hasil produksi susu sapi dari masyarakat Pujon. Dalam melakukan uji kualitas susu sapi dapat dilakukan karyawan Koperasi dengan baik dan benar. Selain itu juga terbukti bahwa tenaga kerja yang ada di Koperasi mempu mengembangkan pemasaran prodak susu sapi hingga dapat bekerjasama dengan PT. Nestle dalam kurun waktu yang lama.

d) Ketersediaan sarana dan prasarana transprotasi. Koperasi Susu SAE menggunakan transportasi truk pengangkut susu khusus untuk pengangkutan susu dari TPS menuju Koperasi dan truk pengangkutan susu ke tempat pemasarannya. Sarana jalan raya untuk pengangkutan susu telah tersedia sarana yang memadai, seperti jalanan aspal yang masih bagus dan baik.

e) Sikap masyarakat. Sejak didirikannya Koperasi Susu SAE masyarakat sangat mendukung dengan pendirian koperasi tersebut. Karena mereka merasa

terbantu dalam mengembangkan hasil ternak sapi perahnya. Terbukti hingga saat ini koperasi masih tetap dapat mempertahankan hasil peternak sapi murni.

f) Kondisi iklim. Kecamatan Pujonterletak pada ketinggian 1.100 di atas permukaan laut, dan mempunyai suhu minimum 18 °C dan suhu maksimum 20 °C serta memiliki rata-rata curah hujan 21.400 mm / tahun. Kondisi Fisik Geografi Kecamatan Pujon memiliki wilayah, sebagai berikut :

Datar sampai berombak : 40 %

Berombak sampai berbukit : 30 %

Berbukit sampai bergunung : 30 %

Kecamatan Pujon termasuk daerah yang berada di dataran tinggi, sehingga suhu udaranya dingin. Hal tersebut sangat mendukung sekali untuk dikembangkannya usaha peternakan. Keadaan alam di Kecamatan Pujon sangat memungkinkan sekali jika dipergunakan untuk memelihara sapi perah.

#### **b. Pemilihan Teknologi**

Peralatan yang digunakan oleh koperasi adalah peralatan untuk melakukan uji kualitas susu murni dari peternak. Alat uji yang digunakan oleh koperasi merupakan peralatan modern dan telah memenuhi standart atau SOP (Standart Operasional Prosedur). Data wawancara mengenai teknologi adalah :

*“Peralatan yang digunakan sudah memenuhi standart, sudah sesuai dengan standart operasional prosedur (SOP). Seperti standart kebersihan dan standar lain yang diterapkan sudah sesuai dengan SOP yang berlaku (Samsu, 11 Januari 2016).”*

Berdasarkan peralatan yang digunakan maka tenaga kerja yang dibutuhkan untuk produksi susu sapi harus mempunyai pengetahuan yang baik dalam

pengoperasian peralatannya. Koperasi memberikan pelatihan kepada calon karyawannya terutama pada bagian mesin produksi agar tidak terjadi kesalahan dalam proses produksi. Hal tersebut adalah upaya koperasi agar tenaga kerja yang tersedia mampu mengoperasikan teknologi atau peralatan yang digunakan dalam produksi.

Beberapa peralatan yang digunakan adalah sebagai berikut :



**Gambar 4.1 Solut Tester (alat untuk mengukur kegumpalan)**



**Gambar 4.2 Laktodensimeter (alat untuk mengukur berat jenis)**



**Gambar 4.3 Packo (alat pendingin)**



**Gambar 4.4 Neogon (untuk menguji antibiotic)**



**Gambar 4.5 MBRT (Meclean Blue Reduct Time) alat untuk uji kebersihan**



**Gambar 4.6 Sentripus (alat untuk uji lemak)**



**Gambar 4.7 Truk (alat untuk mengangkut susu dari TPS ke Koperasi)**



**Gambar 4.8 Truk (alat untuk mengangkut susu dari koperasi ke konsumen)**

Pemeliharaan mesin-mesin tersebut dilakukan sebulan sekali. Sedangkan pengadaan mesin dilakukan tiap lima tahun sekali.

### **c. Produksi**

Rencana produksi Koperasi Susu SAE adalah sebanyak 110.000 liter perhari sedangkan koperasi saat ini telah memproduksi 84.000 liter perhari, sehingga kenaikan produksi yang harus ditambahkan perharinya adalah 26.000 liter. Berdasarkan pengembangan tersebut maka peralatan yang mendukung proses produksi harus dapat menampung banyaknya produksi yang akan

dikeluarkan. Ada beberapa alat yang harus diperhatikan kapasitasnya, diantaranya adalah :

#### 1. Alat Pendingin (Packo)

Koperasi Susu SAE telah mempunyai 40 buah packo, dan masing-masing packo tersebut mempunyai kapasitas sebesar 2500 liter. Seluruh packo tersebut jika diakumulasikan dapat menampung susu murni sebanyak 100.000 liter dalam sekali produksi. Sedangkan Koperasi Susu SAE dalam sehari melakukan produksi sebanyak dua kali sehingga dalam sehari packo tersebut dapat menampung hasil produksi maksimum sebesar 200.000 liter susu murni. Sedangkan saat ini packo tersebut setiap harinya digunakan untuk menampung susu sebanyak 84.000 liter, maka masih terdapat banyak ruang untuk menambah produksi sebanyak 26.000 liter.

#### 2. Truk

Truk pengangkut susu murni di Koperasi Susu SAE adalah sebanyak 11 kendaraan. Dari jumlah truk tersebut keseluruhannya dapat menampung 76.000 liter susu murni dalam satu kali produksi. Sedangkan, Koperasi dalam sehari melakukan produksi sebanyak dua kali, sehingga dalam sehari truk-truk tersebut dapat mengangkut sebanyak 152.000 liter susu murni. Sedangkan saat ini truk-truk tersebut dalam satu hari mengangkut 84.000 liter susu, maka truk-truk tersebut masih dapat mengangkut produksi susu jika produksi susu ditambah sebanyak 26.000 liter perharinya.

Peternakan rakyat yang ada di Kecamatan Pujon adalah peternakan yang dimiliki oleh perseorangan, sapi perah yang di ambil susunya adalah milik warga

Pujon. Koperasi sebagai tempat penampung susu murni berkewajiban untuk mengelola hasil peternakan masyarakat Pujon. Tidak hanya dalam hal memprosesnya menjadi produk yang siap jual tetapi juga memasarkannya. Proses produksi susu dari peternak hingga penerimaan susu kepada koperasi adalah :

- a) Peternak memerah sendiri dengan ketentuan yang telah ditentukan oleh koperasi dan dengan bimbingan dari koperasi.

Upaya koperasi agar hasil susu perah dapat memberikan kualitas yang baik adalah dengan cara memberikan arahan kepada para peternak. Koperasi berperan aktif dalam membimbing peternak dalam perawatan dan pemeliharaan sapi perah. Sebelum susu sampai pada Koperasi peternak diwajibkan memberikan hasil susu berkualitas terbaik, sehingga hal ini memberi kewajiban pula kepada Koperasi untuk terus memberikan bimbingan dalam hal peternakan.

- b) Pengumpulan ke TPS (Tempat Penampungan Susu)

Semua hasil perahan susu sapi dari masyarakat disetorkan ke TPS sebelum dikirimkan ke Koperasi. Setiap desa terdapat TPS yang akan mengumpulkan susu dari masyarakat dua kali dalam sehari, yaitu tiap pagi dan sore hari. Setor pagi hari yaitu jam 4 pagi, sedangkan untuk sore hari jam 3 sore. Terkadang satu desa lebih dari satu TPS karena terdapat beberapa dusun, maka tiap dusun terdapat satu TPS. Penanggung jawab atau coordinator tiap TPS adalah ketua kelompok. Ketua kelompok mempunyai tugas untuk mengumpulkan hasil perahan susu sapi dari masyarakat, mencatat hasil masing-masing perorang, melakukan beberapa tes untuk hasil susu sapi untuk mencari tahu apakah susu sapi mempunyai kualitas yang sesuai dengan ketentuan atau tidak, dan memberikan sampel susu setiap pagi

dan sore kepada koperasi. Jika hasil perahan susu sapi dari masyarakat tidak memiliki kualitas yang baik maka susu akan dikembalikan. Beberapa pengujian yang dilakukan oleh ketua kelompok di TPS adalah :

1. Uji organolektip, yaitu pengujian bau, rasa, dan warna.
  2. Menguji kegumpalan susu menggunakan alat solut tester. Jika terdapat gumpalan besar pada susu maka susu tersebut mempunyai kualitas tidak baik. Mungkin susu telah diperas sudah jauh-jauh hari sehingga terdapat gumpalan besar yang mengakibatkan kualitas susu menurun. Jenis susu yang seperti itu akan dikembalikan kepada peternak.
  3. Untuk mengukur berat jenis menggunakan laktodensimeter. Dalam pengujian ini suhu yang harus dipenuhi pada susu adalah untuk pagi  $24^{\circ}\text{C}$  –  $29,5^{\circ}\text{C}$  dan sore hari  $27,5^{\circ}\text{C}$  –  $34^{\circ}\text{C}$ . Penentuan suhu ini tiap TPS berbeda-beda.
  4. Setelah melalui pengujian tersebut susu ditimbang dan dilakukan penyaringan. Hasil susu dari peternak ditimbang untuk dilaporkan kepada koperasi. Penyaringan susu dilakukan agar kotoran-kotoran setelah pemerahan tidak ikut tercampur kedalam susu.
  5. Setelah disaring susu akan dimasukkan ke pendingin, yaitu packo. Pendinginan dilakukan selama 1-1,5 jam. Suhnya  $4^{\circ}\text{C}$  tidak boleh lebih.
- c) Kemudian proses selanjutnya pengangkutan susu ke kantor pusat produksi menggunakan truk.

Kantor pusat produksi akan melakukan uji kembali kepada susu setoran dari TPS yang dibawa oleh ketua kelompok. Pengujian yang dilakukan adalah :

1. Uji Antibiotik (AB)
2. Uji Fat (lemak)
3. Uji berat jenis (untuk kolektif)
4. Uji MBRT (Meclean Blue Reduct Time)

d) Setelah semua susu lolos pengujian tersebut, maka langkah selanjutnya adalah mengirim susu kepada konsumen dengan menggunakan truk khusus untuk mengangkut susu.

Berdasarkan aspek teknik / operasional dan teknologi yang telah dipaparkan di atas, usaha pengolahan susu sapi murni Koperasi Susu SAE layak untuk dikembangkan.

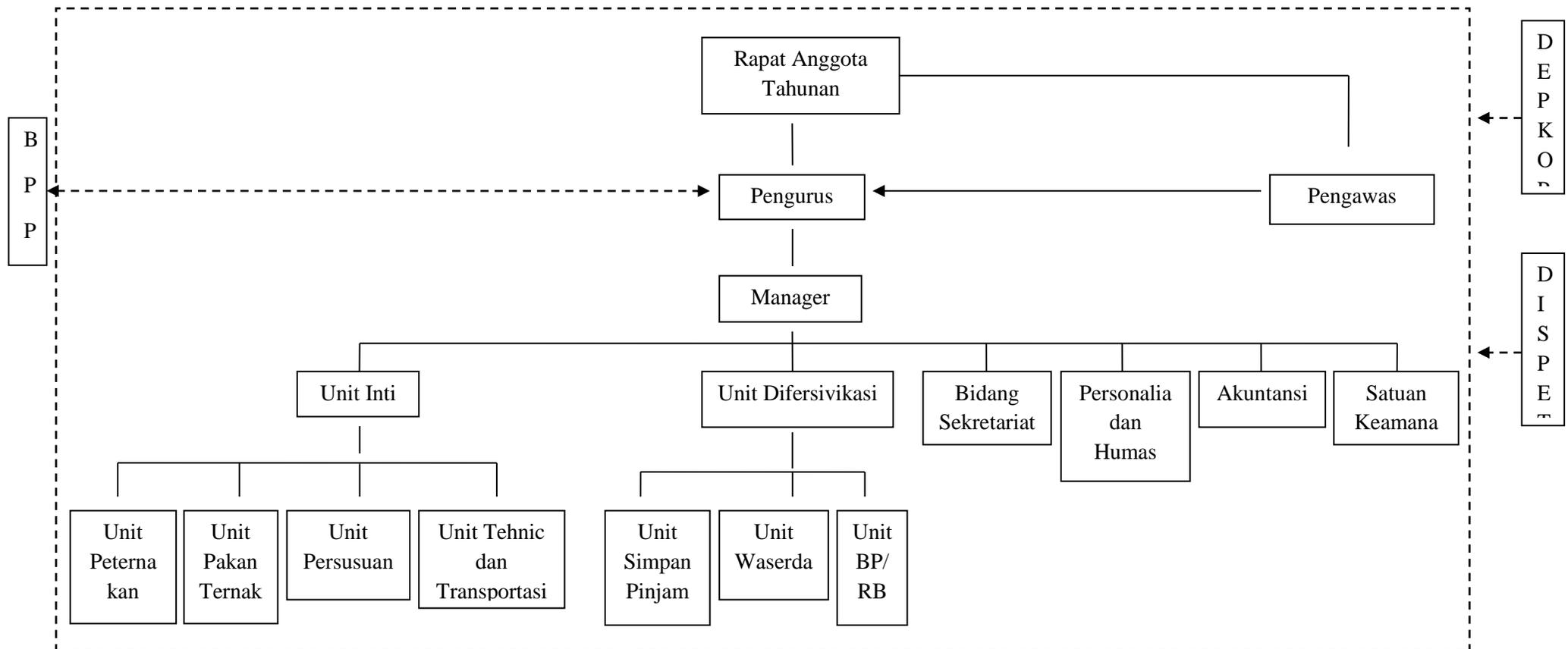
#### 4.2.3 Aspek Manajemen dan Organisasi

##### a. Struktur Organisasi

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بُنِينَ مَرَّصُونَ

*Artinya: “Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh” (Q.S Ash-Shaf: 4).*

Sesuai dengan ayat tersebut, pengorganisasian di Koperasi Susu SAE telah terorganisasi dengan teratur. Organisasi yang teratur akan lebih memudahkan dalam operasionalnya, sehingga akan memberikan kinerja yang lebih baik. Dibawah ini akan dijelaskan mengenai pengorganisasian Koperasi Susu SAE. Susunan pengurus yang terdapat di Koperasi Susu SAE adalah sebagai berikut :



- Keterangan :
- = Garis batas lingkup organisasi yang menjadi kewenangan organisasi Koperasi "SAE" Pujon
  - = Garis yang merupakan petunjuk penguasaan atau memberi kekuasaan atau pendelegasian tugas dan wewenang
  - = Garis koordinasi yang bersifat umum dan mengarah pada kepentingan ekstern yang berfungsi sebagai pelindung dan pengayom
  - = Garis pengawas
  - = Garis pembinaan yang meliputi organisasi, administrasi, dan teknis

Sedangkan personil organisasi adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Personil Organisasi**

No.	UNIT	PERSONAL		TOTAL
		Job/Jabatan	Jumlah	
1.	ADMINISTRASI (Kantor Pusat)  1.1 SUB. UNIT WASERDA  1.2 SUB. UNIT SATPAM  1.3 SUB. UNIT SIMPAN PINJAM  1.4 SUB. UNIT BKIA / BP / RB	- Manajer	1 orang	
		- Kabag. Personalia/Humas	1 orang	
		- Kasir	1 orang	
		- Juru Buku	2 orang	
		- Administrasi	1 orang	
		- Sekretariat	1 orang	
		- Komputer	6 orang	
		- Tukang Kebun	3 orang	
		- Staf Kantor	2 orang	
	- Ka. WASERDA	1 orang		
	- Kasir	2 orang		
	- Pramuniaga	2 orang		
			5 orang	
	- Ka. SATPAM	1 orang		
	- Anggota SATPAM	27 orang		
			28 orang	
	- Ka. Simpan Pinjam	1 orang		
	- Staf	4 orang		
			5 orang	
	- Kabag.	1 orang		
	- Staf Perawat / Sopir	9 orang		
			10 orang	
2.	PETERNAKAN	- Ka. UNIT	1 orang	
		- Dokter hewan	2 orang	
		- Administrasi	1 orang	
		- Peramedis	6 orang	
		- Inseminator	10 orang	
		- Tukang Kebun	1 orang	
3	TEKNIS DAN TRANSPORTASI	- Kabag. Teknis	1 orang	
		- Monitor	5 orang	
		- Tukang Las	1 orang	
		- Mekanik Pendingin	2 orang	
		- Administrasi	1 orang	
		- Pengemudi	9 orang	
		- Pembantu Pengemudi	9 orang	
		- Staf Pengairan	2 orang	

Lanjutan Tabel 4.5

4	PAKAN TERNAK	- Kabag. Pakan Ternak	1 orang	
		- Pengendalian Mutu	1 orang	
		- Administrasi	3 orang	
		- Pengemudi	4 orang	
		- Operator	1 orang	
		- Staf Produksi	32 orang	
		- Tenaga Angkut	9 orang	
		- Tukang Kebun	1 orang	
				52 orang
5	PERSUSUAN	- Kabag. Persusuan	1 orang	
		- Kepala Pos	19 orang	
		- Penerima Susu	48 orang	
		- Pengemudi	6 orang	
		- Laborat	8 orang	
		- Administrasi	1 orang	
		- Tukang Kebun	2 orang	
		- Superveser	2 orang	
		- Asisiten Penerima Susu	31 orang	
				118 orang
6	KIOS SUSU	- Petugas / Koordinator	1 orang	
		- Proses	4 orang	
				5 orang
7	UNIT REARING	- Staf Rearing	5 orang	
8	CAFÉ SUSU	- Staf	5 orang	
JUMLAH KESELURUHAN				302 orang

Tingkat pendidikan :

a. Sarjana = 14 orang, yang mempunyai latar belakang

pendidikan sebagai berikut :

- a) Peternakan
- b) Hukum
- c) Manajemen, dan
- d) Kedokteran Hewan

- b. S.L.T.A = 85 orang
- c. S.L.T.P = 42 orang
- d. S.D = 93 orang

#### b. Kegiatan Rapat-rapat dan Pendidikan yang Diikuti

Berikut ini kegiatan rapat dan pendidikan yang diikuti adalah :

1. Rapat pengurus dan pengawas
2. Rapat kelompok pengurus, pengawas
3. Rapat pembinaan perkoperasian anggota
4. Apel karyawan

#### c. Susunan Pengurus Periode 2012 s/d 2016

**Table 4.6**  
Susunan pengurus

Nama	Jabatan	Periode
H. Abdi Suwasono	Ketua Umum	2012 s/d 2016
H. Hasan Suwardi, SH	Ketua I	2012 s/d 2016
M. Niam Shofi	Ketua II	2012 s/d 2016
H. Suyanto	Sekretaris	2012 s/d 2016
H. Sunardi	Bendahara	2012 s/d 2016

#### d. Pembagian Tugas Pengurus

Dalam melaksanakan tugas pengurus dibantu oleh Manager dan Kabag-kabag Unit. Adapun susunan Manager dan Kabag-kabag sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
Susunan Manager dan Kabag

No.	Nama	Jabatan	Masa Jabatan
1	Ir. H. Supriyono	Manager	6 Mei 2013–6 Mei 2017
2	Nurkayin	Kabag. Persusuan	15 April 2013–15 April 2016
3	Budi Nyoto	Kabag. Pakan Ternak	15 April 2013–15 April 2016
4	Sugianto	Kabag. Peternakan dan Rearing	15 April 2013–15 April 2016
5	Suyono SH	Kabag. Teknis Transportasi	15 April 2013–15 April 2016
6	Gogok Suprpto SH	Kabag. USP	15 April 2013–15 April 2016

Lanjutan tabel 4.7

7	Irwati SE	Kabag. Waserda	15 April 2013–15 April 2016
8	Hetty Meimula	Kabag. BP/RB	15 April 2013–15 April 2016
9	Samsu Madyan SH	Kabag. Personalia	15 April 2013–15 April 2016
10	Sanusi	Humas dan SDM	15 April 2013–15 April 2016
11	Suwarno Rohadi	Kepala Satpam	15 April 2013–15 April 2016
12	Sumaiyah SE	Koordinator Akuntansi	15 April 2013–15 April 2016

**e. Susunan Pegaawas**

**Table 4.8**  
**Susunan Pengawas**

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Periode</b>
Mudjiono	Koordinator	2013 s/d 2015
Drs. Harianto	Anggota	2014 s/d 2016
Muslimin	Anggota	2015 s/d 2017

**f. Aktifitas Pengawas**

1. Mengadakan kegiatan pemeriksaan setiap bulan.
2. Mengadakan pemeriksaan sewaktu-waktu.
3. Mengevaluasi, mengecek, mendata diseluruh usaha dan keuangan serta pembukuan.
4. Membuat laporan hasil pengawasan atau pemeriksaan.

**g. Tugas Pengawas**

1. Mengawasi semua kebijakan operasional pengurus yang meliputi bidang usaha dan keuangan koperasi.
2. Memeriksa dan menilai pelaksanaan organisasi usaha dan keuangan serta memberikan pendapat dan saran perbaikan.
3. Memeriksa, meneliti ketepatan dan kebenaran catatan, buku-buku, organisasi usaha dan administrasi keuangan yang ada dari keadaan keuangan, persediaan barang dan semua harta kekayaan koperasi.

4. Membuat laporan pemeriksaan secara tertulis dengan memberikan pendapat dan saran perbaikan dalam rangka perbaikan penyajian laporan pemeriksaan sebagai pertanggungjawabannya didalam Rapat Anggota Tahunan.

#### **h. Susunan Karyawan**

**Tabel 4.9**  
**Jumlah Karyawan Tetap**

<b>Uraian</b>	<b>Jumlah</b>
Jumlah Karyawan	202
Jumlah Karyawati	32
<b>Jumlah</b>	<b>234</b>

**Tabel 4.10**  
**Jumlah Karyawan Berdasarkan Tenaga Honorer**

<b>Tenaga Honorer</b>	<b>Jumlah</b>
Asisten Penerima Susu	31
Persusuan dan Teknis	4
Pakan Ternak	15
Peternakan	2
BP/RB	9
Sat Pam	0
USP	0
Rearing	2
Café Susu	5
<b>Jumlah</b>	<b>68</b>

#### **i. Upah**

**Tabel 4.11**  
**Uraian Gaji**

<b>Uraian</b>	<b>Tahun 2014</b>	<b>Tahun 2015</b>
Gaji tertinggi	2.821.829/bulan	3.406.689/bulan
Gaji terendah	1.245.498/bulan	1.647.439/bulan

#### **j. Hubungan Koordinasi**

1. Antar pengurus
2. Pengurus dengan karyawan

3. Pengurus dengan anggota
4. Antar koperasi
5. Koperasi dengan usaha swasta

#### **k. Pelatihan**

Usia maksimal karyawan yang dapat diterima bekerja di koperasi adalah 30 tahun. Sedangkan usia purna tugas adalah 60 tahun. Ada beberapa proses dalam penerimaan karyawan di koperasi, terutama jika karyawan tersebut mempunyai pekerjaan sebagai pemegang alat-alat produksi. Karyawan pada bagian laboratorium sebagian besar adalah dari tingkat pendidikan S.L.T.A sehingga semua karyawan yang bekerja di laboratorium telah dilatih terlebih dahulu sebelum mereka melakukan pekerjaannya. Pihak Koperasi selalu mengadakan pelatihan khusus untuk karyawan-karyawannya. Sehingga karyawan yang bekerja di koperasi baik di kantor koperasi maupun di unit produksi, mereka telah dibekali ilmu terkait dengan pekerjaan yang diterima oleh setiap karyawan.

Karyawan kontrak, merupakan karyawan yang masih dilakukan tes. Jika seorang karyawan tersebut cakap dalam melakukan pekerjaannya maka pihak koperasi akan mempertimbangkan untuk merekomendasikan karyawan tersebut sebagai karyawan tetap.

#### **l. Pengembangan Karir Karyawan**

Pengembangan karir karyawan, manajer koperasi melakukan seleksi kepada karyawan yang mempunyai kredibilitas, integritas, kecakapan, kedisiplinan, keterampilan, ketertiban, dan loyalitas yang bagus untuk dinaikkan jabatannya, sesuai dengan jabatan yang dibutuhkan. Manajer juga melakukan pembinaan dan

memberikan training motivasi kepada karyawannya agar mampu berkembang. Koperasi juga mengupayakan untuk memberikan beberapa fasilitas kepada karyawannya dengan tujuan agar karyawan koperasi dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik dan lebih bersemangat dalam melakukan pekerjaannya.

Fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada karyawan adalah sebagai berikut :

1. Setiap bulan mendapatkan upah
2. Setiap bulan diberi uang makan
3. Jaminan kesehatan ditanggung oleh koperasi : koperasi mempunyai poliklinik tersendiri untuk karyawan koperasi.
4. Jaminan hari tua dari BPJS dan ASKES
5. Mendapat pesangon
6. Dana pensiun (BPJS)

Berdasarkan aspek manajemen dan organisasi yang telah dipaparkan di atas, usaha pengolahan susu sapi murni Koperasi Susu SAE layak untuk dikembangkan.

#### 4.2.4 Aspek Keuangan

زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ  
وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَٰلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ

Artinya:

“Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)”. (Q.S Ali ‘Imran: 14)

Tanpa tersedianya modal yang cukup dalam mengelola usaha maka akan mustahil usaha tersebut dijalankan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Ayat di atas menerangkan bahwa setiap manusia harus dapat mengelola hartanya dengan baik agar tidak hanya menuruti nafsu saja. Sehingga hartanya akan lebih bermanfaat jika digunakan dalam usaha. Suatu usaha akan berjalan sesuai dengan rencana dan mencapai tujuannya dengan baik, maka harus tersedianya modal yang cukup.

Aspek keuangan yang digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi adalah :

1. *Payback Period* (PP)
2. *Average Rate Of Return* (ARR)
3. *Net Present Value* (NPV)
4. *Internal Rate of Return* (IRR)
5. *Profitability Index* (PI)

Sebelum melakukan keempat metode analisis di atas, yang perlu dilakukan terlebih dahulu adalah mengerjakan cash flow. *Cash flow* merupakan arus kas atau aliran kas yang ada di perusahaan dalam periode tertentu. *Cash flow* juga menggambarkan berapa uang keluar (*cash out*) serta jenis-jenis biaya yang dikeluarkan.

Perhitungan *Cash flow* merupakan semua data pendapatan yang diterima dan biaya yang dikeluarkan baik jenis maupun jumlahnya diestimasi sedemikian rupa, sehingga menggambarkan kondisi kondisi pemasukan dan pengeluaran di masa yang akan datang.

Salah satu ayat yang menjelaskan mengenai bagaimana cara mendapatkan harta sesuai dengan syariat Islam. Sesuai dengan ayat ini Koperasi Susu SAE juga menginvestasikan dananya untuk pengembangan usaha. Agar keuntungan yang didapatkan lebih besar dan lebih bermanfaat.

Investasi yang digunakan dalam usaha Koperasi Susu SAE adalah sebesar Rp 15.371.347.627 dimana sejumlah Rp 33.965.000 merupakan modal kerja. Umur ekonomisnya adalah 5 tahun. Sedangkan, pengembalian yang diharapkan adalah sebesar 10%. *Tablecash flow* adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Cash Flow Koperasi Susu SAE**

Tahun	EAT	Penyusutan	Kas Bersih	DF 5%	PV Kas Bersih
2015	956.258.674	3.067.476.525	4.023.735.199	0,952	3.830.595.910
2016	1.053.617.066	3.067.476.525	4.121.093.591	0,907	3.737.831.887
2017	1.143.991.403	3.067.476.525	4.211.467.928	0,864	3.638.708.290
2018	1.234.365.740	3.067.476.525	4.301.842.265	0,823	3.540.416.184
2019	1.324.740.077	3.067.476.525	4.392.216.602	0,784	3.443.497.816
2020	1.415.114.414	3.067.476.525	4.482.590.939	0,746	3.344.012.841
Total	7.128.087.374		25.532.946.526		21.535.062.929

1. *Payback Period* (PP)

Karena *cash flow* tiap tahunnya tidak sama maka *payback period*nya adalah :

Investasi	15.371.347.627
kas bersih tahun 1	<u>4.023.735.199(-)</u>
	11.347.612.428
kas bersih tahun 2	<u>4.121.093.591(-)</u>
	7.226.518.836
kas bersih tahun 3	<u>4.211.467.928(-)</u>
	3.015.050.908

Karena sisa sebesar 3.015.050.908 sehingga tidak dapat dikurangi kas bersih tahun ke empat, maka sisa kas tahun ke tiga dibagi kas bersih tahun ke empat, yaitu :

$$PP = \frac{3.015.050.908}{4.301.842.265} \times 12 \text{bulan} = 8,4 \text{ bulan} = 8 \text{ bulan}$$

Maka Payback Period adalah 3 tahun 8 bulan, artinya bahwa jangka waktu yang diperlukan untuk pengembalian nilai investasi sebesar Rp 15.371.347.627 adalah 3 tahun 8 bulan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha ini layak dikembangkan karena  $PP < \text{umur ekonomis}$ .

## 2. Average Rate Of Return (ARR)

Mencarai ARR adalah dengan mencari rata-rata EAT nya terlebih dahulu, sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata EAT} &= \frac{7.128.087.374}{6} \\ &= 1.188.014.562 \\ \text{Rata-rata investasi} &= \frac{15.371.347.627}{2} \\ &= 7.685.673.814 \\ \text{ARR} &= \frac{1.188.014.562}{7.685.673.814} \\ &= 15,46\% \text{ dibulatkan menjadi } 15\% \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan ARR adalah 15% sedangkan keuntungan minimal yang disyaratkan adalah 10%. Artinya bahwa rata-rata pengembalian dalam usaha ini adalah sebesar 15%, akan tetapi keuntungan yang disyaratkan adalah 10%. Sehingga disimpulkan bahwa hasil  $ARR > \text{keuntungan yang disyaratkan}$ , maka pengembangan usaha ini layak untuk dilakukan.

## 3. Net Present Value (NPV)

Menghitung NPV terlebih dahulu harus tahu berapa PV kas bersihnya. PV kas bersih dapat dicari dengan cara menghitung dari cash flow perusahaan selama umur ekonomis.

**Table 4.13**  
**Cash Inflow dengan DF 5%**

tahun	kas bersih	DF 5%	PV kas bersih (cash inflow)
2015	4.023.735.199	0,952	3.830.595.910
2016	4.121.093.591	0,907	3.737.831.887
2017	4.211.467.928	0,864	3.638.708.290
2018	4.301.842.265	0,823	3.540.416.184
2019	4.392.216.602	0,784	3.443.497.816
2020	4.482.590.939	0,746	3.344.012.841
	Total PV Kas bersih		21.535.062.929

total PV kas bersih = Rp 21.535.062.929

total PV investasi = Rp 15.371.347.627-

NPV Rp 6.163.715.302

Nilai NPV adalah positif sebesar Rp 6.163.715.302 sehingga usaha Koperasi Susu SAE dapat dikembangkan, karena hasil NPV adalah positif. Artinya dana sebesar Rp15.371.347.627 dapat menghasilkan *present value cash flow* sebesar Rp 6.163.715.302.

#### 4. *Internal Rate Of Return (IRR)*

Ada beberapa langkah dalam menghitung IRR, yaitu sebagai berikut :

a. Mencari rata-rata kas bersih, yaitu Rp 25.532.946.526

$$\frac{6}{6} = \text{Rp } 4.255.491.088$$

b. Perkiraan besarnya PP, yaitu : Rp 15.371.347.627

$$\frac{\text{Rp } 15.371.347.627}{\text{Rp } 4.255.491.088} = 3,612$$

c. Dalam table PVIFA, tahun ke 6 diketahui yang terdekat dengan angka

3,618 adalah 3,658 yaitu 16%.

- d. Secara subjektif tiap *discount* dikurangi 2% menjadi 14% sehingga NPV nya dapat dilihat dalam table berikut :

**Tabel 4.14**  
**Table NPV dengan DF 14%**

Tahun	Kas Bersih	DF 14%	PV Kas Bersih
2015	4.023.735.199	0,877	3.528.815.770
2016	4.121.093.591	0,769	3.169.120.972
2017	4.211.467.928	0,675	2.842.740.852
2018	4.301.842.265	0,592	2.546.690.621
2019	4.392.216.602	0,519	2.279.560.417
2020	4.482.590.939	0,456	2.044.061.468
Total PV kas bersih			16.410.990.099

Nilai NPV positif, yaitu :  $16.410.990.099 - 15.371.347.627 = 1.039.642.472$

Kemudian untuk *discount factor* 17%, NPV nya dapat dilihat dalam table berikut :

**Tabel 4.15**  
**Table NPV dengan DF 17%**

tahun	kas bersih	DF 17%	PV kas bersih
2015	4.023.735.199	0,855	3.440.293.595
2016	4.121.093.591	0,731	3.012.519.415
2017	4.211.467.928	0,624	2.627.955.987
2018	4.301.842.265	0,534	2.297.183.770
2019	4.392.216.602	0,456	2.002.850.771
2020	4.482.590.939	0,390	1.748.210.466
Total PV kas bersih			15.129.014.005

Nilai NPV negative, yaitu =  $15.129.014.005 - 15.371.347.627 = - 242.333.622$

Kemudian jika tabel tersebut digabungkan sebagai berikut :

**Tabel 4.16**  
**Perbandingan NPV dengan DF 14% dan 17%**

Tahun	Kas Bersih	Bunga 14%		Bunga 17%	
		DF	PV kas bersih	DF	PV kas bersih
2015	4.023.735.199	0,877	3.528.815.770	0,855	3.440.293.595
2016	4.121.093.591	0,769	3.169.120.972	0,731	3.012.519.415
2017	4.211.467.928	0,675	2.842.740.852	0,624	2.627.955.987
2018	4.301.842.265	0,592	2.546.690.621	0,534	2.297.183.770
2019	4.392.216.602	0,519	2.279.560.417	0,456	2.002.850.771
2020	4.482.590.939	0,456	2.044.061.468	0,390	1.748.210.466
		total PV kas bersih	16.410.990.099		15.129.014.005
		total PV investasi	15.371.347.627		15.371.347.627
	<b>NPV</b>	C1	1.039.642.472	C2	(242.333.622)

Jika dimasukkan kedalam rumus sebagai berikut :

$$P1 = 14\%$$

$$P2 = 17\%$$

$$C1 = 1.039.642.472 \quad C2 = - 242.333.622$$

$$IRR = P1 + C1 \times \frac{P2 - P1}{C2 - C1}$$

$$IRR = 14 + 1.039.642.472 \times \frac{17 - 14}{-242.333.622 - 1.039.642.472}$$

$$IRR = 14 + 1.039.642.472 \times 1.306.362.964$$

$$IRR = 14 + \frac{3.118.927.417}{1.306.362.964}$$

$$IRR = 14 + 2,387 = 16,387 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan IRR di atas maka dapat dilihat bahwa nilai IRR adalah 16,387 %. Sehingga  $IRR > \text{bunga pinjaman}$  atau  $16,387 \% > 14\%$  maka usaha Koperasi Susu SAE layak untuk dikembangkan. Artinya bahwa dana sebesar Rp15.371.347.627 yang diinvestasikan dalam usaha ini menghasilkan 16,387% lebih besar dari bunga pinjaman yaitu sebesar 14%.

### 5. Profitability Index (PI)

$$\begin{aligned} \text{PI} &= \frac{21.535.062.929}{15.371.347.627} \\ &= 1,40098731 \end{aligned}$$

Berdasarkan kriteria PI, usulan pengembangan usaha ini layak untuk dilakukan, karena  $\text{PI} > 1$ . Artinya *present value cash inflow* yang dihasil dari usaha ini lebih besar dari *present value cash outflow*.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Terdapat adanya peluang pasar yang terus meningkat dalam beberapa tahun yang akan datang. Pabrik terletak dekat dengan daerah bahan baku dan tempat pemasaran, hal ini sangat mendukung proses produksi. Berdasarkan aspek pasar dan pemasaran usaha Koperasi Susu SAE layak untuk dikembangkan.

2. Aspek Teknik / Operasional dan Teknologi

Kapasitas peralatan-peralatan yang dipakai cukup besar sehingga jika produksi bertambah, maka tetap dapat tertampung. Proses produksi yang berawal dari para peternak di Pujon hingga sampai pada tangan konsumen semua telah ada prosedurnya dan terdapat standarisasi dalam menghasilkan susu murni berkualitas. Berdasarkan aspek teknik / operasional dan teknologi usaha Koperasi Susu SAE layak untuk dikembangkan.

3. Aspek Manajemen dan Organisasi

Pembagian tugas dan wewenang telah dibagi sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan dan dibagi sesuai latar belakang pendidikan masing-masing karyawan. Sebelum merekrut karyawan baru manajer koperasi selalu melakukan pelatihan terlebih dahulu. Berdasarkan aspek manajemen dan organisasi usaha Koperasi Susu SAE layak untuk dikembangkan.

#### 4. Aspek keuangan

Lima metode yang telah digunakan dalam penelitian ini dalam menguji aspek keuangan memberikan hasil yang baik. Hasil PP lebih kecil dari umur ekonomis, artinya jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan investasi lebih kecil dari umur ekonomis. Perhitungan ARR dapat disimpulkan ARR lebih besar dari keuntungan yang disyaratkan. Rata-rata pengembalian dalam usaha ini lebih besar dari pada keuntungan yang disyaratkan. Nilai NPV adalah positif. Hasil perhitungan IRR adalah IRR lebih besar bunga pinjaman. Dana yang diinvestasikan dalam usaha ini menghasilkan laba yang lebih besar dari pada bunga pinjamannya. Hasil Perhitungan PI adalah PI lebih besar dari satu. Artinya *present value cash inflow* yang dihasil dari usaha ini lebih besar dari *present value cash outflow*. Berdasarkan aspek keuangan usaha Koperasi Susu SAE layak untuk dikembangkan.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, ada beberapa saran untuk Koperasi Susu SAE, Pemerintah Daerah, dan untuk penelitian selanjutnya.

- 1) Saran kepada Koperasi Susu SAE :
  - a. Berdasarkan aspek-aspek yang telah diteliti, maka pengembangan usaha dengan cara meningkatkan hasil produksi pada usaha pengolahan susu sapi murni Koperasi Susu SAE layak untuk dilaksanakan.
  - b. Pihak Koperasi Susu SAE dan para peternak masyarakat Pujon sebaiknya setahun sekali mengadakan sosialisasi mengenai metode-metode terbaru dalam merawat sapi dengan efektif dan efisien, agar para peternak dapat

menghasil susu murni lebih banyak dan lebih berkualitas. Sehingga kebutuhan pasar dapat terpenuhi.

- c. Pihak Koperasi Susu SAE sebaiknya menjalin hubungan kerja sama yang lebih intens dengan para peternak, sehingga dari hubungan tersebut diharapkan masyarakat termotivasi untuk menjadi peternak yang sukses dan dapat menekuni pekerjaannya sebagai peternak sapi.
- d. Pengembangan usaha Koperasi Susu SAE akan lebih baik jika dapat diekspor ke luar kota. Karena melihat usaha pengembangan yang dilakukan dan peluang pasar yang besar maka diharapkan inovasi-inovasi yang dilakukan dapat memperluas pemasaran produksi susu sapi murni.

2) Saran kepada Pemerintah Daerah :

Pemerintah telah banyak mendukung perkembangan usaha peternakan susu sapi murni, sehingga diharapkan selanjutnya pemerintah dapat melindungi harga susu agar tetap lebih tinggi dari harga daging sapi.

3) Saran untuk penelitian selanjutnya :

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti lebih memperluas pembahasan dan memperbanyak aspek yang diteliti. Sehingga akan menambah kajian semakin mendalam mengenai usaha ternak susu sapi murni.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

- Arikunto, Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelitian* (cet. ke-7). Jakarta: PT Rineka Cipta.1
- Diana, Ilfi Nur. (2012). *Hadis – Hadis Ekonomi* (cet. ke-3). Malang: UIN MALIKI Press.
- Fahmi, Irham., Syahiruddin., Hadi, Yovi Lavianti. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Hasan, Irmayanti. (2011). *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*. Malang: UIN MALIKI Press.
- Idri. (2015). *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi* (cet. ke-1). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ibrahim, Yacob. (1998). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT RinekaCipta.
- Johan, Suwinto. (2011). *Studi Kelayakan Pengembangna Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jumingan. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis (Teori & Pembuatan Proposal Kelayakan)*. Jakarta: PT BumiAksara.
- Kasmir., Jakfar. (2008). *Studi Kelayakan Bisnis* (edisi 2, cet. ke-5). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Leksono, Sonny. (2013). *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi: dari Metodologi ke Metode*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (cet. ke-30). Bandung: PT RemajaRosdakarya.
- Makin, Moch. (2011). *Tata Laksana Peternakan Sapi Perah*(cet. ke-1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Munir, Misbahul. (2007). *Ajaran-Ajaran Ekonomi Rasulullah: Kajian Hadis Nabi dalam Perspektif Ekonomi*. Malang: UIN-Malang Press.
- Narbuko, Cholid., Achmadi, Abu., (2012). *Metodologi Penelitian: memberikan bekal teoretis pada mahasiswa tentang metodologi penelitian serta diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan langkah-langkah yang benar* (cet. ke-12). Jakarta: BumiAksara.

- Nurdin, Allyza. (2011). *Manajemen Sapi Perah* (cet. ke-1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Qardhawi, Yusuf. (1996). *Fiqih Prioritas, Sebuah Kajian Baru Berdasarkan Al-Qur'an dan As-Sunnah*. Jakarta: Rabbani Press.
- Sucipto, Agus. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis (Analisis Integratif dan Studi Kasus)*. Malang: UIN-MALIKI Press.
- Suryani., Hendryadi.(2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Supardi, (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Subagyo, Ahmad. (2007). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia.
- Zubir, Zalmi. (2005). *Studi Kelayakan Usaha*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- <https://id.wikipedia.org/>, diakses 6 November 2016.
- <http://agribisnis.co.id>, diakses 6 November 2016.
- <http://jatim.bps.go.id>, diakses 16 Juni 2017.
- <http://malangkab.bps.go.id>, diakses 16 Juni 2017.

### Lampiran 1 : Panduan Wawancara

Panduan wawancara kepada Manajer Koperasi Susu SAE :

#### 1) Aspek Pasar dan Pemasaran

Item	Pertanyaan
Peluang	1. Apakah produksi susu SAE dapat di ekspor keluar Jawa maupun Luar Negeri ?
Pesaing	1. Adakah pesaing yang potensial yang dapat mempengaruhi penjualan susu di Koperasi Susu SAE ? 2. Adakah pesaing yang berpotensi untuk memunculkan produk pengganti ?
Segmentasi	1. Kemana saja pemasaran produk yang dilakukan ? 2. Siapa saja target konsumen yang akandituju ?
Strategi Pemasaran : Produk Harga Saluran Distribusi Promosi	1. Apakah produk yang dikeluarkan sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen ? 2. Bagaimana penentuan harga jual produksi susu ? 3. Bagaimana pendistribusian produksi susu ? 4. Sarana promosi apa yang digunakan untuk memasarkan prodak ?

#### 2) Aspek Teknik/Operasional dan Teknologi

Item	Pertanyaan
Penentuan Lokasi	1. Berdasarkan pendekatan apa yang digunakan oleh koperasi untuk menentukan lokasi produksi ? 2. Factor apa saja yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi produksi ?
Pemilihan Teknologi	1. Apakah teknologi yang dipilih sudah memenuhi standart dalam proses produksi ? 2. Apakah teknologi yang dipilih sudah teruji pemkaiannya ? 3. Apakah sumber daya manusia yang tersedia mampu menerapkan/mengoperasikan teknologi tersebut ? 4. Berapa biaya pemeliharaan mesin ?

Proses Produksi	1. Bagaimana proses produksi mulai dari peternak hingga pada pengelolaan di koperasi ?
-----------------	--

### 3) Aspek Manajemen dan Organisasi

Item	Pertanyaan
Pengembangan Karier	1. Bagaimana upaya koperasi dalam melakukan pengembangan karier pada karyawan ?
Pemutusan Hubungan Kerja	1. Apakah koperasi pernah melakukan Pemutusan Hubungan Kerja ? 2. Jika pernah apa alasan yang mendasarinya ?



**Lampiran 2 : Jumlah Investasi dan Rincian Aktiva Tetap**

Jumlah investasi untuk usaha di Koperasi Susu SAE adalah :

Digunakan untuk modal kerja : Rp 33.965.000

Dan biaya aktiva tetap : Rp 15.337.382.627(+)

Jumlah : Rp 15.371.347.627

Rincian aktiva tetapnya adalah sebagai berikut :

<b>Aktiva Tetap</b>	<b>Jumlah</b>
Tanah	4.609.476.636
Bangunan	5.364.714.320
Kendaraan	3.421.243.642
Perlengkapan unit persusuan dan teknis	1.248.458.193
Perlengkapan kantor pusat	82.404.080
Perlengkapan unit pakan ternak	337.208.669
Perlengkapan peternakan dan rearing	6.718.515
Perlengkapan kesenian	2.559.593
Perlengkapan unit waserda	127.863.581
Perlengkapan unit BP dan RB	83.579.100
Perlengkapan kendaraan unit simpan pinjam	9.602.398
Perlengkapan café	43.553.900
<b>Jumlah</b>	<b>15.337.382.627</b>

Sumber : Buku Laporan Tahunan Koperasi Susu SAE tahun 2015

Depresiasi :  $Rp\ 15.337.382.627 : 5 = Rp\ 3.067.476.525$

### Lampiran 3 : Ramalan EAT

Ramalan EAT untun lima tahun kedepan adalah :

Tahun	X	SHU (EAT) (Y)	X <sup>2</sup>	XY
2013	-1	775.510.000	1	-77.510.000
2014	0	886.836.502	0	0
2015	1	956.258.674	1	956.258.674
Jumlah	0	2.618.605.176	2	180.748.674

$$a : 2,618,605,176 : 3 = 872.868.392$$

$$b : 180.748.674 : 2 = 90.374.337$$

sehingga fungsi persamaannya adalah :

$$Y = 872.868.392 + 90.374.337 X$$

Jadi ramalan EAT untuk lima tahun kedepan adalah :

$$Y_{2016} = 872.868.392 + 90.374.337 (3) = 1.053.617.066$$

$$Y_{2017} = 872.868.392 + 90.374.337 (4) = 1.143.991.403$$

$$Y_{2018} = 872.868.392 + 90.374.337 (5) = 1.234.365.740$$

$$Y_{2019} = 872.868.392 + 90.374.337 (6) = 1.324.740.077$$

$$Y_{2020} = 872.868.392 + 90.374.337 (7) = 1.415.114.414$$

#### Lampiran 4 : Foto Kegiatan Warga Pujon di TPS

Berikut ini adalah beberapa foto kegiatan menghimpun susu sapi murni dan pengujian hasil susu sapi murni warga Pujon di salah satu TPS :





### BUKTI KONSULTASI

Nama : Ida Nur Aisyah  
 NIM/Jurusan : 13510013/Manajemen Keuangan  
 Pembimbing : Drs. Agus Sucipto,MM  
 JudulSkripsi : Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pengolahan Susu Sapi Murni (Studi Kasus: Koperasi Susu SAE di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	28 Oktober 2016	Konsultasi Proposal Skripsi	1. 
2.	21 Desember 2016	Revisi Bab I, Bab II dan Bab III	2. 
3.	23 Desember 2016	Revisi Proposal Bab III dan Dapus	3. 
4.	24 Desember 2016	Revisi Bab I dan Bab II	4. 
5.	20 Januari 2017	Acc Proposal	5. 
6.	2 Pebruari 2017	Seminar Proposal	6. 
7.	7 Pebrari 2017	Revisi Hasil Seminar Proposal	7. 
8.	18 April 2017	Konsultasi Bab IV	8. 
9.	19 April 2017	Revisi Bab IV	9. 
10.	25 April 2017	Revisi Bab IV dan Bab V	10. 
11.	27 April 2017	Acc Keseluruhan	11. 

Malang, 27 April 2017

Mengetahui :  
Ketua Jurusan,



**Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei**   
NIP. 19750707 200501 1 005

## BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Ida Nur Aisyah  
Tempat, tanggal lahir : Ponorogo, 05 Mei 1995  
Alamat Asal : Dsn. Tegal Asri, Ds. Karanggebang, Kec. Jetis,  
Kab. Ponorogo  
Alamat Kos : Jln. Sunan Kalijaga Dalam No. 1 Dinoyo  
Lowokwaru Malang  
No. Hp : 082331556093  
E-mail : [aisya549@gmail.com](mailto:aisya549@gmail.com)

### **Pendidikan Formal**

2000 – 2001 : TK Muslimat Puhlimo  
2001 – 2007 : SD Negeri 3 Karanggebang  
2007 – 2010 : MTs Al-Islam  
2010 – 2013 : SMA Negeri 1 Sambit  
2013 – 2017 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam  
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

### **Pendidikan Non Formal**

2013 – 2014 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maliki  
Malang  
2014 – 2015 : English Language Center (ELC) UIN Maliki Malang

### **Aktivitas dan Pelatihan**

- Peserta Pelatihan Makalah dan Teknik Presentasi oleh Halaqoh Ilmiah Ma'had Sunan Ampel Al-Ali UIN Maliki Malang Tahun 2013
- Peserta Sminar Nasional Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dilaksanakan oleh DEMA Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2013

- Peserta Roadshow Sekolah Pasar Modal Syariah UIN Maliki Malang Tahun 2015
- Peserta Seminar Nasional Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang “Membentuk Calon Wirausahawan Muda Tangguh, Kreatif, Inovatif dan Berjiwa Ulul Albab” Tahun 2015
- Peserta Pelatihan Statistik Bidang Ekonomi di PI7STATISTICS Tahun 2016

Malang, 19 Juni 2017

Ida Nur Aisyah

