



## PENINGKATAN NILAI TAMBAH SUSU PASTEURISASI DENGAN PENGUNAAN KEMASAN BOTOL HDPE

Annisa Sagita Ashar<sup>1</sup>, Intani Dewi<sup>2</sup>, Khoirul Aziz Husyairi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor

annisasagita01@gmail.com<sup>1</sup>, intani.dewi@apps.ipb.ac.id<sup>2</sup>, khoirulaziz@apps.ipb.ac.id<sup>3</sup>

### Info Artikel :

Diterima : 02 Maret 2023

Disetujui : 15 Maret 2023

Dipublikasikan : 25 Maret 2023

### ABSTRAK

Kajian pengembangan bisnis ini bertujuan merumuskan ide pengembangan bisnis pada PT Santona Oro Banyan berdasarkan analisis SWOT dan dikaji berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial. Metode yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini adalah metode kualitatif meliputi analisis SWOT dan metode aspek yang ada pada perencanaan bisnis, dan metode kuantitatif meliputi analisis laba rugi dan analisis aliran kas dan kriteria investasi. Hasil kajian pengembangan bisnis susu pasteurisasi segmen yang dituju dalam memasarkan produk adalah konsumen B2B (Business to Business) dan masyarakat yang biasa membeli produk melalui online. Dalam menunjang pengembangan bisnis susu pasteurisasi proses produksi harus menggunakan teknologi mesin pengolahan yang telah tersedia dan adanya penambahan sumber daya manusia, serta bisnis ini memerlukan kolaborasi dengan pelanggan dan pemasok input produksi. Hasil finansial yang telah dianalisis berdasarkan kriteria investasi meliputi NPV sebesar Rp1.644.840.829,00, Net B/C 2,96 dinyatakan layak karena lebih besar dari 1, Gross B/C 1,28 dinyatakan layak karena lebih besar dari 1, IRR 40,30% dinyatakan layak karena lebih besar dari discount factor, dan payback period selama 3 tahun 4 bulan dinyatakan layak karena lebih kecil dari umur bisnis. Dalam analisis switching value menunjukkan penurunan penjualan sebesar 21,48%, dan kenaikan harga input kemasan sebesar 61,38% ialah perubahan maksimum yang dapat ditoleransi untuk kelayakan bisnis.

**Kata Kunci :**  
Botol HDPE, PT  
Santona Oro  
Banyan, Sapi  
perah, Susu  
pasteurisasi

### ABSTRACT

*This business development study aims to formulate business development ideas at PT Santona Oro Banyan based on SWOT analysis and studied based on non-financial aspects and financial aspects. The methods used in this business development study are qualitative methods including SWOT analysis and aspect methods that exist in business planning, and quantitative methods include profit and loss analysis and cash flow analysis and investment criteria. The results of the study on the development of the pasteurization milk business, the intended segment in marketing products is B2B (Business to Business) consumers and people who usually buy products online. In supporting the development of the milk pasteurization business, the production process must use the available processing machine technology and the addition of human resources, and this business requires collaboration with customers and suppliers of production inputs. The financial results that have been analysed based on investment criteria include an NPV of IDR 1,644,840,829.00, Net B/C of 2.96 declared feasible because it is greater than 1, Gross B/C of 1.28 declared feasible because it is greater than 1, an IRR of 40.30% declared feasible because it is greater than the discount factor, and a payback period of 3 years and 4 months is declared feasible because it is smaller than the life of the business. The switching value analysis showed a decrease in sales by 21.48%, and an increase in packaging input prices by 61.38% was the maximum tolerable change for business feasibility.*

**Keywords :**  
HDPE bottle, PT  
Santona Oro  
Banyan, Dairy  
cow, Pasteurized  
milk

## **PENDAHULUAN**

Susu sapi merupakan minuman alami yang kaya akan nutrisi, susu dibutuhkan oleh tubuh sebagai zat pembangun, terutama pada masa pertumbuhan. Kandungan kalsium, protein, fosfor, magnesium, vitamin D, dan vitamin A pada susu sapi sangat berperan bagi pertumbuhan, termasuk pembentukan tulang dan gigi (Syarif dan Harianto 2011). Menurut Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2021), tingkat konsumsi masyarakat akan susu di Indonesia tahun 2019 masih berkisar 16,23 kg/kapita/tahun, maka dari itu Kementerian Pertanian berupaya untuk mengembangkan persusuan nasional untuk mencapai target pemenuhan kebutuhan susu nasional sebesar 60% ditahun 2025. Perubahan gaya hidup yang saat ini sedang banyak dilakukan adalah gaya hidup sehat. Adanya pandemi Covid-19 membuat masyarakat sadar akan hidup sehat. Prawiradilaga (2020) mengemukakan bahwa asupan nutrisi dan gizi yang seimbang dapat membantu sistem kekebalan tubuh dimasa pandemi Covid-19. Perubahan gaya hidup sehat ini menyebabkan meningkatnya konsumsi makanan bergizi dan bernutrisi salah satunya adalah susu sebagai asupan. Tingkat permintaan susu nasional diperkirakan akan terus meningkat dan konsumsi akan susu pun dari tahun ke tahun terus meningkat. Peningkatan ini sejalan dengan makin meningkatnya tingkat ekonomi dan kesadaran akan kebutuhan makanan bergizi (Pasaribu et al. 2015).

PT Santona Oro Banyan adalah perusahaan yang bergerak dibidang peternakan sapi perah dan produksi utama yang dihasilkan ialah susu murni yang diproduksi dan dipasarkan setiap hari. PT Santona Oro Banyan telah melakukan produksi dan penjualan susu pasteurisasi dalam skala kecil dan permintaan setiap bulan cenderung berfluktuasi. Kemasan yang digunakan untuk produk susu pasteurisasi PT Santona Oro Banyan adalah jenis kemasan botol PET plastik transparan yang dinilai belum menjadi kemasan terbaik untuk produk susu pasteurisasi.

Menurut Ambarsari et al. (2013), jenis kemasan yang sering digunakan untuk produk susu pasteurisasi adalah kemasan botol kaca, kemasan karton berlapis, kemasan botol plastik. Kemasan botol plastik terbagi atas bahan plastik yang digunakan yaitu terdiri dari kemasan polyethylene terephthalate (PET), dan kemasan high density polyethylene (HDPE). HDPE merupakan kemasan bahan plastik yang kaku dan tahan terhadap suhu tinggi dan botol HDPE memiliki keunggulan dalam mencegah penurunan kandungan vitamin A pada susu pasteurisasi dibandingkan kemasan jenis botol plastik lain. Secara fisik kemasan botol HDPE dapat menjaga dan mempertahankan kualitas susu dari paparan sinar matahari. Kemasan botol HDPE menjadi salah satu kemasan botol plastik yang baik digunakan untuk produk susu pasteurisasi. Dalam hal ini kemasan juga berkaitan pada strategi pemasaran. Kemasan memberikan pengaruh kepada konsumen yang akan memiliki kesan tersendiri terhadap produk sehingga konsumen dapat memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk (Apriyanti 2018). Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, tujuan dalam penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis pada PT Santona Oro Banyan berdasarkan analisis matriks SWOT, dan mengkaji rencana pengembangan bisnis penggunaan kemasan botol HDPE pada produk susu pasteurisasi pada PT Santona Oro Banyan berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial.

## **METODE PENELITIAN**

Metode kajian yang digunakan dalam pembahasan kajian pengembangan bisnis ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif adalah penjabaran secara deskriptif mengenai aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan organisasi, aspek

sumber daya manusia, aspek produksi, aspek kolaborasi, dan aspek keuangan. Metode kuantitatif menunjukkan kelayakan finansial dari kajian bisnis yang dilakukan dengan menggunakan analisis laba rugi dan analisis aliran kas (cash flow) dengan menggunakan kriteria investasi (NPV, IRR, Net B/C, dan PP), dan analisis nilai pengganti (switching value). Dalam menentukan strategi pengembangan bisnis diperlukan analisis melalui metode SWOT yaitu metode perencanaan strategis perusahaan yang digunakan untuk mengevaluasi berbagai faktor secara sistematis. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Formulasi strategis yang disusun menggunakan hasil analisis SWOT adalah dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman (Rangkuti 2020). Menurut Utsalina dan Primandari (2020), proses lanjutan setelah mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal adalah dengan menentukan pembobotan serta ranking yang akan menghasilkan skor untuk faktor-faktor tersebut.

Penyusunan penelitian kajian pengembangan bisnis pada PT Santona Oro Banyan menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh melalui observasi atau pengamatan secara langsung dari sumber data. Dalam mendapatkan data primer yang dilakukan antara lain wawancara langsung kepada pihak internal perusahaan seperti pemilik, pembimbing lapangan, dan karyawan. Adapun pengamatan langsung saat melakukan PKL diperusahaan, dan kegiatan diskusi. Data primer yang diperoleh antara lain data struktur organisasi, sumber daya manusia, kegiatan bisnis, aset dan peralatan, data permintaan susu murni dan pasteurisasi. Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung guna memperkuat data primer dan mendukung penyusunan laporan akhir. Perolehan data sekunder didapatkan dari buku, instansi terkait seperti lembaga pemerintahan, Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal ilmiah elektronik seperti repository IPB, e-report IPB dan karya ilmiah lainnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Rumusan Ide Pengembangan Bisnis**

Rumusan ide pengembangan bisnis dianalisis berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan. Lingkungan eksternal meliputi lingkungan makro dan lingkungan industri perusahaan, sedangkan lingkungan internal terdiri dari aspek produksi, aspek pemasaran, aspek manajemen aspek sumber daya manusia, aspek kolaborasi, dan aspek keuangan.

### **Penyusunan Alternati Strategi**

Penyusunan alternatif strategi dilakukan dari hasil analisis matriks SWOT setelah mengidentifikasi seluruh faktor baik faktor internal dan faktor eksternal. Perolehan perumusan alternatif strategi adalah sebagai berikut:

#### **a. *Strategi Strengths - Opportunities (S-O)***

Penambahan mitra penjualan menjadi strategi yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memperluas pasar dari produk yang dihasilkan. Produksi susu diperusahaan dilakukan secara keberlanjutan, menggunakan teknologi yang sudah terbaru, dan produk susu yang dihasilkan terjamin dari segi kualitas. Memanfaatkan peluang pasar yang ada disekitar kawasan perusahaan yaitu tempat-tempat wisata yang berpotensi dalam memasarkan susu.

b. *Strategi Weaknesses – Opportunities (W-O)*

Pengembangan bisnis susu pasteurisasi dengan penggunaan botol HDPE menjadi strategi dalam meminimalkan kelemahan yang ada di perusahaan yaitu branding produk susu pasteurisasi yang belum maksimal, produksi dengan skala kecil namun perusahaan telah memiliki mesin pengolahan sehingga berdampak pada kurang maksimalnya penggunaan teknologi mesin tersebut. Di sisi lain peluang yang ada di pasar harus dimanfaatkan perusahaan yaitu masyarakat saat ini menyukai produk-produk yang sehat dan bergizi tinggi, berbagai jenis kemasan yang sudah berkembang, teknologi produksi dan teknologi informasi yang berkembang pesat yang dapat menunjang keberlangsungan bisnis susu pasteurisasi.

c. *Strategi Strengths – Threats (S-T)*

Perbaikan formulasi pakan di perusahaan dapat menjadi strategi dalam mengurangi ancaman yang berkaitan dengan bahan baku pakan. Perubahan harga, dan ketersediaan pakan perlu diformulasikan sebagai alternatif ketika resiko ancaman tersebut terjadi. Pembuatan formulasi yang diperhitungkan dengan adanya sumber daya manusia yang telah terampil dibidangnya dan perusahaan yang telah menerapkan teknologi semi modern yang dapat membantu memformulasikan pakan bagi ternak.

d. *Strategi Weaknesses – Threats (W-T)*

Meningkatkan efisiensi dan efektifitas manajemen persediaan bahan baku produksi merupakan strategi untuk memperbaiki kelemahan yang ada berupa kurangnya pengawasan divisi yang ada di perusahaan dengan meminimalkan ancaman yang ada di luar perusahaan terkait dengan pengadaan bahan baku produksi, sehingga perusahaan dapat mengelola setiap bahan baku yang diterima dengan tepat, dan pembiayaan terhadap pengadaan bahan baku sesuai pada kebutuhannya.

### **Penentuan Ide Pengembangan Bisnis**

Penentuan ide pengembangan bisnis yang diterapkan adalah peningkatan nilai tambah produk susu pasteurisasi dengan penggunaan kemasan botol HDPE. Rumusan ide pengembangan bisnis ini diperoleh berdasarkan analisis SWOT strategi kuadran W-O (weaknesses dan opportunities) pada PT Santona Oro Banyan. Pada strategi W-O yaitu strategi dimana perusahaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) yang ada di perusahaan untuk memanfaatkan peluang (opportunities) yang ada di luar perusahaan. Terdapat kelemahan perusahaan ialah produksi susu pasteurisasi masih dalam uji coba pengembangan dan masih dalam skala kecil, kemasan yang digunakan sebelumnya belum sesuai standar, dan perusahaan telah memiliki teknologi mesin pengolahan yang mendukung untuk memproduksi susu pasteurisasi, sehingga mesin dan peralatan produksi belum digunakan secara maksimal. Kelemahan-kelemahan yang ada di perusahaan dapat diatasi dengan adanya peluang bisnis yaitu perkembangan teknologi yang semakin canggih dalam hal teknologi pengolahan maupun teknologi informasi yang memudahkan pelaku bisnis memasarkan produknya, kemudian masyarakat yang mulai sadar akan hidup sehat dan menyukai produk olahan susu yang praktis dan sehat. Pengembangan bisnis ini diharapkan akan memperluas jangkauan pasar produk dan perusahaan memperoleh pendapatan yang lebih menguntungkan.

### **Perencanaan Pengembangan Bisnis**

Rencana pengembangan bisnis disusun meliputi aspek non finansial dan finansial. Aspek non finansial meliputi perencanaan produk, perencanaan pasar dan pemasaran,

perencanaan produksi, perencanaan organisasi dan manajemen, perencanaan sumber daya manusia, dan perencanaan kolaborasi. Aspek finansial meliputi cash flow, laporan laba rugi, kriteria investasi, dan analisis switching value.

### **1. Perencanaan Produk**

Produk yang akan dikembangkan pada PT Santona Oro Banyan adalah produk turunan susu pasteurisasi dengan kemasan botol HDPE guna meningkatkan nilai tambah produk. Pembuatan susu pasteurisasi dilakukan dengan dua cara, yaitu Low Temperature Long Time (LTLT) dengan suhu 63 °C selama 30 menit dan High Temperature Short Time (HTST) dengan suhu 72 °C selama 15 detik. Susu pasteurisasi setelah dilakukan proses pemanasan dilanjutkan dengan proses pendinginan pada suhu 4 °C sehingga menambah daya simpan susu (Sabil 2015).

Pemilihan jenis kemasan botol HDPE berdasarkan keunggulan yang dimiliki setiap jenis kemasan, karena kemasan sangat berpengaruh terhadap kualitas susu didalamnya. Menurut Ambarsari et al. (2013), keunggulan yang dimiliki kemasan botol HDPE adalah bahan kemasan yang kaku dan tahan terhadap suhu tinggi, sehingga dapat digunakan untuk bahan yang memerlukan proses pemanasan yang tinggi. Jenis kemasan HDPE ini memiliki keunggulan lain seperti kemasan yang lebih kuat dibandingkan jenis kemasan plastik lainnya, lebih tahan terhadap kimia dan air, dan mampu memberikan perlindungan yang lebih baik bagi rifloflavin atau reaksi paparan cahaya. Produk susu pasteurisasi yang dikemas dengan kemasan botol HDPE selanjutnya diberi label sebagai tanda pengenal produk. Penggunaan label berbahan shrink plastic mengelilingi botol. Tipe label ini sudah banyak dipakai untuk label minuman. Tampilan produk susu pasteurisasi dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1 Rencana tampilan produk susu pasteurisasi dengan kemasan**

### **2. Perencanaan Pasar dan Pemasaran**

Produk susu pasteurisasi dipasaran masih terbuka sebab semakin banyaknya masyarakat yang peduli dengan untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang sehat dan bergizi. Produk susu pasteurisasi di pasaran untuk skala pengolahan langsung dari peternakan lebih banyak produk dijual secara eceran dengan kemasan plastik ikat ataupun dengan kemasan botol transparan. PT Santona Oro Banyan ingin menciptakan produk susu yang berbeda yaitu mulai dari pengolahan yang sudah menggunakan teknologi modern untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik, serta yang menjadi pembeda adalah produk dikemas dengan kemasan botol HDPE yang memiliki keunggulan mempertahankan kualitas susu.

Terdapat lima faktor yang perlu diperhatikan dalam menetapkan target pasar yaitu ukuran segmen, pertumbuhan segmen, biaya yang dikeluarkan, kemampuan perusahaan, dan posisi persaingan (Rismiati dan Suratno 2001). Segmentasi pasar susu pasteurisasi kemasan botol HDPE yaitu segmentasi geografis ditunjukkan untuk wilayah Jabodetabek, selaras dengan proses distribusi, karakteristik susu pasteurisasi tersebut yang rentan dengan daya masa simpan karena faktor salah satunya suhu. Segmentasi demografis yaitu masyarakat berjenis kelamin perempuan maupun laki-laki, dengan kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa berusia 12-60 tahun, dan berdasarkan tingkatan pendapatan yaitu pendapatan menengah keatas. Segmentasi psikografis produk susu pasteurisasi botol HDPE adalah kepada semua kelas sosial baik menengah ke atas maupun menengah ke bawah, masyarakat yang peduli akan hidup sehat. Kemudian segmentasi perilaku atau *behavior* memfokuskan pada masyarakat yang gemar mengonsumsi susu.

Produk susu pasteurisasi banyan menargetkan pada masyarakat khususnya kalangan dewasa dengan tingkat kegiatan yang cukup tinggi, dan gaya hidup yang sehat serta gemar mengonsumsi susu serta memposisikan produk susu siap minum bernutrisi dan bergizi, ditambah adanya tag line "*From Moo To You*" memosisikan diri sebagai produk yang berasal dari susu murni dengan kualitas yang baik, dan hadir dengan harga yang terjangkau untuk dikonsumsi. Bauran pemasaran rencana pengembangan bisnis ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1 Bauran pemasaran pengembangan bisnis susu pasteurisasi**

Bauran 4P	Uraian
<i>Product</i>	Susu pasteurisasi kemasan botol HDPE ukuran 250ml.
<i>Price</i>	Harga yang ditetapkan yaitu Rp10.000,00/botol 250ml.
<i>Place</i>	Mitra, tempat wisata, dan <i>online</i> melalui Instagram @banyanfarm
<i>Promotion</i>	<i>Direct marketing</i> dan melalui sosial media dengan memperkenalkan serta menawarkan produk.

### 3. Perencanaan Produksi

Produk merupakan sesuatu yang bernilai manfaat kepada konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian dengan tujuan dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Perencanaan produksi menjelaskan hal yang mendukung proses produksi yang terdiri dari perencanaan proses, perencanaan lokasi produksi, kebutuhan bahan dan peralatan, dan penjadwalan produksi.

#### a. Rencana produksi

Rencana produksi susu pasteurisasi pada tahun pertama dilakukan dalam periode seminggu 1 kali. Terdapat asumsi kegagalan produksi 1% per minggu dalam kapasitas produksi. Pada tahun pertama produksi menghasilkan 450 liter susu pasteurisasi atau 1800 botol susu pasteurisasi kemasan 250ml. Produksi tahun ke-2 hingga ke-8 diasumsikan mengalami peningkatan produksi sebesar 30% dari produksi tahun pertama yaitu dalam seminggu memproduksi 585 liter susu pasteurisasi atau 2340 botol susu pasteurisasi kemasan 250ml. Secara keseluruhan aspek produksi ini dinilai efisien atau tidak, karena pada akhirnya efisienlah yang akan menentukan faktor besar kecilnya laba yang akan diperoleh perusahaan (Kasmir dan Jakfar 2017)

b. Lokasi produksi

Lokasi produksi susu pasteurisasi berada di bagian belakang lahan peternakan dengan alasan produksi dapat diproses langsung setelah proses pemerahan sebagai ketersediaan bahan baku yang segar dan meminimalkan susu mengalami penurunan kualitas.

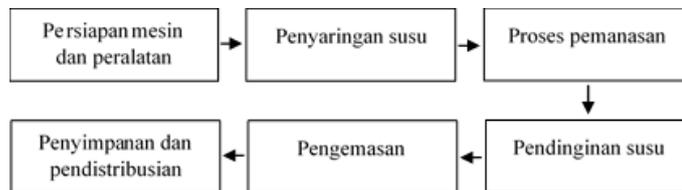
c. Proses produksi

Produksi susu pasteurisasi pada PT Santona Oro Banyan telah menggunakan mesin dan peralatan yang modern. Berikut adalah peralatan yang dibutuhkan dalam produksi susu pasteurisasi pada Tabel 2.

**Tabel 2 Rincian kebutuhan peralatan produksi**

Peralatan	Fungsi
Alat pelindung diri	Pakaian luar digunakan saat produksi
Milkcan	Penampungan setelah penyaringan
Selang susu	Penyaluran ke mesin pasteurisasi
Thermo gun	Alat pengecek suhu
Mesin pasteurisasi	Mesin pemanasan susu
Mesin cooling	Mesin pendinginan susu
Mesin filling susu	Mesin memasukan susu kedalam botol
Corong	Alat bantu filling susu

Proses produksi yang dilakukan mulai dari persiapan mesin dan peralatan, penyaringan, proses pemanasan susu, pendinginan, pengemasan, pelebelaan produk, penyimpanan, dan distribusi. Alur produksi susu pasteurisasi seperti pada Gambar 2.

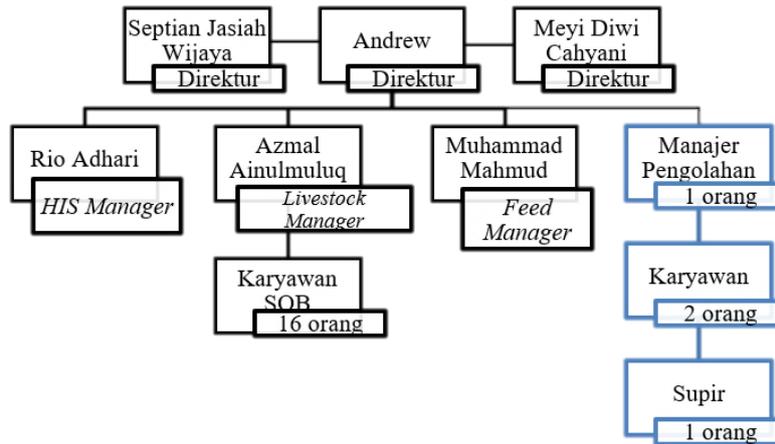


**Gambar 2 Alur produksi susu pasteurisasi**

Kegiatan produksi pengolahan susu pasteurisasi sebanyak sekali dalam seminggu dengan kapasitas yang telah direncanakan, maka dalam sebulan sebanyak 4 kali produksi. Produksi susu dilakukan pada pagi hari setelah susu diperah agar susu yang diproduksi masih dalam keadaan segar dan kualitas bagus.

#### 4. Perencanaan Manajemen, Organisasi, dan Sumber Daya Manusia

Perencanaan organisasi dan manajemen perlu dilakukan karena terdapat bagian yang masih belum lengkap agar tenaga kerja yang ada dapat fokus melakukan tugasnya masing-masing. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menambah adanya produk olahan dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Adapun struktur organisasi setelah pengembangan bisnis di PT Santona Oro Banyan dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3 Struktur organisasi setelah pengembangan**

Adanya pengembangan bisnis susu pasteurisasi di PT Santona Oro Banyan menambah struktur baru dengan penambahan divisi bagian pengolahan. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan, agar tujuan kegiatan produksi susu pasteurisasi sesuai dengan yang rencanakan. Dalam pelaksanaannya kegiatan produksi susu pasteurisasi dilakukan oleh bagian divisi pengolahan dan adanya keterkaitan dengan divisi lain yaitu karyawan produksi, manajer pengolahan, bagian pemasaran, bagian distribusi, dan lain lain.

Unit bisnis susu pasteurisasi ini akan dijalankan oleh divisi bagian pengolahan, kegiatan unit bisnis ini sedikit mengubah struktur organisasi perusahaan, adanya penambahan satu orang manajer pengolahan, satu karyawan produksi, dan satu supir pengantar susu untuk menjalankan produksi susu pasteurisasi PT Santona Oro Banyan. Setiap posisi yaitu bagian manajer pengolahan, karyawan produksi, dan supir memiliki spesifikasi yang berbeda disesuaikan dengan jabatan dan tanggung jawabnya.

## 5. Perencanaan Kolaborasi

Dalam kolaborasi didasari atas prinsip saling menguntungkan berbagai pihak, dan telah menjadi keniscayaan harus dilakukan sebab kolaborasi dapat meningkatkan iklim usaha melalui pemberdayaan untuk meningkatkan pendapatan, kapasitas usaha, serta peningkatan daya saing (Marjukah et al. 2021). Dalam rencana bisnis susu pasteurisasi PT Santona Oro Banyan akan menjalin kerjasama dengan pemasok dan pelanggan. Kerjasama pemasok antara lain dengan penyedia kemasan botol HDPE. Kemudian perusahaan perlu bekerjasama dengan pemasok label kemasan shrink plastic dan perlu menjalin kerjasama yang baik agar menguntungkan kedua belah pihak. Pada pengiriman susu kepada pelanggan dengan pemesanan pre-order melalui Instagram perusahaan memerlukan kerjasama dengan ekspedisi pengiriman paket dengan layanan satu hari sampai seperti Poxel, Go-send, Grab-express, dan Si Cepat Express.

## 6. Perencanaan Finansial

Perencanaan finansial disusun berdasarkan asumsi-asumsi pendukung yang digunakan untuk perhitungan finansial dari pengembangan bisnis ini adalah sebagai berikut:

- Umur bisnis 8 tahun didasarkan atas umur ekonomis mesin produksi.
- Sumber modal berasal dari modal usaha sendiri PT Santona Oro Banyan.

- c. Suku bunga 1,90% berdasarkan suku bunga deposito bank BCA per tanggal 9 Mei 2022.
- d. Perencanaan kapasitas produk tahun ke-1 dengan total 12.600 liter dan tahun ke-2 hingga ke-8 total 28.080 liter susu pasteurisasi.
- e. Harga jual susu pasteurisasi dengan kemasan botol HDPE seharga Rp 10.000,00/botol ukuran botol 250ml.
- f. Asumsi harga yang dipakai adalah fixed price.
- g. Total produksi tahun pertama lebih rendah karena adanya persiapan bisnis selama 5 bulan sedangkan pada tahun ke-2 hingga ke-8 produksi selama 12 bulan dan diasumsikan mengalami peningkatan permintaan sebesar 30%.
- h. Investasi dilakukan pada tahun pertama usaha dimulai dan melakukan re-investasi pada peralatan pendukung berdasarkan umur ekonomi.
- i. Terdapat asumsi penerimaan retur penjualan dari pelanggan sebesar 5% pada tahun pertama dan sebesar 3% pada tahun ke-2 hingga ke-8.
- j. Perhitungan biaya penyusutan menggunakan metode garis lurus.
- k. Pajak penghasilan usaha 0,5% berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 23 tahun 2018 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu (Direktorat Jenderal Pajak 2018). Berdasarkan asumsi-asumsi tersebut didapatkan hasil analisis perhitungan sebagai berikut:

a. Arus pengeluaran (*outflow*)

Pengeluaran dibedakan atas biaya investasi dan biaya operasional. Biaya investasi yang dikeluarkan pada awal kegiatan bisnis susu pasteurisasi di tahun pertama sebesar Rp 1.000.140.000,00. Investasi tersebut meliputi bangunan, peralatan, mesin pengolahan, dan sebagainya. Biaya operasional yang digunakan untuk keberlangsungan kegiatan usaha terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Berikut perencanaan biaya operasional yang dibutuhkan pada usaha susu pasteurisasi dalam Tabel 3.

**Tabel 3 Perencanaan biaya operasional**

Komponen	Tahun 1	Tahun 2-8
	Jumlah (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya tetap	166.298.251	210.548.251
Biaya variabel	275.723.000	612.409.200

Biaya tetap merupakan biaya yang dikeluarkan secara rutin dengan jumlahnya tidak terpengaruhi oleh perkembangan jumlah produksi dan penjualan dalam suatu bisnis. biaya tetap pada pengembangan bisnis ini dipergunakan untuk pembiayaan seperti tenaga kerja, pembayaran pajak kendaraan, biaya perawatan mesin. Sedangkan biaya variabel dikeluarkan berkaitan dengan kegiatan produksi, besar kecilnya biaya sejalan dengan perkembangan produksi seperti biaya input produksi.

b. Arus pendapatan (*inflow*)

Penerimaan dibedakan atas penerimaan penjualan dan penerimaan retur atas penjualan. Sumber penerimaan pada usaha susu pasteurisasi berupa penjualan produk susu pasteurisasi sebanyak 12.600 liter pada tahun pertama dan sebanyak 28.080 liter pada tahun ke-2 hingga ke-8 dengan kemasan botol HDPE berukuran 250ml. Total penerimaan tahun pertama memperoleh sebesar Rp504.000.000,00 dan untuk tahun ke-2 hingga ke-8 total penerimaan sebesar Rp1.123.200.000,00. Dalam penjualan susu

pasteurisasi retur diperoleh dari pengembalian produk yang dibeli kecuali pembelian melalui Instagram sebesar 25% penjualan. Adapun rincian penerimaan retur yang telah diasumsikan sebesar 5% ditahun pertama dan 3% ditahun ke-2 hingga ke-8 ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 4 Rincian penerimaan retur**

Keterangan	Tahun 1	Tahun 2-8
Penjualan (botol)	37.800	84.240
% retur	5%	3%
Total produk retur (botol)	1890	2527
Harga produk (Rp)	10.000	10.000
Penerimaan retur (Rp)	18.900.000	25.272.000

c. Analisis laba rugi

Dalam pengembangan bisnis ini analisis laba rugi mengukur keberhasilan operasional perusahaan selama periode tertentu. Proyeksi laba rugi pada kegiatan usaha susu pasteurisasi dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5 Proyeksi laba rugi bisnis susu pasteurisasi dengan kemasan HDPE**

Uraian	Tahun (Rp)	
	1	2-8
Penerimaan	485.100.000	1.097.928.000
Biaya variabel	275.723.000	612.409.200
Laba kotor	209.377.000	485.518.800
Biaya tetap	166.298.251	210.548.251
EBIT	43.078.749	274.970.549
Pajak pendapatan Usaha	215.394	1.374.853
EAT	42.863.355	273.595.696

d. Analisis kriteria investasi

Analisis kriteria investasi bertujuan menentukan kelayakan usaha produk susu pasteurisasi dengan kemasan HDPE dihitung menggunakan kriteria yaitu Net Present Value (NPV), Net Benefit Cost (Net B/C), Gross Benefit Cost (Gross B/C), Internal Rate of Return (IRR), dan Payback Period (PP). Hasil analisis kriteria investasi yang menyatakan semua komponen kriteria investasi layak dalam pengembangan bisnis susu pasteurisasi dengan kemasan botol HDPE tersebut ditunjukkan pada Tabel 6.

**Tabel 6 Analisis cash flow pada pengembangan bisnis**

Kriteria investasi	Ideal Kelayakan	Hasil	Kesimpulan
NPV	> 0	Rp1.644.840.829	Layak
IRR	> DR 1,9%	40,30%	Layak
Net B/C	> 1	2,96	Layak
Gross B/C	> 1	1,28	Layak
Payback period	< umur bisnis	3 tahun 4 bulan	Layak

e. Analisis switching value

**Tabel 6 Analisis cash flow pada pengembangan bisnis**

Kriteria investasi	Ideal Kelayakan	Hasil	Kesimpulan
NPV	> 0	Rp1.644.840.829	Layak
IRR	> DR 1,9%	40,30%	Layak
Net B/C	> 1	2,96	Layak
Gross B/C	> 1	1,28	Layak
Payback period	< umur bisnis	3 tahun 4 bulan	Layak

f. Analisis switching value

**Tabel 7 Hasil analisis switching value pada pengembangan bisnis**

Komponen	Perubahan maksimal	NPV	IRR	Net B/C	Gross B/C
Penurunan penjualan	21,48%	0	1,9%	1,00	1,00
Kenaikan harga kemasan	61,38%	0	1,9%	1,00	1,00

Hasil analisis switching value dapat dilihat bahwa batas maksimal untuk penurunan penjualan susu pasteurisasi adalah 21,48% dan batas maksimal kenaikan harga kemasan botol HDPE mengalami kenaikan sebesar 61,38%. Apabila melebihi batas tersebut, maka NPV akan mengalami titik impas atau sama dengan Rp0, yang berarti usaha tersebut tidak layak atau tidak menguntungkan untuk dijalankan.

## KESIMPULAN

Rencana ide pengembangan bisnis pada kajian ini adalah peningkatan nilai tambah susu pasteurisasi dengan penggunaan kemasan HDPE pada PT Santona Oro Banyan. Rumusan ide pengembangan bisnis berasal dari hasil analisis SWOT pada kuadran W-O atau kelemahan dan peluang. Pada kondisi ini perusahaan dapat meminimalisir kelemahan yang ada didalam perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada dipasar. Kelemahan perusahaan diantaranya produk masih dalam uji coba pengembangan, belum maksimalnya branding produk, penggunaan kemasan produk belum sesuai dengan standar, dan perusahaan belum dapat memaksimalkan mesin pengolahan yang tersedia. Kelemahan tersebut dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang seperti masyarakat menyukai olahan produk susu yang praktis dan sehat, kesadaran masyarakat hidup sehat, dan berkembangnya teknologi baik teknologi produksi maupun teknologi informasi. Berdasarkan hasil analisis perencanaan bisnis melalui studi kelayakan usaha dari aspek finansial dan non finansial, kajian bisnis peningkatan nilai tambah susu pasteurisasi dengan kemasan HDPE layak untuk dijalankan. Karena dari perhitungan kriteria investasi, NPV yang didapatkan lebih dari nol dengan hasil sebesar Rp1.644.840.829,00. IRR lebih dari suku bunga yaitu 40,30%. Net B/C lebih dari satu yaitu 2,96. Gross B/C lebih dari satu yaitu 1,28. Payback period kurang dari umur bisnis yaitu selama 3 tahun 4 bulan. Hasil switching value terhadap penurunan penjualan susu pasteurisasi sebesar 21,48% dan kenaikan harga kemasan sebesar 61,38% merupakan batasan perubahan maksimum yang dapat ditoleransi dalam kelayakan bisnis susu pasteurisasi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [Ditjen PKH] Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2021. Kementan Berkomitmen Kembangkan Produksi Susu Segar Dalam Negeri. Jakarta: Ditjen PKH. <https://ditjenpkh.pertanian.go.id/>.
- [DJP] Direktorat Jenderal Pajak. 2018. Peraturan Pemerintah No. 23. Indonesia: DJP.
- Ambarsari I, Qanytah, Sundaryono T. 2013. Perubahan Kualitas Susu Pasteurisasi Dalam Berbagai Jenis Kemasan. *Jurnal Litbang Pert.* [diakses 2022 Mei 20]; 32(1):10-19. <http://repository.pertanian.go.id/handle/123456789/1265>.
- Apriyanti ME. 2018. Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-kons.* [diakses 2022 Mei 20]; 10(1):20-27. [http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio\\_ekons](http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons).
- Kasmir, Jakfar. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler P, Armstrong G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ed Revisi. Jakarta: Erlangga.
- Marjukah A, Prasetyo J, Setyabudi A. 2021. Peran Kolaborasi Bisnis dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19. *Widyagama National Conference on Economics and Business*. E-ISSN: 2598-5280 [diakses 2022 Juni 18]: 780-789. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB>.
- Nurmalina R, Sarianti T, Karyadi A. 2018. *Study Kelayakan Bisnis*. Ed Revisi. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Pasaribu A, Firmansyah, Idris N. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Susu Sapi Perah di Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan.* [diakses 2022 Mei 15]. 14(1):28-35. <https://media.neliti.com/media/publications/99829>
- Prawiradilaga RS. 2020. *COVID-19 dan Tatalaksana Gizi*. Cetakan pertama. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (P2U) Unisba.
- Rangkuti F. 2020. *SWOT Balanced Scorecard*. Ed ke-2. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rismiati EC, Suratno B L. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sabil S. 2015. Pasteurisasi High Temperature Short Time (HTST) Susu terhadap *Listeria monocytogenes* pada Penyimpanan Refrigerator [skripsi]. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Syarif EK, Harianto B. 2011. *Buku Pintar Beternak dan Bisnis Sapi Perah*. Jakarta: PT Agromedia Pustaka.
- Utsalina DS, Primandari LA. 2020. Analisis SWOT dalam Penentuan Bobot Kriteria pada Pemilihan Strategi Pemasaran Menggunakan Analytic Network Process. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika.* [diakses 2022 Juli 31]; 14(1):51-60. <https://www.semanticscholar.org/paper>.