

MANAJEMEN PEMASARAN SUSU SAPI PERAH

(Studi Kasus pada : "Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara"
di Kelurahan Parang Tambung Kecamatan Tamalate, Kota Makassar)

Oleh :

Hendra Yarno Saadjad
G 311 01 704



UNIVERSITAS HASANUDDIN	
Tgl. Lahir	30 - 08 - 2004
Asal Dst	Fak. pertanian
Berkas	1 kfs.
Harga	Hadiah
No. Pendaftaran	040830244
as	23303 (P)

PROGRAM NON REGULER
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2004

MANAJEMEN PEMASARAN SUSU SAPI PERAH

(Studi Kasus pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Kelurahan Parangtambung,
Kecamatan Tamalate, Kota Makassar)

Oleh :

HENDRA YARNO SAADJAD

Laporan Tugas Akhir Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi

Pada

Program Non Reguler Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Hasanuddin

**PROGRAM NON REGULER
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2004

HALAMAN PENGESAHAN

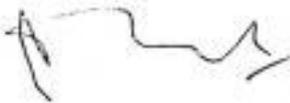
Judul : MANAJEMEN PEMASARAN SUSU SAPI PERAH
(Studi Kasus pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara,
di Kelurahan Parangtambung Kecamatan Tamalate,
Kota Makassar)

Nama : Hendra Yarno Saadjad

Nomor Pokok : G 311 01 704

Program Studi : Agribisnis

Menyetujui



Dr. Ir. Syamsu Alam, MS
Penguji



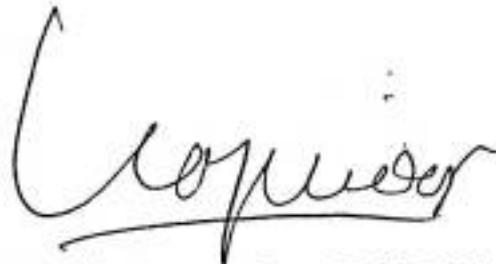
Dr. Ir. Hj. Siti Bulkis, MS
Penguji



Ir. Darwis Ali, MS
Penguji



Ir. H. Anwar Sulili, MS
Pembimbing/Penguji



Ir. Yopie Lumondong, DES, MSi
Pembimbing/Penguji

Ketua Program



Ir. H. Anwar Sulili, MS
31 658 865

RINGKASAN

Hendra Yarno Saadjad (G 311 01 704), "MANAJEMEN PEMASARAN SUSU SAPI PERAH" (Studi Kasus Pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Kelurahan Parang Tambung, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar) dibawah bimbingan **H. Anwar Sulili dan Yopie Lumoindong**.

Praktek Lapangan dilaksanakan selama 4 bulan dimulai dari bulan juli sampai dengan bulan oktober 2003. Pemilihan kasus dilakukan dengan cara penunjukan langsung setelah mengadakan observasi lapangan dengan pertimbangan bahwa usaha pemasaran susu sapi perah adalah usaha yang berpotensi untuk dikembangkan, oleh karena itu penulis terdorong untuk meneliti kasus ini dengan memaparkannya dalam bentuk laporan.

Sasaran Belajar yang hendak dicapai mencakup aspek pengetahuan, aspek sikap dan aspek ketrampilan. Fokus magang dalam praktek ini adalah manajemen pemasaran susu sapi perah yang tidak mengabaikan pengadaan bahan baku, proses produksi, proses pemasaran melalui penggunaan metode IPAL yang terdiri dari studi kasus, problematisasi, desain tindakan, uji coba, evaluasi dan refleksi.

Hasil praktek lapang menunjukkan bahwa sumberdaya yang dimiliki oleh usaha kasus meliputi sumberdaya lahan dan bangunan, sumberdaya peralatan sumberdaya finansial dan sumberdaya manusia.

Aspek-aspek manajemen pemasaran yang dikaji dalam kasus ini adalah aspek perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengendalian, koordinasi dan pengarahan. Pada aturan bauran pemasaran khususnya menyangkut produk, harga, distribusi dan promosi.

Dalam usaha kasus, hasil inventarisasi masalah ditemukan 9 butir masalah yaitu pendapatan rendah, volume penjualan rendah, produksi menurun, kurangnya sapi-sapi laktasi, daerah pemasaran terbatas, belum ada pedagang pengecer, kurangnya variasi penampilan produk, peralatan produksi kurang dan produk belum dikenal luas.

Metode IPAL sangat berguna dalam menganalisa dan mencari solusi dari masalah yang menghambat perkembangan suatu usaha dan hubungan yang harmonis dengan semua pihak dan komunikasi yang baik turut mendukung pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan.

Pada akhir laporan berisi pelajaran-pelajaran penting dan hikmah yang diperoleh selama melakukan kegiatan praktek lapang antara lain adalah kegiatan pemasaran yang terencana dan terlaksana dengan baik dan merupakan kegiatan awal dari keberhasilan suatu usaha.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah Swt berkat rahmat dan karunia-Nya jualah hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagaimana mestinya untuk memenuhi sebahagian syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak menghadapi berbagai macam kendala / rintangan, namun berkat usaha maksimal yang disertai dengan doa kepada Allah Swt dan bantuan dari berbagai pihak sehingga semuanya dapat teratasi.

Pada kesempatan ini perkenankanlah saya menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya pada kedua Orang Tuaku tercinta yang dengan tulus telah memberikan bantuan dan motivasi sejak memasuki bangku kuliah hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dan saya juga ingin berterima kasih pada teman-teman sejak dari diploma tiga yang selalu memberikan saya dukungan dan motivasi dan selalu memberikan kebahagiaan dan cinta, insya Allah, Allah akan selalu kalian semua dan mendengar semua doa kita untuk kesuksesan masa depan kita bersama.

- Bapak Ir.H. Anwar,Sulili, Msi dan Bapak Ir. Yopie Lumeidong, Ms selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing serta mengarahkan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
- Bapak ketua dan sekeretaris Jurusan Agribisnis Program Studi Ekstensi Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin
- Bapak dan Ibu dosen Jurusan Agribisnis Program Studi Ekstensi Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin
- Karyawan Program Studi Ekstensi Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin
- Bapak Fr. Yohannes Bosco serta seluruh karyawan Yayasan Lontara yang telah banyak membantu dan memberikan informasi yang saya butuhkan selama saya praktek lapang.
- Rekan-rekan sekampus Achmad (chika), Idham, Rosman (chabul) dan kawan-kawan terima kasih atas kebaikan kalian dan bantuan kalian selama ini.
- Mirna/Khetank (Po'nya) atas perhatian dan kasihmu selama ini.

Semua yang telah memberikan sumbangsihnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Atas segala bantuan yang telah diberikan tersebut, penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga Allah SWT senantiasa membalasnya.

Penulis menyadari bahwa materi tugas ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan yang tidak terjangkau oleh pengetahuan saya, olehnya itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang sifatnya membangun dan mengarah penyempurnaan materi tugas akhir ini, sehingga dapat bermanfaat.

Makassar, 11 Maret 2004

Penulis

(Hendra Y Saadjad)

BIOGRAFI PENULIS

Hendra Yarno Saadjad lahir pada tanggal 11 September 1979 tepatnya dikabupaten Luwuk Banggai Sulawesi Tengah. Hasil perkawinan Masno Saadjad dan Mardiyah.

Pada Umur Umur 6 tahun masuk di SD negeri 4 Luwuk Banggai. Setamat sekolah dasar tahun 1991 melanjutkan padsa SMPN 2 Luwuk Banggai.

Tahun 1994 Setamat SMP melanjutkan sekolah di SMUN 1 Luwuk Banggai. Setamat SMU tahun 1997 melanjutkan pendidikan di program diploma tiga fakultas Pertanian dan Kehutan Universitas Hasanuddin Makasar.

Tahun 2001 setelah tamat dari program D3 fakultas Pertanian dan Kehutanan UNHAS melanjutkan studi di progran non reguler fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Hasanuddin.

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Latar Depan	3
1.3. Pertimbangan dalam Memilih Agrosistem Kasus.....	4
1.4. Batasan Kasus	4
1.5. Sasaran Belajar.....	5
1.6. Metode Praktek Lapang.....	7
II. DESKRIPSI SITUASI AGROSISTEM.....	11
2.1. Biografi Responden dan Sejarah Perusahaan.....	11
2.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	12
2.3. Posisi Sumberdaya.....	13
2.4. Kinerja Usaha	20
2.5. Kinerja Hasil.....	26
2.6. Dampak Lingkungan.....	31
2.7. Peta Penampilan Agrosistem	31
III. MANAJEMEN PEMASARAN SUSU SEGAR.....	35
3.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	35
3.2. Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen.....	37
3.3. Bauran Pemasaran.....	42
IV. PROBLEMATISASI DAN PENETAPAN SASARAN.....	49
4.1. Penetapan Posisi Penilaian dan Dasar Pertimbangan	49
4.2. Inventarisasi Masalah	51
4.3. Menentukan Masalah Utama	53
4.4. Strukturisasi Masalah	54
4.5. Menetapkan Sasaran	56

4.6. Strukturisasi Sasaran	57
V. DESAIN TINDAKAN PENGEMBANGAN USAHA.....	60
5.1. Strukturisasi Alternatif Tindakan	60
5.2. Alternatif Keputusan	63
5.3. Struktur Tindakan Terpilih.....	69
5.4. Matriks Rencana Pengembangan Usaha.....	70
5.5. Rencana Kerja Pengembangan Usaha	72
5.6. Analisa Persoalan Potensial.....	73
VI. UJI COBA DAN EVALUASI	79
6.1. Uji Coba	79
6.2. Evaluasi	80
VII. REFLEKSI	84
7.1. Teoritik	84
7.2. Metodologik	85
7.3. Etik	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Sumberdaya Lahan dan Bangunan yang Dimiliki oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara.....	13
2. Sumberdaya Peralatan yang Dimiliki oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara.....	14
3. Sumberdaya Manusia yang Dimiliki oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara.....	16
4. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Juli 2003.....	28
5. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Bulan Agustus 2003.....	29
6. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Bulan September 2003.....	30
7. Volume Penjualan Susu Sapi Perah Pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Periode Januari-Juni 2003.....	46
8. Matriks Fungsi Manajemen dan Bauran Pemasaran pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, 2003.....	48
9. Fakta, Masalah, dan Sasaran pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar, 2003 Evaluasi Alternatif Tanpa Bobot Dengan Analisa Keputusan Memperluas Daerah Pemasaran Pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar, 2003	53
10. Analisa Perkiraan Pendapatan dari Usaha Susu Sapi perah Yayasan Lontara, 2003.....	59
11. Evaluasi Alternatif Tanpa Bobot Dengan Analisa Keputusan Memperluas Daerah Pemasaran Pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar, 2003	65

12.	Evaluasi Alternatif Bobot x Nilai Dengan Analisa Keputusan Memperluas Daerah Pemasaran Pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar, 2003	65
13.	Evaluasi Alternatif Tanpa Bobot Dengan Analisa Keputusan Meningkatkan Produksi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar, 2003.....	66
14.	Evaluasi Alternatif Bobot x Nilai Dengan Analisa Keputusan Meningkatkan Produksi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar, 2003	66
15.	Evaluasi Alternatif Tanpa Bobot Dengan Analisa Keputusan Melakukan Promosi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar 2003.....	68
16.	Evaluasi Alternatif Tanpa Bobot x Dengan Analisa Keputusan Melakukan Promosi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar 2003.....	68
17.	Matriks Perencanaan Proyek Pengembangan Usaha Pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara.....	71
18.	Rencana Kerja Proyek Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.....	72
19.	Analisis Persoalan Potensial (APP) Pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar, 2003	78
20.	Jadwal Kerja Terealisasi yang Diimplementasikan oleh Usaha Susu Sapi perah yayasan Lontara, 2003.....	80
21.	Fakta Sebelum Tindakan, Sasaran dan Fakta Terealisasi Selama Sesudah Tindakan Pemasaran Susu Sapi Segar Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.....	81
22.	Analisa Biaya dan pendapatan setelah Tindakan pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, 2003.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1.	Struktur Organisasi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.....	17
2.	Alir Bagan Proses Produksi Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar, 2003.....	22
3.	Saluran Pemasaran Produk Susu Sapi perah Yayasan lontara, Makassar 2003.....	25
4.	Peta Penampilan Karya Agrosistem Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar, 2003	32
5.	Strukturisasi Masalah pada Usaha Susu Sapi perah Yayasan Lontara, Makassar, 2003.....	55
6.	Strukturisasi Sasaran pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan lontara, Makassar, 2003	58
7.	Strukturisasi Tindakan pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar, 2003.....	62
8.	Strukturisasi Tindakan Terpilih Pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.....	69

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan pertanian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan nasional yang terus menerus sedang melakukan reorientasi sesuai dengan tuntutan era reformasi. Keragaman sektor pertanian sangat berpengaruh terhadap perikehidupan penduduk Indonesia, khususnya masyarakat pedesaan serta lapisan terbawah yang merupakan produsen sekaligus konsumen produk-produk pertanian.

Sebagai negara agraris, Indonesia sebagai layaknya negara-negara berkembang lainnya masih terus berpacu untuk membangun perekonomian, kesemuanya itu bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan bagi rakyatnya berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Peternakan di Indonesia cukup berkembang, salah satu contohnya adalah peternakan Sapi perah, jika dilihat dari segi kuantitas cukup besar yaitu ditandai dengan tingginya jumlah pemeliharaan sapi perah akan tetapi dilihat dari segi kuantitas susu masih sangat rendah (Hadi Wiyoto, 1993).

Khususnya untuk pengembangan usaha peternakan sapi perah di Indonesia, pemerintah sejak REPELITA IV telah mengupayakan untuk meningkatkan untuk peningkatan populasi dan produksi peternakan guna memenuhi kebutuhan gizi masyarakat serta meningkatkan pendapatan petani ternak disamping merangsang tumbuhnya industri pengolahan susu sebagai inti pembangunan.

Di negara-negara maju susu merupakan minuman yang biasa atau bukan hal yang mewah dan banyak bahan-bahan makanan yang menggunakan susu sebagai bahan dasarnya, sehingga konsumsi susu perkapita menjadi sangat tinggi. Sebaliknya dinegara-negara berkembang susu dianggap sebagai minuman mewah. Hal ini membuat konsumsi susu perkapita dinegara-negara berkembang termasuk Indonesia agak rendah akan tetapi dari tahun ketahu terjadi peningkatan.

Dalam keseluruhan penduduk Indonesia susu dikenal sebagai menu pelengkap dari semua menu yang dikonsumsi. Susu yang dikonsumsi masyarakat kebanyakan berasal dari susu sapi.

Penggunaan air susu sapi di Indonesia umumnya ialah untuk susu minum (langsung kekonsumen) termasuk susu untuk bayi. Pemanfaatan air susu tidak hanya terbatas pada kebutuhan makanan dan minuman saja, melainkan dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi produk lain, seperti pada proses pembuatan sabun mandi yang juga membutuhkan air susu sapi sebagai bahan baku (Harwono,1987).

Pengertian air susu segar adalah air susu yang tidak ditambahkan apapun dan hanya diperoleh dari pemerahan sapi yang sehat, susu segar mudah rusak karena itu harus cepat dikonsumsi . Susu segar yang sudah mengeluarkan bau sebaiknya tidak lagi dikonsumsi karena zat gizinya telah hilang, untuk memperpanjang usia susu dilakukan proses pengawetan (A.A. Kanisius 1980).

Susu segar merupakan minuman yang bergizi yang diperoleh dari hasil pemerahan kelenjar susu hewan ternak seperti sapi. Kandungan zat gizi dari air susu

sapi adalah lemak 3,8 %, laktosa (gula susu) 6,8 %, pritein 3,2 %, mineral 0,7 % dan kandungan airnya 87,7 % (Bucle,1987).

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai usaha susu sapi perah tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan praktek lapang sekaligus kuliah kerja nyata pada salah satu usaha susu sapi perah yang terdapat di kota Makassar, tepatnya di Kelurahan Parang Tambung, Kecamatan Tamalate.

1.2 Latar Depan

Penduduk Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Perubahan zaman yang semakin modern menyebabkan banyaknya industri makanan dan minuman berkembang. Makanan yang disajikan pun beranekaragam, mulai dari nasi yang merupakan makanan utama sampai makanan yang cepat saji seperti roti yang dilengkapi dengan keju atau mentega yang terbuat dari fermentasi susu serta susu hangat sebagai pelengkap, jenis makanan ini banyak diminati oleh orang-orang perkotaan yang tidak ingin repot untuk membuat sarapan karena berburu dengan waktu dan pekerjaan. Selain itu susu bukan hanya diperlukan sebagai bahan dasar dalam pembuatan makanan saja tetapi juga sebagai bahan dasar pembuatan kosmetik.

Melalui kegiatan praktek lapang dengan metode IPAL (Inter Participatory Action Learning) atau kaji tindak berpartisipasi akan menemukan alternatif pemecahan masalah yang berkaitan dengan pengembangan perusahaan. Bertolak dari hal tersebut, yang menjadi visi pribadi saya adalah menjadi pengusaha yang kreatif

dan mampu melihat berbagai peluang yang ada, mampu memecahkan persoalan yang ada dalam perusahaan yang berkaitan dengan pengembangan perusahaan. Untuk itu misi pribadi yang akan saya jalankan adalah belajar pada orang berpengalaman dalam usaha susu sapi perah, membaca literatur tentang usaha susu sapi perah serta mengikuti berbagai pelatihan kewirausahaan yang dapat menambah pengetahuan tentang berwirausaha.

1.3 Pertimbangan dalam Memilih Agrosistem Kasus

Adapun pertimbangan dalam memilih agrosistem kasus adalah :

1. Agrosistem kasus merupakan unit usaha yang berpotensi dikembangkan karena mampu menyediakan susu sapi segar.
2. Agrosistem kasus dapat dijadikan sarana pembelajaran kegiatan wiraswasta.
3. Agrosistem kasus dapat dijadikan sasaran belajar dalam mempraktekkan metode IPAL (Inter Participatory Action Learning).

1.4 Batasan Kasus

Dalam proses belajar ini, kasus dibatasi pada unit usaha pemerahan susu sapi oleh usaha susu sapi perah Yayasan Lontara dengan memusatkan perhatian pada manajemen pemasaran produk yang merupakan salah satu dari rangkaian kegiatan guna tercapainya tujuan perusahaan. Untuk itu perlu memperhatikan beberapa komponen, yaitu :

1. Teknologi

yaitu menyangkut pemanfaatan sumberdaya sarana dan peralatan yang digunakan dalam proses pemasaran susu sapi perah.

2. Ekologi

meliputi dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan terhadap alam khususnya di sekitar lokasi usaha.

3. Ekonomi

Dalam hal ini finansial, yaitu menyangkut penggunaan biaya dan pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha.

4. Sosial

menyangkut peranan perusahaan dalam menyerap tenaga kerja khususnya di sekitar lokasi usaha.

5. Manajemen

menyangkut penerapan manajemen pemasaran yang dilakukan di dalam agrosistem kasus.

1.5 Sasaran Belajar

Dalam mengamati suatu agrosistem diharapkan akan diperoleh pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat bagi seorang pemangag. Adapun sasaran yang hendak dicapai meliputi :

1. Aspek sikap antara lain :

- Menghargai upaya dan peranan perusahaan dalam usaha penganekaragam pangan non beras.
- Menghargai pola manajemen khususnya manajemen pemasaran yang diterapkan perusahaan untuk mencapai tujuan.

2. Aspek pengetahuan antara lain :

- Mengetahui berbagai macam sumberdaya yang terlibat dalam proses produksi susu sapi perah.
- Mengetahui sejauh mana manajemen pemasaran yang diterapkan perusahaan.
- Mengetahui dan mempelajari permasalahan yang terjadi, mengidentifikasi dan mencari alternatif pemecahannya.

3. Aspek keterampilan antara lain :

- Terampil dalam mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dan mencari jalan keluarnya melalui tindakan terpilih.
- Terampil dalam menerapkan manajemen pemasaran susu sapi segar.

1.6 Metode Praktek Lapang

1.6.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Praktek lapang dilaksanakan pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara yang berlokasi di Kelurahan Parang Tambung, Kecamatan Tamalate, Kotamadya Makassar, berlangsung selama 4 bulan, mulai bulan Juli sampai bulan Oktober 2003.

1.6.2 Metode Pemilihan

Pemilihan kasus dilakukan secara purposive (penunjukan langsung) dengan pertimbangan bahwa Usaha Susu Sapi perah Yayasan Lontara merupakan sasaran potensial untuk dikembangkan dan dapat dijadikan sasaran belajar dalam mempraktekkan metode IPAL (Inter Participatory Action Learning).

1.6.3 Metode Belajar

Praktek lapang ini menggunakan metode Inter Participatory Action Learning (Kaji Tindak Inter Partisipatif) yang dapat dipisahkan menjadi Inter-Participatory, Action, dan Learning, yang apabila diuraikan masing-masing akan bermakna sebagai berikut :

- a. Inter-Participatory adalah merupakan kegiatan partisipasi pada sebuah kasus yang bersifat eksperimental dari suatu tindakan yang komprehensif.
- b. Action adalah kegiatan peran serta dalam studi yang dilakukan tahap demi tahap.

- c. Learning adalah kegiatan keterampilan antara pemegang sebagai pembelajar dengan pengusaha dalam suatu proses belajar.

Secara Ketiganya dikaitkan menjadi satu sehingga menjadi kaji tindak inter partisipatif dimana pemegang dan responden bersama-sama melakukan tindakan terhadap masalah yang timbul sehingga diperoleh usaha perbaikan terhadap posisi dan kinerja kasus.

Adapun tahap-tahap dari pelaksanaan Inter Participatory Action Learning adalah sebagai berikut :

a. Pengenalan

Pada tahap ini pemegang akan saling mengenal satu sama lain agar dalam memperoleh suatu informasi tidak mengalami kesulitan dan tercipta suatu kerjasama.

b. Audit dasar

Aspek yang terkait dalam kasus ini meliputi :

- Aspek ekologi, melibatkan penanganan limbah khususnya dampak terhadap manusia dan lingkungan.
- Aspek teknologi, kemampuan mengelola kasus dalam penggunaan sumberdaya peralatan pada proses pengolahan.
- Aspek ekonomi, melihat seberapa besar biaya yang digunakan dan besarnya pendapatan yang diperoleh dalam usaha tersebut.
- Aspek sosial, sebagai lapangan kerja baru berarti dapat menjangkit tenaga kerja baru yang berada di sekitar lokasi usaha.

Pada posisi aspek sumberdaya yaitu :

- Sumberdaya lahan dan bangunan meliputi luas lahan, luas bangunan, nilai bangunan dan status kepemilikan.
- Sumberdaya sarana dan peralatan meliputi jenis, jumlah, harga, umur ekonomis dan nilai penyusutan.
- Sumberdaya manusia meliputi jumlah tenaga kerja, kualifikasi tenaga kerja, pembagian tugas, jenis kelamin, umur, dan upah tenaga kerja.
- Sumberdaya finansial meliputi jumlah kekayaan perusahaan yang tunai yang digunakan dalam pengelolaan usaha, sumber modal dan penggunaannya.

Pada aspek kinerja agrosistem, yaitu :

- Aspek penyediaan bahan, harga bahan baku dan sumbernya.
- Proses produksi, meliputi tahap pembuatan dan pengemasan.
- Proses pemasaran meliputi manajemen pemasaran.
- Proses keuangan meliputi gambaran tentang arus kas.
- Proses pengendalian dampak lingkungan, meliputi upaya pengolahan limbah yang dihasilkan dalam proses produksi.

c. **Problematisasi**

Merupakan suatu usaha untuk melibatkan dan mengungkapkan masalah yang terjadi dalam agrosistem kasus yang bertujuan untuk menyusun rancangan pemecahan masalah yang dihadapi, menemukan masalah utama dan strukturisasi masalah. Pada tahap ini terjadi pertukaran pendapat antara pemegang sebagai pembelajar dengan pengusaha.

d. **Desain tindakan**

Merancang (mendesain) tindakan bersama-sama dengan mitra belajar untuk mengatasi atau menyelesaikan persoalan yang ada dengan desain yang meliputi strukturisasi masalah, strukturisasi sasaran, strukturisasi tindakan, matriks perencanaan, jadwal kegiatan proyek, analisa keputusan, dan analisa persolan.

e. **Uji Coba/Implementasi**

Merupakan rancangan desain tindakan yang dirumuskan dan disepakati, kemudian diuji penerapannya pada agrosistem kasus.

f. **Pemantauan dan Evaluasi**

Dimaksudkan untuk menguji apakah penerapan model pengembangan tersebut dapat mencapai sasaran yang telah dirumuskan dan mengetahui hasil-hasil tersebut tercapai dalam jangka waktu tertentu.

g. **Refleksi**

Merupakan pelajaran-pelajaran atau hikmah penting yang didapatkan selama melakukan praktek lapang di perusahaan.

II. DESKRIPSI SITUASI AGROSISTEM

2.1 Biografi Responden dan Sejarah Perusahaan

Fr Yohanes Bosco yang akrab disapa Fr Bosco kelahiran 1962 yang berlatar belakang hanya tamatan SMA selain sebagai penanggung jawab usaha Susu sapi perah di Yayasan Lontara. Usaha susu Sapi perah Yayasan Lontara ini bukanlah usaha keluarga atau pribadi sejak dirintis oleh pastur Houben tahun 1963 sampai dengan Fr Bosco, penanggung jawab usaha selalu berganti dan masa pengantian penanggung jawab tidak ditetapkan oleh Yayasan Lontara melainkan berdasarkan keputusan Yayasan. Sejak pertama memegang usaha ini Fr bosco adalah orang yang bertanggung jawab dan selalu berpartisipasi langsung dalam kegiatan usaha sampai dalam hal membantu mengantarkan susu

Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara merupakan salah satu usaha yang menghasilkan produk susu segar. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 25 Oktober 1960 dan berlokasi di Jalan Gagak No.90. Tapi karena areal kurang luas maka yayasan membeli lahan di jalan Daeng Tata Raya No.53, dan usaha tersebut dipindahkan ke jalan Dg.Tata Raya hingga sekarang. Perusahaan ini adalah perusahaan yang dikelola secara turun temurun oleh pengurus yayasan yang ditunjuk untuk mengelola usaha susu sapi perah ini.

Lokasi perusahaan berada di jalan Dg.Tata Raya yang termasuk pusat kota Makassar. Lokasinya cukup strategis karena terletak di dalam kota sehingga mudah dicapai oleh konsumen.

Perusahaan dalam menjalankan roda usahanya melibatkan berbagai sumberdaya meliputi lahan dan bangunan. Bangunan tempat usaha yang digunakan seluas 6,023 hektar, dari keseluruhan lahan 4 hektar digunakan untuk usaha yaitu untuk usaha pemerahan susu dan kebun mangga dan lebihnya digunakan untuk perumahan Yayasan Lontara. Bangunan tersebut berfungsi sebagai tempat proses produksi dan pengemasan termasuk bangunan tempat karyawan yang tinggal di yayasan Lontara.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi perusahaan diartikan sebagai gambaran tentang masa depan yang menjadi harapan/cita-cita suatu organisasi/perusahaan yang dijabarkan ke misi dan tujuan berada dalam konteks kecenderungan masa depan yang diperhitungkan berdasarkan pengalaman masa lalu dan kenyataan masa kini.

Visi dari usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara adalah *menjadi perusahaan penghasil susu segar yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat/konsumen dengan mengutamakan kepuasan konsumen.*

Pernyataan misi yang baik terpusat di sektor kebutuhan dan keinginan konsumen. Organisasi harus menetapkan sasaran khusus yang dapat digunakan sebagai penuntun dan petunjuk menilai keberhasilan mengelola perusahaan.

Misi dari Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara adalah *meningkatkan produksi susu sapi segar dengan mempertahankan kualitas dan meningkatkan omset penjualan susu sapi segar.*

2.3 Posisi Sumberdaya

2.3.1 Sumberdaya Lahan dan Bangunan

Sumberdaya lahan dan bangunan merupakan sumberdaya yang penting karena merupakan tempat atau pusat aktivitas dari perusahaan. Lahan dalam hal ini tanah dan bangunan sebagai salah satu faktor produksi selain modal dan tenaga kerja yang merupakan modal utama dalam melaksanakan proses produksi. Sumberdaya lahan perusahaan dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Sumberdaya Lahan dan Bangunan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, 2003.

No.	Penggunaan Lahan	Luas (m ²)
1.	Bangunan tempat usaha : <ul style="list-style-type: none"> - Kantor - Ruang penyaringan, penakaran dan pengemasan susu - Ruang pertemuan - Tempat pemotongan rumput - Tempat pencampuran makanan 	10,5 12 12 9 4
2.	Kandang : <ul style="list-style-type: none"> - Kandang besar untuk sapi laktasi - (2) Kandang kecil untuk pedet (sapi yang berumur 2 bulan atau lebih) - Kandang untuk sapi yang baru dilahirkan - Kandang sapi untuk sapi dewasa yang lainnya 	120 24 12,25 60
	Total	263.75

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

2.3.2 Sumberdaya Peralatan

Peralatan merupakan alat yang digunakan dalam memperlancar kegiatan proses produksi. Sumberdaya peralatan yang digunakan oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara terdiri dari berbagai jenis alat yang digunakan dalam kegiatan proses produksi. Adapun sumberdaya peralatan yang dimiliki Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Sumberdaya Peralatan pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.

No.	Jenis Peralatan	Jumlah (unit)	Nilai (Rp)		Lama Pakai (thn)	Nilai Penyusutan (Rp)
			Baru	Sekarang		
1.	Mobil Kijang Super Pick Up	1	50.000.000	30.000.000	10	2.000.000
2.	Mesin Air	1	3.000.000	2.000.000	4	250.000
3.	Gerobak	1	150.000	75.000	4	18.750
4.	Meja					
	- Meja Kantor	3	200.000	100.000	10	30.000
	- Meja Pemotong	1	80.000	20.000	8	7.500
5.	Papan Tulis	1	60.000	20.000	10	4.000
6.	Selang Air	1	40.000	20.000	2	10.000
7.	Ember	8	5.500	1.500	1	12.000
8.	Gelas Ukur	1	3.000	500	1	2.500
9.	Sikat	4	2.000	500	1	6.000
10.	Saringan	1	1.500	500	1	1.000
11.	Keranjang	4	15.000	5.000	2	20.000
12.	Parang	2	25.000	10.000	3	10.000
Total			53.582.000,-	32.253.000		2.371.750,-

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

Dari tabel tersebut terlihat bahwa lama pemakaian peralatan berkisar 1 sampai 10 tahun dengan harga beli keseluruhan sebesar Rp 53.582.000,- dan nilai sekarang sebesar Rp 32.253.000,- sehingga nilai penyusutan per tahun sebesar Rp 2.371.750,- dengan nilai penyusutan per bulan sebesar Rp 197.645,-.

2.3.3 Sumberdaya Finansial

Sumberdaya Finansial yang dimaksud adalah menyangkut harta yang dimiliki oleh suatu usaha dalam bentuk uang ataupun benda yang sewaktu-waktu dapat dijadikan sumber permodalan dalam usaha pengembangan agrosistemnya. Modal dapat diklasifikasikan dalam bentuk kekayaan, baik berupa uang tunai maupun barang yang digunakan untuk menghasilkan sesuatu, baik langsung ataupun tidak langsung (Siswana, 1993).

Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara memulai usaha dengan membeli 2 ekor sapi jenis Fries Holland dari yang didatangkan langsung dari negeri Belanda dengan modal dari Pastour Houben sendiri yang kemudian berkembang terus menerus dipeternakan Yayasan Lontara selain itu untuk mendapatkan bibit yang unggul Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara mendatangkan sapi perah jenis Fries Holand dari kota Malang, sampai saat ini sapi dipeternakan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara berjumlah 37 ekor terhitung dengan anak sapi (pedet) dan ini adalah aset terbesar, jika diakumulasi bisa mencapai Rp.129.500.000.

2.3.4 Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia mengandung dua pengertian, pertama sumberdaya manusia adalah usaha kerja keras atau jasa yang dapat diberikan dalam proses produksi dalam hal ini mencerminkan kualitas usaha yang diberikan oleh seorang dalam waktu tertentu dalam menghasilkan suatu jasa. Mampu bekerja berarti mampu melakukan kegiatan yang mempunyai nilai ekonomis karena kegiatan tersebut menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kegiatan masyarakat. Kelompok penduduk yang mampu bekerja disebut tenaga kerja.

Untuk Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, tenaga kerja yang digunakan tidak ditentukan kualifikasi pendidikan, tetapi dicari yang mempunyai kemauan kerja dan keterampilan. Sumberdaya manusia dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

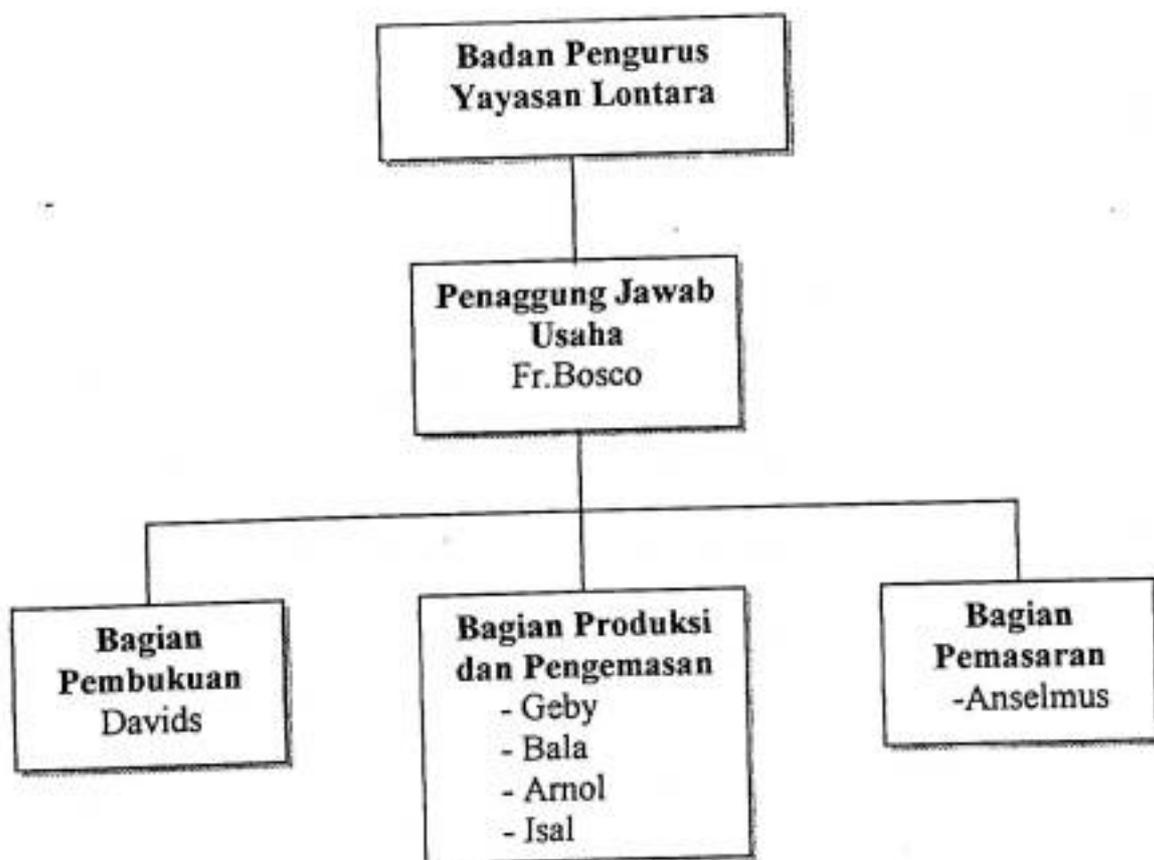
Tabel 3. Sumberdaya Manusia pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, 2003.

No.	Nama	Jenis Kelamin	Umur (thn)	Pendidikan	Jabatan	Lama kerja (thn)
1.	Fr.Bosco	L	42	SMA	Pimpinan	7
2.	Davids	L	38	SMA	Pembukuan	7
3.	Anselmus	L	34	SMA	Pemasaran	5
4.	Arnol	L	30	SMP	Pengemasan	4
5.	Izal	L	23	SMP	Pengemasan	2
6.	Geby	L	31	SMP	Produksi	4
7.	Bala	L	33	SMA	Produksi	3

Sumber : Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, 2003.

Pada tabel 3 terlihat bahwa sumberdaya manusia yang mendukung Yayasan Lontara sebanyak 7 orang, yang terdiri dari 1 orang bagian pembukuan, 1 orang bagian pemasaran, 2 orang bagian pengemasan dan 2 orang bagian produksi.

Untuk menunjang kegiatan usaha, maka diadakan pembagian tugas sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Adapun pembagian kerja pada Usaha Susu sapi Perah adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Struktur Organisasi Usaha susu sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar, 2003.

Struktur organisasi Usaha Susu sapi Yayasan Lontara menggunakan bentuk organisasi garis. Di mana pimpinan membawahi tiga bagian yaitu : bagian pembukuan, bagian produksi dan pengemasan, serta bagian pemasaran. Bentuk organisasi garis ini memiliki beberapa kebaikan dan keburukan.

Kebaikan dari organisasi garis ini adalah :

1. Kesatuan komando terjamin dengan baik karena pimpinan berada di atas satu tangan.
2. Proses pengambilan keputusan berjalan dengan cepat karena jumlah orang yang diajak berkonsultasi sedikit.
3. Rasa solidaritas di antara karyawan umumnya tinggi karena saling mengenal.

Keburukan dari organisasi garis ini adalah :

- Seluruh organisasi terlalu tergantung kepada satu pimpinan organisasi.
- Adanya kecenderungan pimpinan bertindak secara otokratis.
- Kesempatan karyawan untuk berkembang terbatas.

Usaha Susu Sapi Perah ini berada dibawah pengawasan Lontara. Kinerja pimpinan/penanggung jawab Usaha Susu Sapi Perah akan dievaluasi setiap tahun.

Setiap bagian dalam struktur organisasi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara mempunyai tugas dan kewajiban masing-masing, yaitu :

1. Pimpinan mempunyai tugas sebagai berikut :
 - a. Menetapkan kebijaksanaan perusahaan.

- b. Mengkoordinasi tugas masing-masing bagian sekaligus sebagai perencana dan pengawas.
- c. Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan dalam perusahaan.

2. Bagian keuangan mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Merencanakan dan menentukan kebutuhan keuangan.
- b. Mengatur pola dan sistem administrasi perusahaan.
- c. Bertanggung jawab atas keuangan perusahaan kepada pimpinan.

3. Bagian produksi dan pengemasan mempunyai tugas :

- a. Merencanakan dan melaksanakan kegiatan produksi.
- b. Mengatur dan memelihara pemakaian serta perbaikan peralatan.
- c. Merancang hasil produksi.
- d. Bertanggung jawab kepada pimpinan.

4. Bagian pemasaran bertugas :

- a. Mengelola pemasaran seperti penyediaan pesanan, penyerahan produk dan pengangkutan.
- b. Melakukan pemantauan pasar.
- c. Koordinasi dengan bagian keuangan.

2.3.5 Sumber Daya Ternak

Sumberdaya ternak adalah sumberdaya tambahan yang merupakan sumberdaya yang sangat berpengaruh terhadap usaha pemerahan susu ini karena sumberdaya ini merupakan bahan baku utama dalam usaha pemerahan, Sumberdaya

ternak produktif (sapi laktasi) yang dimiliki oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara sebanyak 15 ekor.

2.4 Kinerja Usaha

2.4.1 Pengadaan Bahan Baku

Ketersediaan bahan baku dalam hal ini sapi perahan dengan jumlah yang cukup dan berkesinambungan merupakan syarat utama menghasilkan produk yang bermutu. Karena itu, perusahaan harus menangani secara serius pengadaan bahan baku untuk menjamin produksi yang lancar.

Proses pemerahan susu sapi segar hanya memerlukan sapi perah sebagai bahan baku utama selain itu hanya merupakan bahan penolong atau pelengkap dalam proses produksi.

Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara mendapatkan sapi sebagai bahan baku utama dari kota Malang dengan jenis sapi Fries Holland yang merupakan jenis sapi dari negeri Belanda.

Adapun bahan penolong yang digunakan oleh usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, terdiri dari :

- a. Air, yang berguna untuk membersihkan sapi-sapi sebelum diperah selain itu air juga membantu dalam membersihkan kandang.
- b. Pakan ternak, yang merupakan makanan bagi sapi perah
- c. Obat-obatan, yang berguna bagi kesehatan sapi perah
- d. Plastik kemasan, untuk membungkus produk susu sapi segar.

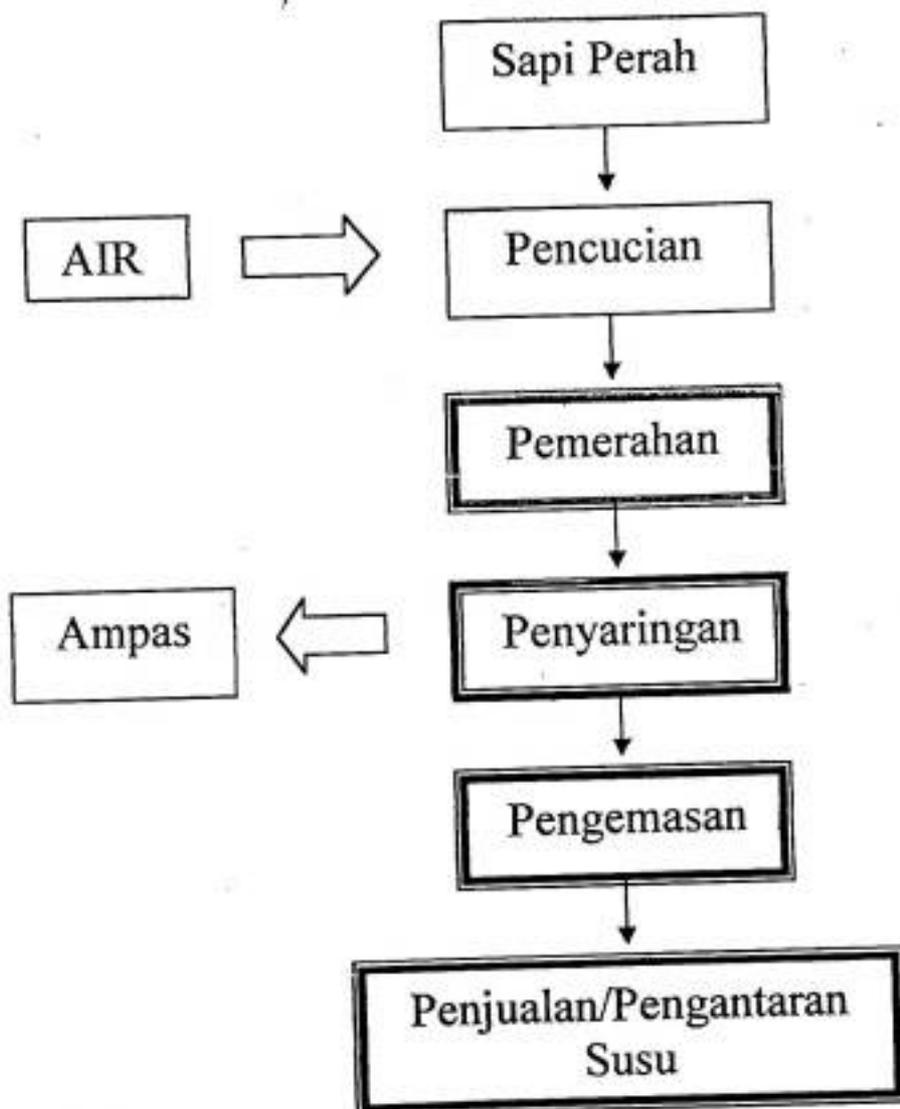
Pembelian bahan penolong dan bahan penunjang disesuaikan dengan jumlah keperluan dalam sebulan. Semua bahan dibeli langsung oleh Usaha Susu Sapi Yayasan Lontara.

Adapun masalah yang terjadi pada proses pengadaan bahan baku adalah kurangnya sapi-sapi produktif (sapi-sapi laktasi) sehingga berpengaruh terhadap jumlah produksi.

2.4.2 Proses Produksi

Proses produksi merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk dapat menghasilkan suatu produk. Agar produksi dapat terlaksana dengan baik maka perlu penyediaan berbagai faktor produksi seperti bahan baku, bahan penolong, tenaga kerja, modal dan peralatan.

Pelaksanaan sekali produksi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara menggunakan bahan baku sebanyak 15 ekor sapi betina dewasa yang nantinya akan menghasilkan rata-rata 65 liter dan dalam 1 hari memproduksi 2 kali yaitu pagi dan siang hari. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2 . Alir Bagan Proses Produksi Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar, 2003.

Keterangan:

□ = Tahapan

▣ = Proses Produksi

→ = Input

← = Output

Persiapan Alat Dan Bahan Baku

- Sapi Betina Dewasa sebanyak 15 ekor
- Peralatan yang digunakan terdiri atas : ember plastik, bak kaleng susu, milk can, corong, dan jerigen.

Proses Produksi

1. Bahan Baku

Sapi akan diperah, dimandikan sampai bersih kira-kira sampai 10 menit dengan menggunakan pipa selang. Kemudian setelah sapi benar-benar bersih dipisahkan ketempat yang bersih pula.

2. Pemerahan

Sebelum kita pemerah sapi terlebih dahulu kita harus dalam keadaan bersih/steril. Kemudian puting susu sapi dicuci dengan kain yang dicelup dalam air hanya untuk merangsang keluarnya air susu, agar produksi susunya stabil cara pemerahannya harus teratur dan air susu yang keluar ditampung dalam wadah/ember.

3. Penyaringan

Penyaringan dilakukan secepatnya setelah pemerahan dengan menggunakan kain khusus, ampas atau kotoran sisa penyaringan dibuang.

4. Pengemasan

Susu sapi dilemas dalam kemasan kantong plastik bening dibedakan menjadi dua macam kemasan. Kemasan 1 liter dan kemasan $\frac{1}{2}$ liter.

Proses produksi diartikan sebagai cara, teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumberdaya yaitu tenaga kerja, mesin, bahan-bahan dan modal yang ada, tapi dalam proses produksi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara menemui masalah pada kurangnya peralatan produksi.

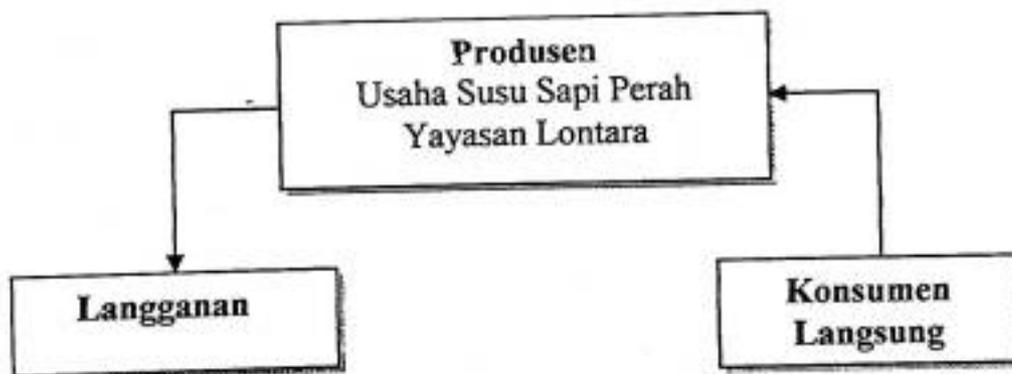
2.4.3 Proses Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Pemasaran merupakan program yang sehat terhadap bisnis sebab hampir semua fungsi pemasaran bukanlah barang baru lagi, pemasaran bukanlah suatu ilmu yang gaib di abad dua puluhan yang mampu mengobati seluruh penyakit perusahaan di bidang komersil. Penerapan konsep pemasaran menghendaki agar para pengusaha selalu memikirkan segi keuangan dan berbagai pertimbangan lain, dengan berpegang pada konsep pemasaran dapatlah pengusaha mengarahkan faktor yang diakuinya secara efisien untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sekaligus memperoleh laba.

Jadi, peranan pemasaran dapat dikatakan sangat penting, karena umumnya yang menjadi sasaran atau tujuan adalah konsumen. Jadi kepuasan yang diperoleh konsumen merupakan salah satu ukuran keberhasilan dari proses pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

Adapun daerah pemasaran dan permintaan konsumen akan susu sapi segar oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara meliputi seluruh wilayah dalam kota Makassar (100 %) karena tidak mempunyai pedagang pengecer ataupun cabang diluar kota Makassar.

Proses pemasaran dilakukan dengan dua jalur, yaitu langganan dan konsumen langsung, dimana untuk para langganan usaha pemasaran dilakukan dengan jalan diantar langsung, sedangkan untuk konsumen langsung dengan jalan membeli langsung pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3, dibawah ini.



Gambar 3. Saluran Pemasaran Produk Susu Sapi Perah Yayasan Lontara , Makassar, 2003.

2.4.4 Proses Pengupahan Karyawan

Proses pengupahan merupakan pembayaran atau pemberian upah atau gaji kepada karyawan. Karyawan pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara ada yang berasal dari lingkungan Yayasan dan ada juga yang berasal dari warga sekitar

pemerahan, dengan jumlah keseluruhan sebanyak 7 orang. Jumlah jam kerja dalam sehari rata-rata 7 jam, dibagi dalam 2 kali pemerahan yaitu pemerahan pertama dimulai pukul 04.00 -08.00 kemudian pemerahan kedua dimulai pukul 11.00 – 14.00 dan bekerja setiap hari termasuk hari minggu/libur.

Sistem pengupahan dilakukan dengan cara upah per bulan. Tinggi rendahnya upah yang diberikan tergantung dari lamanya karyawan bekerja pada perusahaan.

2.5 Kinerja Hasil

Analisis biaya dan pendapatan bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya-biaya yang digunakan selama proses produksi berlangsung dan pendapatan yang diperoleh dari usaha yang dikelola oleh satu usaha.

Menurut Kothler 1993, biaya adalah segala dana yang diinvestasikan dalam suatu kegiatan yang berlangsung dalam produk tertentu. Menurut hubungan biaya dengan suatu yang dapat dibiayai, biaya dapat digolongkan ke dalam dua jenis yaitu biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*).

2.5.1 Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk berlangsungnya suatu kegiatan usaha yang jumlahnya berpengaruh langsung pada jumlah hasil produksi. Biaya variabel yang dikeluarkan oleh perusahaan kasus adalah biaya bahan baku, biaya bahan penolong, dan biaya operasional lainnya, biaya

variabel yang dikeluarkan oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara dalam setiap bulannya sebesar Rp. 423.000.

2.5.2 Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan untuk menunjang kelancaran proses produksi, tetapi tidak mempengaruhi besarnya produksi yang dihasilkan dan jumlahnya relatif tetap walaupun total produksi mengalami perubahan, biaya tetap yang dikeluarkan oleh Usaha Susu sapi Perah Yayasan Lontara setiap bulannya sebesar Rp. 3.827.645.

2.5.3 Analisis Biaya dan Pendapatan

Pendapatan merupakan selisih antara total biaya dan hasil penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Pendapatan yang diterima oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara dapat dilihat pada tabel halaman berikut.

Dari tabel 4, tabel 5, dan tabel 6 memperlihatkan bahwa jumlah penjualan sebesar 1.746 liter, 1.837 liter, dan 1.734 liter. Penjualan yang bervariasi disebabkan permintaan konsumen yang tidak menentu yang mengakibatkan pendapatan bersih yang diterima juga tidak menentu. Pendapatan bersih yang diterima untuk bulan Juli sebesar Rp 4.481.420,-, untuk bulan Agustus sebesar Rp 4.863.920,-, dan bulan September Rp 4.472.420,-. Ini disebabkan oleh jumlah produksi yang bervariasi.

Tabel 4. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Bulan Juli, 2003.

No.	Uraian	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Produksi			
	- Susu sapi segar	1.746 ltr	5.000	8.730.000
	- Pupuk kandang	100 krg	5.000	500.000
	Jumlah			9.230.000
2.	Biaya variabel			
	a. Bahan Penolong :			
	- Pakan Ternak			
	. Dedak Padi	200 kg	700	140.000
	. Ampas Tahu	100 kg	500	50.000
	- Obat-obatan			
	. Va slin	6 kg	25.000	150.000
	. Anti bloat	6 btl	12.000	72.000
	b. Bahan Penunjang :			
	- Plastik Kemasan	5 bks	2.000	10.000
	- Karet Gelang	1 bks	1.000	1.000
	Jumlah			423.000
3.	Biaya Tetap			
	a. Gaji Karyawan	6 org		3.000.000
	b. Rekening Listrik			180.000
	c. Rekening Telpon			150.000
	d. Rekening PAM			200.000
	e. Pemeliharaan			100.000
	f. Penyusutan			197.645
	Jumlah			3.827.645
4.	Total Biaya (2 + 3)			4.250.645
5.	Pendapatan Kotor (1 - 4)			4.979.355
6.	Pajak 10%			497.935
7.	Pendapatan Bersih (5 - 6)			4.481.420.

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

Tabel 5. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Bulan Agustus, 2003.

No.	Uraian	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Produksi			
	- Susu sapi segar	1.837 ltr	5.000	9.185.000
	- Pupuk kandang	94 krg	5.000	470.000
	Jumlah			9.655.000
2.	Biaya variabel			
	a. Bahan Penolong :			
	- Pakan Ternak			
	. Dedak Padi	200 kg	700	140.000
	. Ampas Tahu	100 kg	500	50.000
	- Obat-obatan			
	. Va slin	6 kg	25.000	150.000
	. Anti bloat	6 btl	12.000	72.000
	b. Bahan Penunjang :			
	- Plastik Kemasan	5 bks	2.000	10.000
	- Karet Gelang	1 bks	1.000	1.000
	Jumlah			423.000
3.	Biaya Tetap			
	a. Gaji Karyawan	6 org		3.000.000
	b. Rekening Listrik			180.000
	c. Rekening Telpon			150.000
	d. Rekening PAM			200.000
	e. Pemeliharaan			100.000
	f. Penyusutan			197.645
	Jumlah			3.827.645
4.	Total Biaya (2 + 3)			4.250.645
5.	Pendapatan Kotor (1 - 4)			5.404.355
6.	Pajak 10%			540.435
7.	Pendapatan Bersih (5 - 6)			4.863.920.

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

Tabel 6. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Bulan September, 2003.

No.	Uraian	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Produksi			
	- Susu sapi segar	1.734 ltr	5.000	8.670.000
	- Pupuk kandang	110 krg	5.000	550.000
	Jumlah			9.220.000
2.	Biaya variabel			
	a. Bahan Penolong :			
	- Pakan Ternak			
	. Dedak Padi	200 kg	700	140.000
	. Ampas Tahu	100 kg	500	50.000
	- Obat-obatan			
	. Va slin	6 kg	25.000	150.000
	. Anti bloat	6 btl	12.000	72.000
	b. Bahan Penunjang :			
	- Plastik Kemasan	5 bks	2.000	10.000
	- Karet Gelang	1 bks	1.000	1.000
	Jumlah			423.000
3.	Biaya Tetap			
	a. Gaji Karyawan	6 org		3.000.000
	b. Rekening Listrik			180.000
	c. Rekening Telpon			150.000
	d. Rekening PAM			200.000
	e. Pemeliharaan			100.000
	f. Penyusutan			197.645
	Jumlah			3.827.645
4.	Total Biaya (2 + 3)			4.250.645
5.	Pendapatan Kotor (1 - 4)			4.969.355
6.	Pajak 10%			496.935
7.	Pendapatan Bersih (5 - 6)			4.472.420.

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

2.6 Dampak Lingkungan

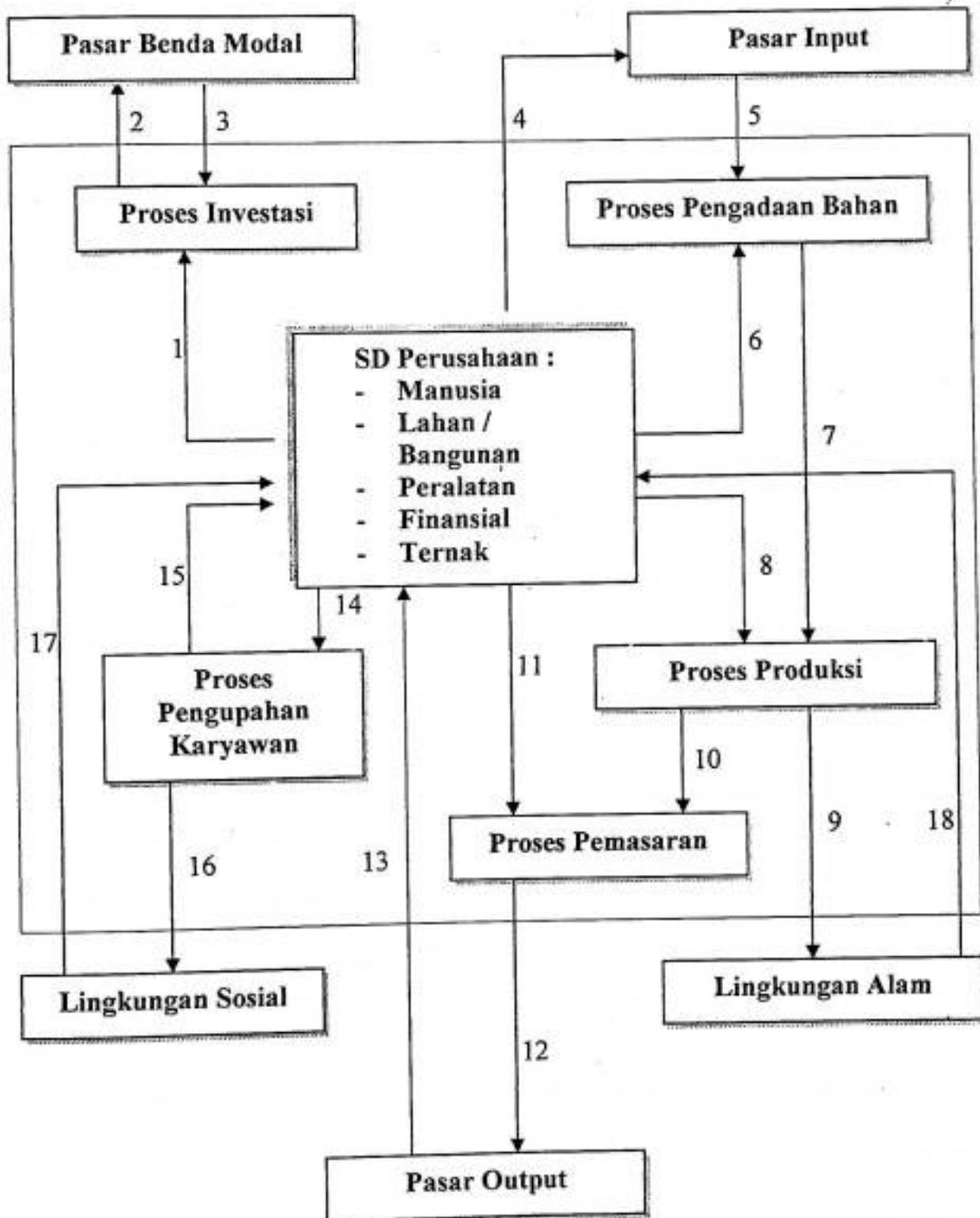
Kegiatan industri dan kegiatan peternakan biasa menimbulkan efek terhadap lingkungan, sehingga diperlukan kesadaran untuk senantiasa melakukan pengawasan terhadap dampak yang di timbulkan, baik lingkungan alam maupun lingkungan sosial. Dampak lingkungan yang diakibatkan bisa berupa dampak negatif dan bisa berupa dampak positif.

Dampak negatif yang ditimbulkan berupa kotoran sapi yang menimbulkan gangguan terhadap udara sekitar karena mengeluarkan bau. Tapi kotoran sapi ini juga dapat dipasarkan sebagai pupuk kandang dengan harga Rp. 5.000 per karung (25 Kg).

Dampak positif yang ditimbulkan adalah dampak terhadap lingkungan sosial yaitu dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi usaha. Di samping itu dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan kebutuhan susu sapi segar dan pajak yang dibayarkan untuk pembangunan.

2.7 Peta Penampilan Agrosistem

Peta penampilan agrosistem adalah gambaran tentang arus uang, barang dan jasa yang berasal dari dalam agrosistem maupun dari luar agrosistem. Pada peta penampilan agrosistem dapat pula diketahui keterkaitan masing-masing proses dengan sumberdaya yang ada dan keterkaitan antara proses-proses itu sendiri, serta interaksi dengan lingkungan sekitarnya dimana proses agrosistem berlangsung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4 berikut :



Gambar 4: Peta Penampilan Agrosistem Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara Makassar, 2003.

Keterangan gambar :

1. Sumberdaya perusahaan digunakan untuk investasi.
2. Pada proses investasi, sumberdaya manusia membeli peralatan dan mesin-mesin produksi pada pasar benda modal.
3. Pasar benda modal mengalokasikan beberapa peralatan dan mesin produksi untuk kepentingan proses investasi.
4. Alokasi sumberdaya manusia dan sumberdaya finansial ke pasar input untuk membeli bahan baku, bahan penolong, dan bahan penunjang.
5. Sarana produksi berupa bahan baku, bahan penolong, dan bahan penunjang dialokasikan ke pengadaan bahan baku.
6. Alokasi sumberdaya manusia, sumberdaya lahan dan bangunan, sumberdaya peralatan dan sumberdaya finansial pada proses pengadaan bahan baku.
7. Dari proses pengadaan bahan dialokasikan ke proses produksi.
8. Alokasi sumberdaya manusia, sumberdaya lahan dan bangunan, sumberdaya peralatan dan sumberdaya finansial dalam proses produksi.
9. Proses produksi berdampak terhadap lingkungan alam.
10. Hasil akhir dari proses produksi dialokasikan ke pasar untuk dipasarkan.
11. Alokasi sumberdaya perusahaan dalam proses pemasaran melibatkan sumberdaya manusia, sumberdaya peralatan berupa kendaraan dan sumberdaya finansial.
12. Bagian pemasaran memasarkan produk di pasar output.

13. Hasil penjualan dari pasar output akan memberikan keuntungan yang merupakan masukan sebagai dana finansial bagi pengusaha.
14. Sumberdaya finansial digunakan untuk pengupahan karyawan.
15. Dari hasil pembayaran upah akan memberikan kepuasan dan motivasi kerja dari karyawan.
16. Dari hasil pengupahan karyawan akan memberikan dampak terhadap pendapatan bagi lingkungan sosial di sekitar tempat usaha.
17. Lingkungan sosial juga berpengaruh terhadap usaha agrosistem.
18. Lingkungan alam sangat mempengaruhi usaha agrosistem.

III. MANAJEMEN PEMASARAN SUSU SEGAR

3.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha – usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumberdaya organisasi agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Sedangkan pemasaran dalam suatu perusahaan meliputi berbagai aspek keputusan dan kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan guna menghasilkan laba (*Downey, 1992*).

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Jadi, manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.

Manajemen adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu (*Malayu, 2001*).

Pemasaran merupakan kegiatan para individu dan organisasi yang dilakukan untuk memudahkan atau mendukung hubungan pertukaran yang memuaskan dalam sebuah lingkungan yang dinamis melalui penciptaan, distribusi, promosi, penetapan harga barang dan jasa serta gagasan (*Pride dan Ferrel, 1995*).

Manajemen sebagai seni berfungsi untuk mencapai tujuan yang nyata mendatangkan hasil atau manfaat, sedangkan manajemen sebagai ilmu berfungsi menerangkan fenomena-fenomena (gejala-gejala), kejadian-kejadian, keadaan-keadaan, jadi memberikan penjelasan-penjelasan (*Manullang, 2002*).

Untuk mengembangkan suatu perencanaan produk dalam usaha untuk meningkatkan penjualan maka terdapat dua faktor yang mempengaruhi yaitu faktor Intern dan Ekstern. Yang termasuk faktor intern adalah produk, harga, promosi dan pendistribusian yang biasa dikenal dengan Bauran pemasaran (Marketing Mix), sedangkan faktor Eksternal meliputi lingkungan budaya, peraturan pemerintah, persaingan serta teknologi. Selanjutnya dikatakan bahwa dari dua faktor tersebut maka persaingan harga, daya beli masyarakat dan kegiatan promosi merupakan faktor yang paling berpengaruh (*Carthy, 1985*).

Penerapan unsur-unsur manajemen dalam efektivitas seorang manajer atau pimpinan perusahaan akan lebih mudah berjalan dengan baik dan lancar jika didorong dengan sumberdaya yang ada. Di samping itu kemampuan seseorang dalam memimpin dan mengendalikan suatu usaha sangat penting artinya dalam suatu usaha.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai (*Kothler, 2000*).

Penanganan proses pertukaran supaya berhasil menuntut sejumlah besar kerja dan keterampilan. Manajemen pemasaran terjadi bila sekurang-kurangnya satu pihak pelaku pertukaran potensial berpikir tentang sarana-sarana untuk melaksanakan tanggapan yang diinginkan oleh pihak pertama itu dari pihak lain. Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, menjaga, dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyerahan, dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul. Masalah-masalah pokok yang diatur dalam manajemen pemasaran lebih dititikberatkan tentang cara penjualan barang, jasa, pendistribusian, promosi produksi sehingga konsumen merasa tertarik untuk mengkonsumsinya. Jadi, mengatur bagaimana supaya barang dan jasa-jasa dapat terjual seoptimal mungkin dan dengan mendapat laba yang wajar (Malayu, 2001).

3.2 Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen

Berhasil tidaknya suatu usaha tergantung bagaimana penerapan fungsi-fungsi manajemen unsur-unsur manajemen yang diterapkan meliputi fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), pengkoordinasian (*coordinating*), dan pengawasan (*controlling*) dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Diharapkan dengan pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen maka tujuan organisasi dapat dicapai sebagaimana yang telah ditetapkan. Namun, dalam pelaksanaan kelima fungsi manajemen

yang telah ditetapkan. Namun, dalam pelaksanaan kelima fungsi manajemen harus merupakan suatu kesatuan yang masing-masing fungsinya terikat pada hubungan antara fungsi-fungsi yang selaras dan seimbang.

3.2.1 Fungsi Perencanaan

Perencanaan merupakan hal terpenting diantara semua fungsi manajemen yang ada untuk mendukung usaha-usaha pencapaian tujuan suatu organisasi. Fungsi perencanaan haruslah dilakukan terlebih dahulu daripada fungsi-fungsi lainnya. Ini disebabkan karena perencanaan merupakan pedoman yang harus dipakai dalam menggerakkan tujuan dari organisasi.

Perencanaan pemasaran adalah perumusan usaha yang akan dilakukan dalam bidang pemasaran dengan menggunakan sumberdaya yang ada dalam suatu usaha guna mencapai tujuan dan sasaran tertentu dibidang pemasaran pada suatu waktu tertentu dimasa yang akan datang.

Perencanaan merupakan tindakan untuk menentukan sasaran dari arah yang dipilih. Dalam perencanaan ini dituntut adanya kemampuan untuk meramalkan, menunjukkan dan melihat ke depan dengan dilandasi tujuan-tujuan tertentu.

Perencanaan pemasaran yang dilakukan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara dalam menjalankan usahanya meliputi perencanaan proses pengadaan bahan baku, produksi serta mengantarkan langsung produk pada para langganan dan menjual langsung pada konsumen langsung.



Dalam memasarkan produknya, pihak yayasan Lontara berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan memperhatikan kualitas dan pelayanan yang baik dengan mengemas produk dalam kemasan 0,5 liter, 1 liter, 5 liter dan 10 liter.

3.2.2 Fungsi Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan suatu kegiatan manajemen yang berkaitan dengan pembagian pekerjaan diantara kelompok yang ada, penetapan, dan perincian hubungan-hubungan yang diperlukan.

Fungsi ini merupakan proses pembagian tugas yang merupakan bagian dari pekerjaan antara anggota kelompok yang ada serta menetapkan dan merinci hubungan – hubungan yang diperlukan (*Rahadi dkk, 1993*)

Pengorganisasian adalah suatu proses penentuan, pengelompokan, dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas ini, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut (*Malayu, 2001*).

Setiap karyawan Usah Susu Sapi Perah Yayasan Lontara mempunyai tugas dan peranan yang sudah jelas. Pembagian tugas yang dimaksud agar karyawan yang telah diberi tugas dapat bertanggung jawab atas pekerjaan yang

telah dilimpahkan kepadanya. Oleh karena itu harapan usaha dapat berjalan dengan lancar untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan.

Dalam aktivitas menjalankan usaha keseharian Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara memiliki 7 orang tenaga kerja. Pembagian tugas pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara terdiri atas Pimpinan atau Penanggung jawab usaha, bagian pembukuan, bagian pemasaran, bagian pengemasan dan bagian produksi.

Pemberian upah didasarkan pada lama kerja. Karyawan yang baru bekerja diberikan upah sebesar Rp 250.000,- per bulan dan karyawan yang telah lama bekerja dengan upah Rp 500.000,- per bulan.

3.2.3 Fungsi Pengarahan

Pengarahan merupakan aspek hubungan manusiawi dalam kepemimpinan yang mengikat para bawahan untuk bersedia mengerti dan menyumbangkan tenaganya secara efektif serta efisien untuk mencapai tujuan (Swasta dan Sukotjo, 1982).

Pengarahan adalah fungsi manajemen yang berhubungan dengan usaha memberi bimbingan, saran, perintah dan instruksi kepada bawahan dalam melaksanakan tugasnya masing-masing agar dapat berjalan dengan baik dan benar-benar tertuju kepada tujuan yang ditetapkan.

Pengarahan juga dimaksudkan sebagai usaha membimbing dan menilai kegiatan-orang lain untuk mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya.

Pengarahan yang dilakukan oleh agrosistem dimaksudkan untuk menghindari terjadinya penyimpangan sehingga perusahaan dapat mencapai target yang diinginkan.

Sebagai penanggung jawab usaha Fr. Bosco senantiasa mengarahkan para karyawan secara terbuka dalam bentuk kekeluargaan dan bukan berbentuk perintah dan perigatan sehingga pegarahan yang dirasakan oleh para karyawan hanyalah berbentuk saran dan kritikan yang dapat memotivasi pekerjaan mereka.

3.2.4 Fungsi Koordinasi

Koordinasi berarti penyatuan usaha dengan kegiatan – kegiatan dari semua pihak pada suatu usaha dan dimaksudkan untuk mencapai tujuan bersama dan untuk mengikuti kebijaksanaan umum usaha. Pengkoordinasian dapat juga dikatakan sebagai jembatan penghubung antara tindakan yang dilakukan dalam suatu usaha untuk menyatukan langkah dalam mencapai tujuan. Dalam menjalankan fungsi koordinasi, pimpinan dan karyawan menyesuaikan fungsi dan tugas masing-masing, sehingga masing-masing individu dapat memahami tugas-tugasnya.

Pada agrosistem kasus, bentuk koordinasi yang diterapkan yaitu dengan menjalin komunikasi satu arah antara penanggung jawab usaha dan bawahan yaitu penanggung jawab hanya memberikan pengarahan dan juga melakukan pengawasan.

3.2.5 Fungsi Pengawasan

Pengawasan merupakan tindakan untuk mengawasi aktivitas-aktivitas agar dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, serta melakukan tindakan koreksi jika terjadi penyimpangan-penyimpangan selama kegiatan usaha berlangsung.

Pengawasan dianggap penting dalam memperkecil kesalahan dan penyimpangan – penyimpangan yang terjadi dalam suatu kegiatan usaha selain itu pengawasan dapat berfungsi dalam menilai serta mengkaji kegiatan usaha berjalan berdasarkan perencanaan usaha yang telah ditetapkan.

Adapun kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh penanggung jawab usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara yaitu pengawasan secara langsung terhadap berbagai aspek kegiatan baik menyangkut mutu bahan baku dan mutu produk, serta penggunaan bahan baku.

3.3 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah kerangka dari pada suatu keputusan pemasaran variable dalam setiap perusahaan didalam waktu atau sampai batas waktu tertentu (*Mursyid, 1993*)

Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, di mana variabel-variabel yang ada dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi konsumen. Bauran pemasaran ini terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarnya. Kombinasi variabel pemasaran yang terdapat dalam pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi (*Sofyan Assauri, 1987*)

Bauran pemasaran (marketing mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran (*Kothler, 2000*).

Unsur-unsur dalam bauran pemasaran akan dijelaskan sebagai berikut :

3.3.1 Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau kebutuhan manusia lewat pemilihan barang dan jasa yang ditawarkan secara tepat (*Gitosudarmo, 1986*).

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang meliputi barang

secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi, dan gagasan atau buah pikiran (Sofyan Assauri, 1987).

Jika dipandang dari sudut perspektif, maka sebuah produk dinyatakan sebagai jumlah total semua kepuasan psikologi, estetika, dan spiritual yang diperoleh dari pembelian atau penggunaannya, baik kemasan, merk atau simbol, warna, dimana saja produk tersebut dibeli, kesemuanya merupakan bagian perspektif konsumen terhadap suatu produk.

Produk yang dihasilkan oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara yaitu produk atau barang konsumsi yaitu barang yang dibeli konsumen atau pelanggan untuk dikonsumsi sendiri atau dijual kembali (diolah kembali). Produk yang dihasilkan berupa Susu Sapi Segar. Produk dikemas dalam kemasan plastik dengan ukuran berat 0,5 liter dan 1 liter susu segar yang dipasarkan kepada para langganan dan konsumen langsung. Sedangkan produk untuk Candy Backeri, Hotel Imperial Arya duta, Usaha Dangke Cendrawasih dan Rumah sakit Stella Maris dikemas dalam kemasan jerigen 5 liter dan 10 liter.

3.3.2 Harga

Menurut Gitosudarmo (1994), bahwa pengusaha dapat mencantumkan harga yang rendah serta memberikan diskon atau potongan harga dan mencantumkan harga obral. Dengan penerapan ini akan menarik perhatian serta mendorong konsumen untuk melakukan transaksi jual beli.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk tertentu. Harga adalah nilai pertukaran dari suatu produk atas jasa. Dengan demikian penetapan harga merupakan keputusan pemasaran yang sangat menentukan, karena turut berpengaruh terhadap hasil penjualan.

Penetapan harga yang rendah dapat merangsang pembelian suatu produk. Pasar sangat peka sekali sehingga harga yang rendah mampu merangsang pertumbuhan dan permintaan pembeli potensial sebanyak-banyaknya.

Usaha Susu sapi Perah Yayasan Lontara dalam penetapan harga menetapkan harga susu sapi segar dengan nilai Rp. 2.500,- untuk kemasan 0,5 liter, untuk kemasan 1 liter dengan harga Rp. 5.000,- untuk kemasan 5 liter Rp. 25.000,- dan untuk kemasan 10 liter dengan harga Rp. 50.000,-.

3.3.3 Distribusi

Distribusi dapat diartikan sebagai saluran penjualan yang menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Distribusi juga dapat diartikan sebagai salah satu fungsi yang digunakan oleh para produsen untuk menyalurkan barang atau produknya kepada konsumen.

Biasanya produsen menawarkan produknya secara langsung kepada konsumen atau dengan menggunakan lembaga pemasaran atau perantara pemasaran. Pemilihan saluran distribusi yang akan digunakan disesuaikan

dengan keadaan perusahaan, misalnya jenis produk, biaya-biaya yang dikeluarkan, faktor waktu, resiko, luas areal pemasaran, mutu produk, dan laba yang akan diperoleh.

Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara memasarkan produknya secara langsung dengan cara mengantarkan langsung kepada para langganan. Namun ada juga konsumen langsung yang membeli langsung di pemerahan.

Daerah pemasarannya hanya dalam kota Makassar. Untuk dalam kota Makassar dipasarkan atau diantarkan langsung kerumah para langganan. Selain itu produk susu segar juga di distribusikan ke Candi Bakery, Hotel Imperial Aryaduta, Rumah Sakit Stella Maris. Dari bulan kebulan ditahun 2003 susu yang didistribusikan ke konsumen bervariasi tapi tidak ada kenaikan ataupun penurunan yang berarti. Berdasarkan data yang diperoleh dari bagian pemasaran, volume penjualan produk dapat dilihat pada tabel 7 berikut :

Tabel 7. Volume Penjualan Susu Sapi Perah pada Usaha Susu Sapi Perah yayasan Lontara, Makassar, 2003

Bulan	Volume Penjualan (liter)
Januari 2003	1.735
Februari 2003	1.740
Maret 2003	1.745
April 2003	1.737
Mei 2003	1.742
Juni 2003	1.738

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

Berdasarkan data tersebut, dilihat bahwa penjualan susu sapi segar dalam enam bulan terakhir. Penjualan setiap bulannya bervariasi tergantung dari besarnya produksi.

3.3.4 Promosi

Promosi adalah komunikasi yang persuasif yang mengajak, membujuk dan meyakinkan. Promosi merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang digunakan oleh suatu usaha dalam berkomunikasi dengan para konsumennya.

Promosi merupakan rangkaian kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen kepada

konsumen melalui jalinan komunikasi dengan maksud mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Adapun cara promosi yang dilakukan oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara yaitu penyampaian dari seseorang (pelanggan) yang satu ke pelanggan yang lain atau pihak yayasan memperkenalkan produk pada konsumen secara langsung.

Fungsi manajemen dan bauran pemasaran tidak dapat dipisahkan karena sanga berhubungan dan saing mendukung, fungsi manajemen dan bauran pemasaran dapat dihubungkan dalam suatu sistem pemasaran, dimana fungsi manajemen sangat membantu bauran pemasaran dalam perencanaan produk, perencanaan harga, perencanaan distribusi dan perencanaan promosi, selain itu fungsi pengorganisasian, fungsi pengarahan dan fungsi koordinasi sangat mendukung dalam penentuan kemasan produk, penentuan harga, penentuan lokasi pemasaran dan penentuan jenis promosi.

Dibawah ini adalah matriks fungsi manajemen pemasaran dan bauran pemasaran.

Tabel.8. Matriks Fungsi Manajemen dan Bauran Pemasaran pada Usaha Susu sapi

Perah Yayasan Lontara, 2003.

Fungsi Manajemen	Bauran Pemasaran			
	Produk	Harga	Distribusi	Promosi
Fungsi Perencanaan	Kemasan produk diperbarui	Harga disesuaikan dengan kemasan	Mencari kurir Pengecer	Melakukan promosi secara intensif
Fungsi Pengorganisasian	Penentuan kemasan	Penentuan Harga	Penentuan lokasi pemasaran	Penentuan jenis promosi
Fungsi Pengarahan	Menyarakan agar tetap menjaga mutu	Pengarahan dalam menyesuaikan harga dengan kemasan	Menginstruksikan untuk mencari pedagang pengecer	Membimbing dalam kegiatan promosi
Fungsi Koordinasi	Menkoordinasi Produksi, pengemasan dan pemasaran	Mengkoordinasi bidang pemasaran	Mengkoordinasi bidang pemasaran	Mengkoordinasi bidang pemasaran
Fungsi Pengawasan	Mengawasi bidang produksi dan pengawasan	Mengawasi bidang pemasaran	Mengawasi bidang pemasaran	Mengawasi bidang pemasaran

Sumber : Data Primer setelah, 2003

IV. PROBLEMATISASI DAN PENETAPAN SASARAN

Problematikasi merupakan suatu kegiatan mencari atau menentukan berbagai persoalan yang menghambat kegiatan usaha, tujuan problematisasi yaitu untuk mempermudah para manager untuk mengidentifikasikan masalah yang dihadapi oleh usaha yang dipimpinnya serta dapat mengantisipasinya dengan dukungan dari semua unsur yang ada dalam satu usaha.

Problematikasi suatu agrosistem merupakan suatu usaha untuk melihat, menilai, mengungkapkan masalah yang dihadapi atau yang terjadi guna mempermudah penyusunan rancangan masalah yang ditampilkan secara terperinci dan spesifik. Tujuan problematisasi untuk memudahkan pimpinan dalam mengidentifikasi persoalan dengan tindakan pemecahan atau penanggulangan persoalan tersebut. Sedangkan persoalan adalah akibat yang dapat dilihat dari suatu sebab yang terjadi di masa yang lalu (*Kepner dan Tragoe, 1992*).

Masalah adalah kondisi atau situasi yang dapat membuat seseorang untuk melakukan suatu tindakan sebagai sebuah bentuk tanggungjawab didalam suatu pekerjaan.

Persoalan dapat dikatakan sebagai perbedaan antara fakta dan kenyataan dan menuntut kita untuk melakukan analisa agar menemukan sebab dari persoalan yang muncul dan dengan itu kita dapat mengambil keputusan dengan tepat untuk mencapai sasaran sasaran yang kita inginkan.

Masalah dapat dibagi 2 yaitu persoalan dan kendala. Persoalan adalah suatu masalah yang timbul dimana masalah tersebut masih dapat diatasi atau dicegah. Sedangkan kendala merupakan masalah yang tidak dapat diatasi atau dicegah tetapi dapat diberikan perlakuan sehingga mengurangi akibat yang ditimbulkan.

Problematisasi agrosistem terdiri dari beberapa tahap yaitu : tahap penetapan posisi penilaian dan dasar pertimbangan, inventarisasi masalah, menentukan masalah utama dan struktur masalah.

4.1 Penetapan Posisi Penilaian dan Dasar Pertimbangan

Ada dua hal yang mendasar dalam suatu situasi yang menentukan posisi penilaian, yang pertama adalah dasar pertimbangan dan kedua yaitu fokus penilaian. Tapi sebelum itu terlebih dahulu kita harus mengetahui dari posisi mana yang diambil dan digunakan untuk memberikan kemudahan dalam menilai situasi yang terjadi dalam agrosistem.

Untuk memudahkan dalam menentukan posisi penilaian situasi agrosistem, ada 2 kriteria yang dapat dilakukan, yaitu menilai persoalan dari sudut pandang pengusaha dan menggunakan kombinasi antara pengusaha dan pandangan peneliti.

Posisi penilaian yang digunakan pada kasus ini adalah sebagai peneliti dan berpartisipasi dengan pengusaha, di mana menggunakan metode dialogis yaitu berusaha menghimpun permasalahan-permasalahan melalui wawancara dengan pimpinan perusahaan serta karyawan.

Pada proses agrosistem kasus dititik beratkan pada masalah yang terjadi dalam kegiatan pemasaran, dengan pertimbangan yang dianggap sesuai. Sebab pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi kelangsungan suatu usaha.

4.2 Inventarisasi Masalah

Pengenalan dan penentuan masalah dalam analisis permasalahan diperlukan perhatian dalam beberapa hal diantaranya merumuskan masalah sebagai suatu keadaan yang negatif, mencatat setiap masalah yang nyata dan bukannya perkiraan ataupun khayalan yang timbul dimasa mendatang dan dari data kita dapat mencatat semua masalah yang dapat muncul dalam sebuah kartu masalah.

Untuk lebih jelasnya, maka inventarisasi permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara dapat dilihat sebagai berikut :

1. Pendapatan Rendah

Pendapatan usaha susu Sapi Perah Yayasan Lontara mulai menurun sejak tahun 2000, setiap bulannya pendapatan Yayasan Lontara rata Rp.4.049.420,-.

2. Volume Penjualan Rendah

Penjualan susu sapi segar yayasan Lontara menurun sejak tahun 2000 setiap bulannya rata-rata terjual 1.650 liter

3. Produksi Menurun

Sejak tahun 2000 produksi susu sapi segar mulai menurun, produksi susu sapi segar Yayasan Lontara per bulan rata-rata 2.000 liter, selain untuk dipasarkan susu hasil perahan juga diberikan kepada anakan sapi (pedet).

4. Kurangnya Sapi – Sapi Laktasi

Kurangnya sapi – sapi laktasi menyebabkan produksi menurun

5. Daerah Pemasaran Terbatas

Pemasaran susu sapi segar Yayasan Lontara hanya dilingkup wilayah kota Makassar saja.

6. Belum Ada Kurir Pengecer

Yayasan Lontara dalam pemasarannya menggunakan sistem antar pada para langganan (konsumen tetap) atau konsumen yang langsung membeli produk susu ditempat pemerahan.

7. Kurangnya Variasi Penampilan Produk

Produk (susu sapi segar) hanya dikemas dalam kantong plastik bening dalam dalam jerigen 5 dan 10 liter.

8. Produk Belum Dikenal Luas

Banyak konsumen tidak mengetahui adanya keberadaan usaha susu sapi perah Yayasan Lontara.

9. Promosi Yang Kurang

Perusahaan tidak pernah melakukan promosi melalui media cetak ataupun media elektronik. Perusahaan juga tidak memasang papan nama perusahaan yang bisa menarik perhatian konsumen.

Tabel 9. Fakta, Masalah, dan Sasaran pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.

No.	Fakta	Masalah	Sasaran
1.	Pendapatan perbulan rata-rata Rp. 4.049.500	Pendapatan rendah	Pendapatan meningkat 5.000.000 / bulan
2	Volume Penjualan Rendah rata-rata 1.650 liter	Penjualan rendah	Penjualan meningkat menjadi 1.870 liter
3.	Produksi perbulan rata-rata 2.000 liter	Produksi menurun	Produksi meningkat menjadi 2.250 liter
4.	Produksi menurun	Kurangnya sapi-sapi laktasi	Bertambahnya sapi-sapi laktasi
5.	Pemasaran hanya dalam wilayah kota makassar	Daerah pemasaran terbatas	Daerah Pemasaran meluas
6.	Produk dipasarkan dengan jalan diantarkan langsung pada konsumen	Tidak adanya kurir pengecer	Mempunyai kurir pengecer
7.	Penampilan atau kemasan produk hanya menggunakan kantong plastic bening dan jerigen	Variasi penampilan produk	Kemasan khusus untuk penampilan produk
8.	Belum dikenalnya produk oleh para konsumen	Produk belum dikenal luas	Produk lebih dikenal oleh para konsumen
9.	Perusahaan belum melakukan promosi baik media cetak ataupun media elektronik	Kurangnya promosi	Melakukan promosi

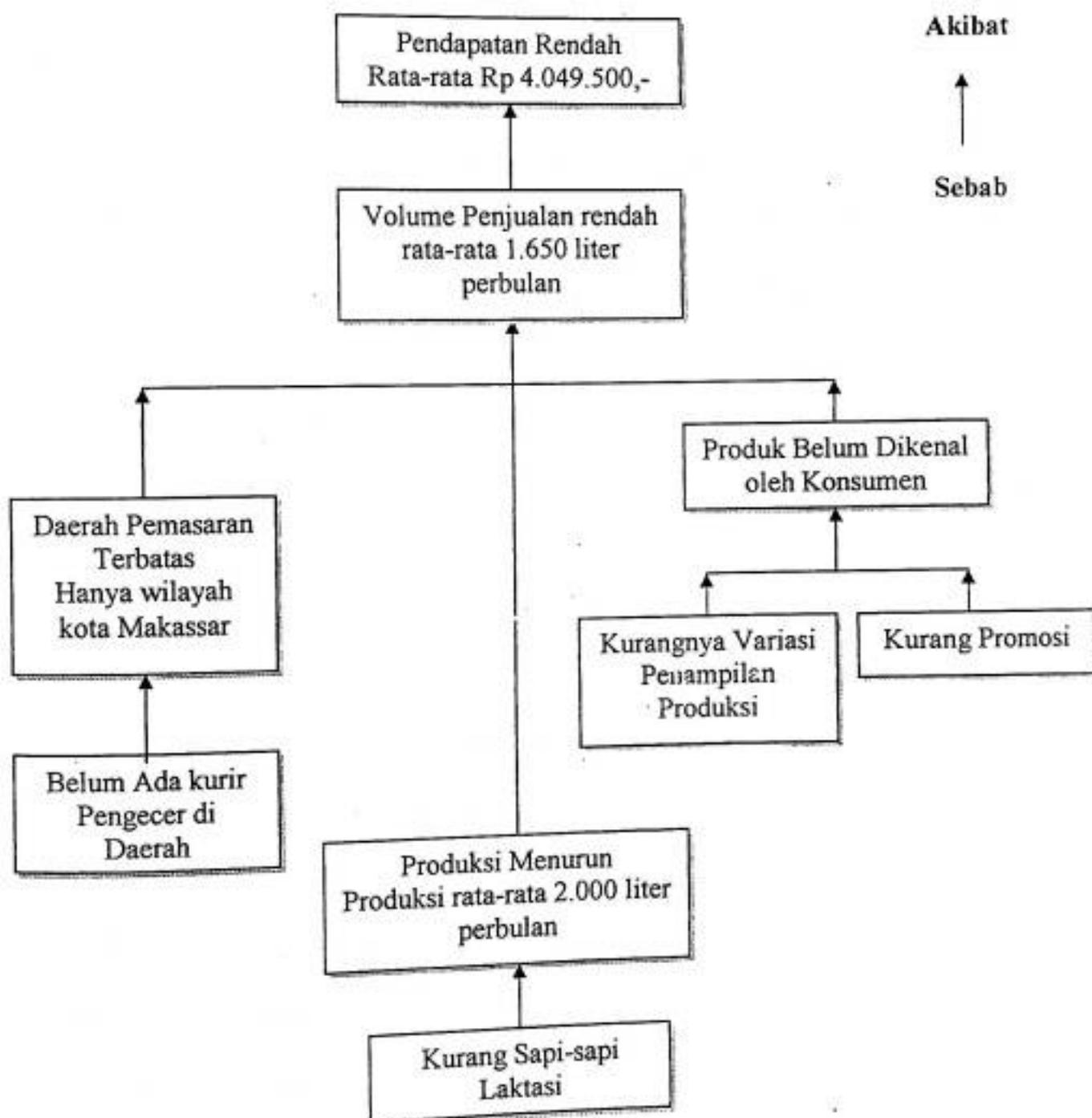
4.3 Menentukan Masalah Utama

Masalah utama yang terdapat pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara tidak ditetapkan secara langsung, tetapi ditentukan melalui proses kompetisi yaitu dengan cara :

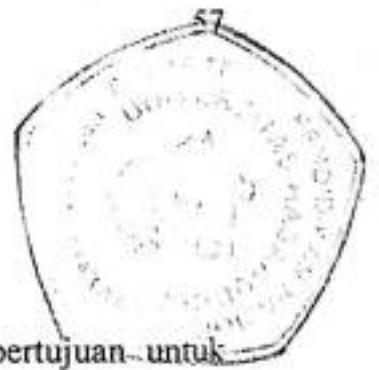
1. Masalah yang terdapat pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara dibandingkan antara masalah yang satu dengan masalah yang lainnya, dengan cara sistem kompetisi penuh seperti diperlihatkan pada masalah-masalah (kartu merah) tersebut kepada responden sambil bertanya dan bertukar pendapat yang mana dianggap paling penting dari masalah-masalah yang ada.
2. Masalah tersebut dibandingkan, sehingga sebuah masalah yang keluar sebagai pemenang. Masalah yang menjadi pemenang inilah yang menjadi masalah utama pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara pada saat itu, sedangkan masalah-masalah lainnya merupakan penyebab yang menimbulkan masalah utama dan ada beberapa masalah tidak mempunyai hubungan sebab akibat.
3. Masalah yang sudah dinyatakan gugur dapat dikesampingkan untuk sementara. Jika suatu saat masalah tersebut dapat dihubungkan, maka masalah yang sudah gugur dapat disisipkan atau disatukan pada masalah yang sudah ada sebagai penyebab atau akibat.

4.4 Strukturisasi Masalah

Strukturisasi masalah merupakan diagram pohon persoalan yang menggambarkan masalah utama, penyebab masalah dan akibat yang timbul dari persoalan utama. Hubungan yang terjadi pada struktur pohon masalah menunjukkan hubungan sebab akibat yang terdapat pada Usaha Susu Perah Yayasan Lontara dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5. Strukturisasi Masalah pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.



4.5 Menetapkan Sasaran

Analisis sasaran merupakan suatu kegiatan analisis yang bertujuan untuk memecahkan persoalan yang dihadapi oleh perusahaan sehingga nantinya perusahaan dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan. Bagian ini akan mempositifkan masalah yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga akan memperlihatkan gambaran antara tindakan dan sasaran yang harus dicapai oleh perusahaan.

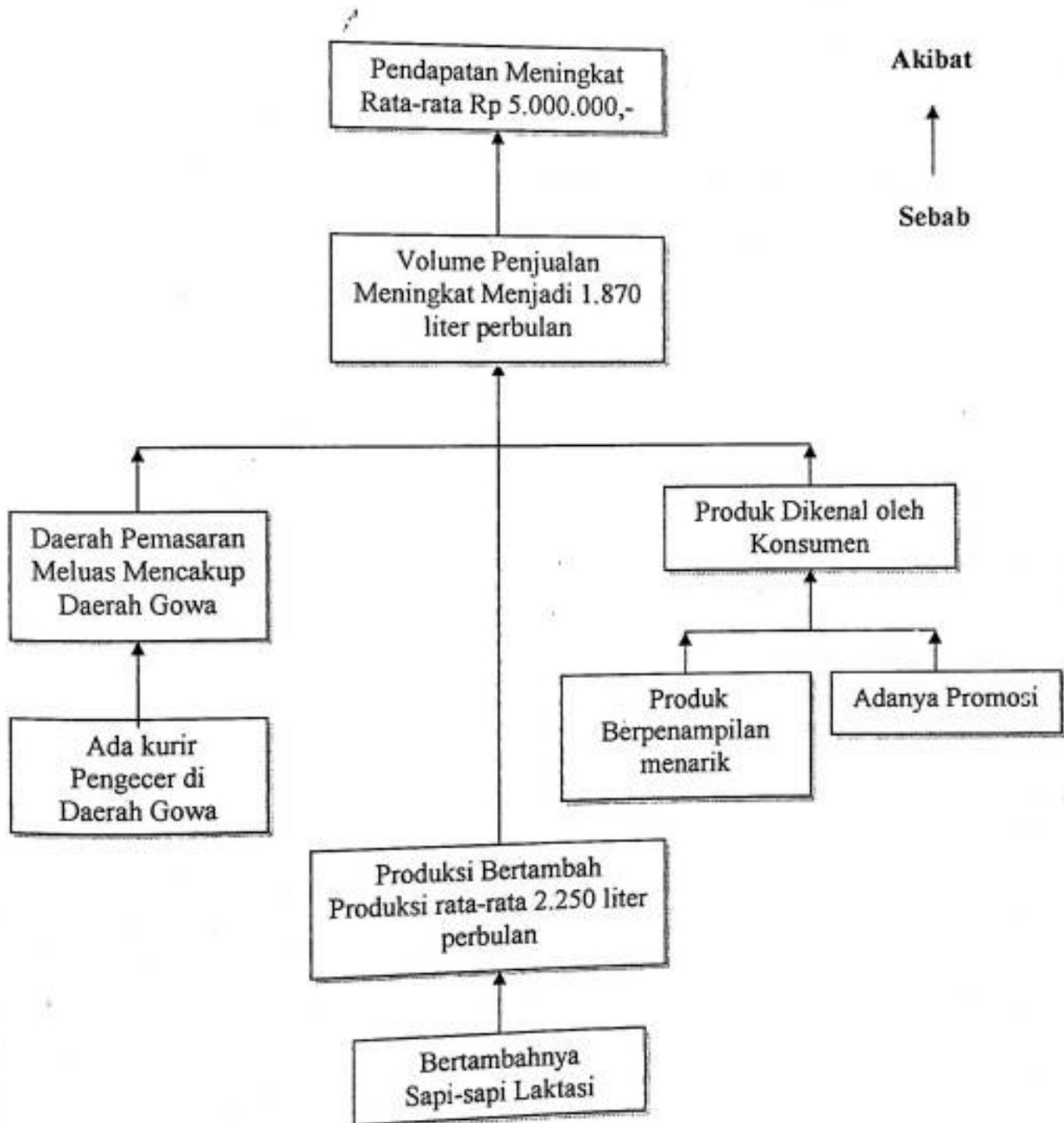
Masalah-masalah yang telah dipaparkan sebelumnya akan dipositifkan untuk memperoleh sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan kasus yang dituliskan pada kartu kuning. Adapun sasaran yang ingin dicapai yaitu :

1. Pendapatan meningkat menjadi Rp 5.000.000,- per bulan.
2. Volume penjualan meningkat rata-rata 1.870 liter perbulan
3. Produksi meningkat Rata-rata 2.250 liter perbulan
4. Bertambahnya sapi – sapi laktasi
5. Daerah pemasaran meluas
6. Mempunyai kurir pengecer
7. Kemasan khusus untuk penampilan produk
8. Produk lebih dikenal oleh konsumen
9. Melakukan promosi

4.6 Strukturisasi Sasaran

Struktur analisis sasaran atau tujuan mungkin berbeda dengan analisis permasalahan, dimana pernyataan terdahulu mungkin perlu dihapus atau dirumuskan kembali serta tujuan-tujuan baru mungkin perlu ditambah apabila hal ini bersangkutan dan penting untuk mencapai tujuan tertentu di dalam analisa tujuan. Struktur analisis tujuan mengikuti arus pemikiran tindakan hasil dalam suatu diagram.

Untuk lebih jelasnya strukturisasi sasaran pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 6. Strukturisasi Sasaran pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara ,
 --- Makassar 2003.

Dibawah ini adalah tabel perkiraan jika pemasaran produk susu sapi segar bertambah menjadi 1.870 liter dari 2.250 liter yang diproduksi

Tabel 10. Analisis Perkiraan Pendapatan dari Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, 2003.

No.	Uraian	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Produksi			
	- Susu sapi segar	1.870 ltr	5.000	9.350.000
	- Pupuk kandang	100 krg	5.000	500.000
	Jumlah			9.850.000
2.	Biaya variabel			
	a. Bahan Penolong :			
	- Pakan Ternak			
	. Dedak Padi	200 kg	700	140.000
	. Ampas Tahu	100 kg	500	50.000
	- Obat-obatan			
	. Va slin	6 kg	25.000	150.000
	. Anti bloat	6 btl	12.000	72.000
	b. Bahan Penunjang :			
	- Plastik Kemasan	5 bks	2.000	10.000
	- Karet Gelang	1 bks	1.000	1.000
	Jumlah			423.000
3.	Biaya Tetap			
	a. Gaji Karyawan	6 org		3.000.000
	b. Rekening Listrik			180.000
	c. Rekening Telpon			150.000
	d. Rekening PAM			200.000
	e. Pemeliharaan			100.000
	f. Penyusutan			197.645
	Jumlah			3.827.645
	Jumlah			4.250.645
4.	Total Biaya (2 + 3)			5.599.355
5.	Pendapatan Kotor (1 - 4)			559.935
6.	Pajak 10%			
7.	Pendapatan Bersih (5 - 6)			5.039.420.

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

V. DESAIN TINDAKAN PENGEMBANGAN USAHA

5.1 Strukturisasi Alternatif Tindakan

Alternatif tindakan merupakan hasil yang diperoleh dari evaluasi setiap alternatif yang tersedia terhadap kriteria-kriteia yang diutamakan. Setiap alternatif yang tersedia harus dievaluasi dengan mengukurnya atau menilai dengan semua sasaran yang telah ditetapkan.

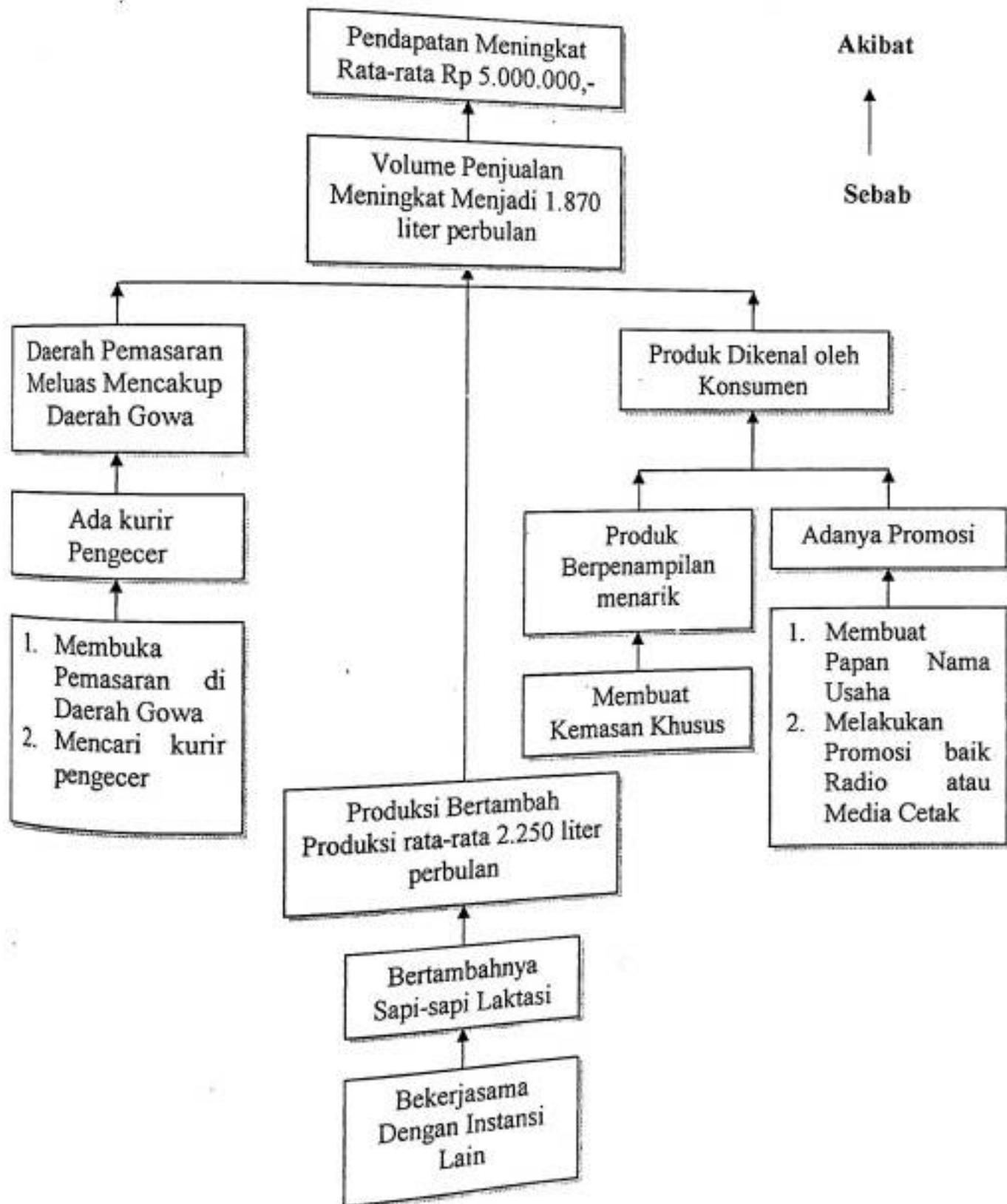
Untuk mendapatkan sasaran utama perlu dilakukan penentuan, tindakan ataupun kegiatan untuk dapat mengetahui sasaran tetapi tidak mempengaruhi sasaran utama secara langsung akan tetapi dapat berpengaruh langsung terhadap usaha pencapaian sasaran utama. Apabila sasaran antara telah tercapai maka yang diharapkan sasaran utama juga akan tercapai.

Menurut *Kepner dan Tragoe (1995)*, Untuk itu kita harus memilih diantara beberapa alternative untuk pncapaian sasaran, maka kita harus memutuskan yang manakah diantara alternatif tersebut yang paling baik dan memenuhi sasaran kita dengan resiko yang paling kecil yang dapat diterima. Dengan kata lain kita memutuskan pilihan yang paling memenuhi sasaran yang tidak mengandung resiko yang berat (*Kepner dan Tragoe, 1995*).

Adapun alternatif tindakan yang dapat dilakukan untuk mencapai sasaran antara yaitu :

- a. Meluasnya daerah pemasaran, alternatif tindakannya antara lain :
 - Membuka pemasaran di kabupaten Gowa
 - Mencari pengecer baik dalam kota Makassar ataupun di daerah Gowa
- b. Produksi bertambah, alternatif tindakannya antara lain :
 - Beratambahnya sapi – sapi laktasi
 - Melakukan kerja sama dengan instansi lain.
- c. Produk dikenal oleh konsumen, alternatif tindakannya antara lain :
 - Membuat variasi penampilan produk
 - Membuat kemasan khusus untuk menarik perhatian konsumen
 - Melakukan promosi
 - Membuat papan nama usaha
 - Melakukan promosi lewat radio atau media cetak

Strukturisasi tindakan Usaha Susu Sapi perah Yayasan Lontara dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 7. Strukturisasi Tindakan pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.

5.2 Alternatif Keputusan

Analisis keputusan merupakan sistematika yang didasarkan pada pola pikir yang kita gunakan dalam pengambilan keputusan. Tujuan analisis keputusan adalah mengidentifikasi apa yang harus dikerjakan, mengembangkan kriteria khusus untuk mencapai tujuan, mengevaluasi alternatif yang berhubungan dengan kriteria yang melekat pada keputusan tersebut.

Analisis keputusan ini digunakan untuk memilih alternatif tindakan yang paling baik dan dapat mewakili tindakan yang lain.

Dalam analisis keputusan, ada 4 hal yang penting yaitu :

a. Merumuskan pernyataan keputusan

Perumusan pernyataan keputusan berguna untuk memusatkan perhatian pada masalah yang telah terpilih. Pernyataan keputusan tidak hanya menunjukkan maksud dari suatu keputusan, tapi juga tindakan dimana keputusan tersebut diambil.

b. Membuat kriteria keputusan

Kriteria keputusan menggambarkan suatu tindakan yang lebih jelas dan lebih terperinci mengenai hasil keputusan yang diambil. Penetapan kriteria keputusan ini juga akan memperjelas ciri-ciri keputusan tersebut.

c. Membuat alternatif tindakan

Alternatif tindakan yang diambil untuk mencapai sasaran yang diinginkan adalah alternatif yang terpilih. Alternatif ini dibuat berdasarkan sasaran-sasaran yang diharapkan tercapai, dimana alternatif tersebut harus betul-betul mewakili situasi yang ada.

d. Mengevaluasi alternatif yang ada

Kriteria yang ditetapkan sebelumnya, menjadi penentu penilaian dalam evaluasi. Dengan demikian setiap alternatif yang ada harus dipertimbangkan dengan kriteria tersebut, dan evaluasi alternatif terhadap kriteria yang digunakan adalah dengan sistem pembobotan dengan menggunakan angka hingga mencapai 1,00 (100 %). Kriteria keputusan yang memiliki bobot tertinggi merupakan alternatif yang diprioritaskan.

Sesuai dengan alternatif tindakan yang diuraikan, maka ada beberapa alternatif tindakan yang dilakukan untuk mencapai sasaran antara yaitu :

1. Memperluas Daerah Pemasaran

a. Pernyataan Keputusan

Pernyataan keputusan yang ditetapkan yaitu *memilih cara agar daerah pemasaran meluas.*

b. Alternatif Keputusan

1. Membuka pemasaran di daerah Gowa (A1)

2. Mencari kurir pengecer (A2)

c. Kriteria Keputusan

1. Dekat dengan konsumen (K1) Bobot : 0,30

2. Efisiensi biaya (K2) Bobot : 0,70

d. Evaluasi Alternatif

Tabel 11. Evaluasi Alternatif Tanpa Bobot Dengan Analisa Keputusan Memperluas Daerah Pemasaran pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, 2003.

Alternatif	Kriteria		Total
	K1	K2	
A1	0,70	0,30	1,00
A2	0,30	0,70	1,00
Jumlah	1,00	1,00	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

Tabel 12. Evaluasi Alternatif Bobot x Nilai Dengan Analisa Keputusan Memperluas Daerah Pemasaran pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, 2003.

Alternatif	Kriteria		Total
	K1	K2	
A1	0,2100	0,2100	0,4200
A2	0,0900	0,4900	0,5800
Jumlah	0,3000	0,7000	1,0000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

Dari kedua alternatif yang ada, setelah dilakukan evaluasi, maka alternatif yang terpilih yaitu A2 (mencari kurir pengecer) karena memiliki nilai tertinggi yaitu 0,5800 dan merupakan yang terbaik untuk memperluas daerah pemasaran.

2. Meningkatkan Produksi

a. Pernyataan Keputusan

Pernyataan keputusan yang ditetapkan yaitu menentukan cara apa yang akan dilakukan untuk menambah dan meningkatkan produksi.

b. Alternatif Keputusan

1. Menambah sapi – sapi laktasi bekerja sama instansi lain.

c. Kriteria Keputusan

1. Efisiensi biaya
2. Tidak membutuhkan waktu lama

d. Evaluasi Alternatif

Dari hasil analisis keputusan untuk meningkatkan jumlah produksi, analisis keputusan yang diambil adalah menambah sapi-sapi laktasi.

3. Memperkenalkan Produk

a. Pernyataan Keputusan

Pernyataan keputusan yang ditetapkan yaitu bagaimana memperkenalkan produk pada konsumen yang efektif.

b. Alternatif Keputusan

1. Membuat kemasan khusus untuk penampilan produk (A1)
2. Melakukan promosi (A2)

c. Kriteria Keputusan

1. Tidak membutuhkan biaya yang besar (K1) Bobot : 0,60
2. Penyampiannya lebih luas (K2) Bobot : 0,40

e. Evaluasi Alternatif

Tabel 13. Evaluasi Alternatif Tanpa Bobot Dengan Analisa Keputusan
Melakukan Promosi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Iontara, 2003

Alternatif	Kriteria		Total
	K1	K2	
A1	0,60	0,40	1,00
A2	0,40	0,60	1,00
Jumlah	1,00	1,00	

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

Tabel 14. Evaluasi Alternatif Bobot x Nilai Dengan Analisa Keputusan
Melakukan Promosi Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Iontara, 2003.

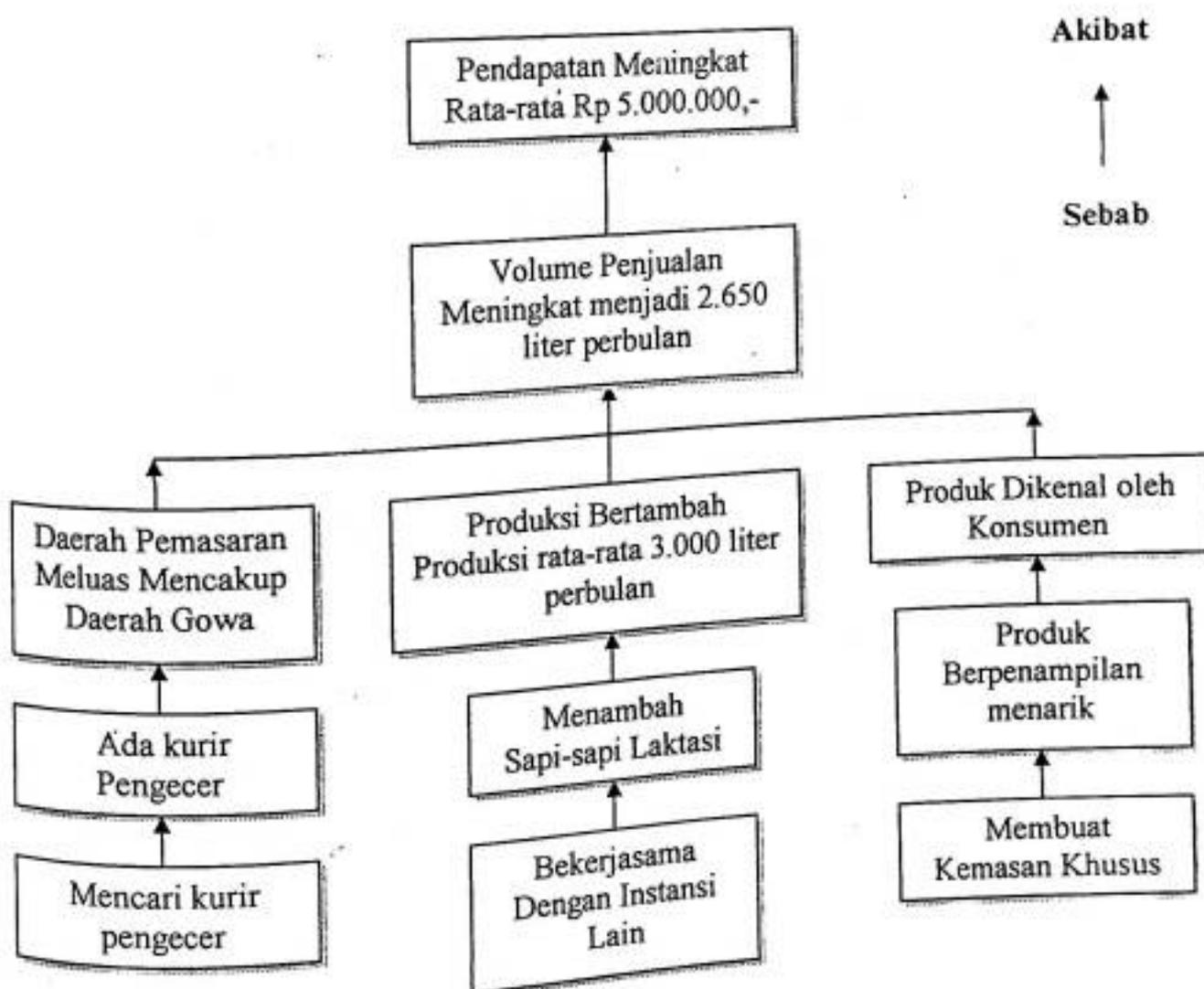
Alternatif	Kriteria		Total
	K1	K2	
A1	0,3600	0,1600	0,5200
A2	0,2400	0,2400	0,4800
Jumlah	0,6000	0,4000	1,0000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

Dari hasil analisis tabel di atas, terlihat bahwa dari kedua alternatif yang ada, alternatif yang terpilih yaitu A1 (membuat kemasan khusus untuk penampilan produk) dengan nilai tertinggi 0,5200. Jadi yang terbaik untuk dipilih adalah membuat papan nama usaha untuk promosi.

5.3 Struktur Tindakan Terpilih

Berdasarkan analisa keputusan yang telah dilakukan, diperoleh tindakan-tindakan terpilih yaitu mencari pedagang pengecer, menambah sapi – sapi laktasi dengan jalan bekerja sama dengan instansi lain, dan membuat kemasan khusus untuk penampilan produk. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 8. Strukturisasi Tindakan pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara. Makassar 2003.

5.4 Matriks Rencana Pengembangan Usaha

Matriks rencana pengembangan proyek adalah suatu usaha untuk mengembangkan rancangan proyek yang dapat memberikan suatu ringkasan mengenai rancangan proyek tersebut dalam bentuk sebuah matriks.

Matriks perencanaan proyek menerangkan mengapa proyek dilaksanakan (maksud dan sasaran proyek), apa yang ingin dihasilkan oleh proyek (hasil-hasil kerja proyek), bagaimana proyek akan bekerja untuk mencapai hasil yang diinginkan (kegiatan proyek). Faktor di luar pengaruh pengelolaan proyek yang perlu diawasi demi keberhasilan proyek (asumsi penting), bagaimana keberhasilan proyek dapat dinilai secara obyektif (indikator-indikator obyektif), sumber data yang diperlukan untuk menilai keberhasilan secara obyektif dapat diperoleh (sumber pembuktian), dan sarana serta berapa biaya yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan.

Dalam matriks perencanaan proyek ini, struktur alternatif tindakan terpilih dijabarkan kedalam matriks perencanaan. Pada matriks ini yang dilakukan adalah mengidentifikasi dari masing-masing tingkatan, menentukan ukuran tercapainya tujuan, menentukan system informasi pengendalian manajerial, menentukan sasaran yang diperlukan dan menentukan besarnya biaya yang digunakan untuk mendukung tindakan.

Matriks perencanaan proyek pengembangan Usaha pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara dapat dilihat pada tabel 15 berikut :

Tabel 15. Matriks Perencanaan Proyek Pengembangan Usaha pada Usaha Susu Sapi Perah Lontara, Makassar 2003.

MATRIKS PERENCANAAN PROYEK PENGEMBANGAN USAHA

Nama Perusahaan : Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara
 Nama Proyek : Manajemen Pemasaran Susu Sapi Segar

URAIAN TUJUAN SESUAI TINGKATAN	UKURAN TERCAPAINYA TUJUAN	SISTEM INFORMASI PENGENDALIAN
A1. Dampak - Pendapatan Meningkatkan	A2. - Pendapatan meningkat 65 %	A3. - Sistem Informasi Bagian Keuangan
B1. Sasaran Utama - Volume Penjualan Meningkatkan	B2. - Volume penjualan meningkat 65 %	B3. - Sistem Informasi Bagian Pemasaran
C1. Sasaran Antara - Meluasnya Daerah Pemasaran - Bertambahnya Produksi - Memperkenalkan produk	C2. - Dari hanya dalam kota Makassar, juga kota Gowa - Agar dapat menunjang penjualan - Dari tidak dikenal menjadi dikenal	C3. - Sistem Informasi Bagian Pemasaran - Sistem Informasi Bagian Produksi - Sistem Informasi Bagian Pemasaran
Khusus : Tindakan	Sarana yang Diperlukan	Biaya (Rp)
D1. - Mencari pedagang Pengecer - Menambah sapi-sapi Laktasi dengan jalan bekerjasama dengan instansi lain - Membuat kemasan khusus poduk	D2. - Transportasi - Proposal, komunikasi dan tranportasi - Percetakan	D3. - Rp 1.000.000,- - Rp 1.000.000,- - Rp 1.325.000,-

5.6 Analisa Persoalan Potensial

Analisis persoalan potensial merupakan salah satu usaha untuk melihat kemasa depan dengan berdasar pada apa yang ada saat ini dan kemudian dicoba untuk menentukan serta merumuskan tindakan yang perlu diambil dengan memikirkan suatu tindakan pencegahan dan penanggulang terhadap persoalan yang mungkin timbul dari setiap tindakan yang diambil, sehingga pada pelaksanaannya dapat dilaksanakan dengan lancar, efektif dan efisien.

Analisis persoalan potensial merupakan suatu prosedur kerja yang memungkinkan kita memasuki masa depan dengan melihat apa yang terkandung di dalamnya, untuk kemudian kembali ke masa kini dan mengambil tindakan selagi masih mungkin (*Charles H. Kepner dan Benyamin B. Tragoe, 1985*).

Pada analisis persoalan potensial ada beberapa langkah yang harus ditempuh, yaitu :

1. Pernyataan Rencana Kegiatan

Pernyataan rencana kegiatan adalah pernyataan pernyataan yang berkaitan dengan tindakan yang akan direalisasikan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka pernyataan rencana kegiatan yang akan dilaksanakan yaitu :

a. Mencari pedagang pengecer di daerah Makassar dan Gowa

b. Mengajukan proposal pada instansi untuk melakukan kerjasama dalam penambahan sapi-sapi laktasi untuk peningkatan produktivitas

c. Membuat kemasan khusus produk

2. Skenario Pelaksanaan Kegiatan

Skenario kegiatan usaha disusun berdasarkan urutan atau tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan untuk mencapai sasaran dalam pernyataan rencana kegiatan. Adapun susunan atau urutan skenario pelaksanaan kegiatan untuk mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi oleh perusahaan sebagai berikut :

a. Mencari kurir pengecer

- Melakukan survey
- Menghubungi para pedagang yang berhubungan dengan produk makanan

b. Menambah sapi-sapi laktasi

- Pembuatan proposal
- Interview (wawancara)

c. Membuat kemasan khusus produk

- Persiapan dana
- Mencari percetakan

3. Identifikasi Tahap-Tahap Rawan

Identifikasi tahap-tahap rawan adalah langkah dari kegiatan yang mudah mengalami kegagalan. Serangan yang terjadi dapat menjadi hambatan bagi kelangsungan skenario kegiatan yang akan dilaksanakan, juga dimaksudkan untuk mengenal daerah rawan pada setiap rencana kegiatan yang telah ditetapkan. Daerah-daerah yang rawan ini kemungkinan akan menjadi penghambat pelaksanaan kegiatan yang telah ditetapkan.

Adapun identifikasi tahap-tahap rawan dari skenario pelaksanaan kegiatan sebagai berikut :

- a. Melakukan survey untuk mencari pengecer tahap rawannya tidak ada.
- b. Menghubungi pedagang yang diharapkan sebagai pedagang pengecer oleh perusahaan tahap rawannya ada.
- c. Pembuatan proposal tahap rawannya ada
- d. Wawancara dengan instansi lain tahap rawannya ada.
- e. Menyiapkan dana untuk membuat kemasan khusus produk tahap rawannya ada.
- f. Mencari percetakan untuk mencetak konsep tahap rawannya tidak ada.

4. Identifikasi Persoalan Potensial Khusus (PPK)

Persoalan potensial khusus adalah persoalan yang dihadapi pada tahap rawan dari setiap kegiatan yang merupakan persoalan yang paling mendasar. Juga untuk mempermudah identifikasi yang mungkin timbul pada persoalan sehingga penentuan tindakan pencegahan dan penanggulangan dapat dilakukan.

Adapun persoalan potensial khusus dari setiap tahap rawan pada skenario pelaksanaan kegiatan yaitu :

- a. Menghubungi pedagang sebagai mitra kerja (pedagang pengecer) yang ditunjuk oleh perusahaan
 - Tidak tercapai kesepakatan
- b. Pembuatan proposal
 - Perincian dana belum jelas

c. Wawancara

- Tidak tercapainya kesepakatan

d. Menyiapkan dana untuk kemasan

- Perincian keuangan belum jelas.

5. Identifikasi Sebab-Sebab Persoalan Potensial Khusus

Identifikasi sebab persoalan potensial khusus bertujuan untuk mengetahui kemungkinan yang menyebabkan timbulnya persoalan potensial khusus, sehingga mempermudah perumusan tindakan pencegahan dan pelaksanaannya.

Adapun sebab yang mungkin dari persoalan potensial khusus dari skenario pelaksanaan kegiatan adalah :

a. Tidak tercapai kesepakatan

- Masalah persyaratan

b. Perincian dana belum jelas

- Informasi tidak lengkap

6. Tindakan Pencegahan

Tindakan pencegahan bertujuan untuk mengurangi atau menghilangkan penyebab persoalan. Tindakan ini lebih berdaya guna jika dibandingkan melakukan tindakan penanggulangan.

Adapun tindakan pencegahan dari penyebab munculnya persoalan adalah :

a. Tidak tercapai kesepakatan

- Menghubungi lebih dari satu pedagang

b. Perincian dana belum jelas

- Membuat laporan dana yang lengkap

7. Tindakan Penanggulangan

Tindakan penanggulangan diarahkan untuk mengurangi pengaruh persoalan yang tidak dapat dihindari. Tindakan penanggulangan dilakukan jika tindakan pencegahan tidak mungkin dilakukan.

Adapun tindakan penanggulangan yang dapat diambil dari penyebab munculnya persoalan adalah :

a. Tidak tercapai kesepakatan

- Melakukan penyesuaian persyaratan

b. Perincian dana belum jelas

- Mencari informasi lebih dini

Untuk lebih jelasnya analisis persoalan potensial dapat dilihat pada uraian pada tabel 17 berikut :

Tabel 17. Analisis Persoalan Potensial (APP) pada Usaha Susu Sapi Perah Makassar, 2003.

No.	Pernyataan Rencana Kegiatan	Skenario Pelaksanaan Kegiatan	Identifikasi Tahap-Tahap Rawan	Identifikasi PPK	Penyebab PPK	Tindakan	
						Pencegahan	Penanggulangan
1.	Mencari kurir pengecer	a. Melakukan survey b. Menghubungi pedagang	- v	- Tidak tercapai kesepakatan	- Persyaratan	- Menghubungi lebih dari 1 pedagang	- Penyesuaian persyaratan
2.	Menambah Sapi-sapi Laktasi	a. Pembuatan proposal b. Wawancara	v v	Perincian dana belum jelas Tidak tercapai kesepakatan	Informasi tidak lengkap Persyaratan	Membuat laporan keuangan Melengkapi data sebagai syarat	Mencari informasi lebih dini Penyesuaian persyaratan
3.	Membuat kemasan khusus produk	a. Persiapan dana b. Mencari percetakan	v -	Perincian dana belum jelas -	Informasi tidak lengkap -	Membuat laporan dana pembuatan iklan yang lengkap -	Mencari informasi lebih dini -

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2003.

VI UJI COBA DAN EVALUASI

6.1 Uji Coba

Desain tindakan yang dirumuskan perlu dilakukan uji dan implementasi. Tindakan-tindakan yang telah diprogramkan dalam matriks perencanaan terjadwal dalam rencana kerja pengembangan agrosistem. Adapun beberapa kegiatan tersebut adalah :

1. Mencari kurir pengecer

Tahapan-tahapan uji coba yang akan dilaksanakan untuk mencari pengecer adalah :

- a. Melakukan survey
- b. Menghubungi pedagang yang berhubungan dengan produk makanan

2. Menambah sapi-sapi laktasi dengan bekerja sama dengan instansi lain

Tahapan-tahapan uji coba yang akan dilaksanakan untuk menambah sapi-sapi laktasi adalah :

- a. Pembuatan proposal
- b. Interview (wawancara)

3. Membuat kemasan khusus produk

Tahapan-tahapan uji coba yang akan dilaksanakan adalah :

- a. Persiapan dana
- b. Mencari percetakan

6.2 Evaluasi

Evaluasi bertujuan untuk mengetahui apakah yang dilaksanakan dapat memberikan dampak yang positif atau sebaliknya. Dan dalam pelaksanaannya masih banyak ditemui kendala-kendala yang sulit diatasi. Hasil evaluasi dapat dilihat pada jadwal kerja terealisasi serta sasaran dan fakta.

6.2.1 Jadwal Kerja Terealisasi

Tabel 18. Jadwal Kerja Terealisasi yang Diimplementasikan oleh Usaha Susu sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.

Tindakan per Sasaran Antara	Penanggung Jawab	Hasil Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan (bulan)													
			8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7		
1. Meluasnya Daerah Pemasaran - Mencari pedagang pengecer	Pimpinan dan tenaga pemasaran	- Pemasaran meluas - Menambah konsumen		v												
2. Bertambahnya Produksi - Menambah sapi-sapi laktasi	Pimpinan	- Menambah produksi		v												
3. Memperkenalkan produk - Membuat kemasan khusus Produk	Pimpinan	- Memudahkan konsumen		x												

Keterangan : v Terealisasi

x Tidak terealisasi

6.2.2 Sasaran dan Fakta Terealisasi

Tabel 19. Fakta Sebelum Tindakan, Sasaran dan Fakta Terealisasi Selama Sesudah Tindakan Pemasaran Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.

No	Fakta Awal (Sebelum Tindakan)	Fakta Sekarang (Sesudah Tindakan)	Sasaran Yang Akan Datang
1.	Pendapatan perbulan rata-rata Rp. 4.049.500	Pendapatan yang diperoleh Rata-rata Rp.4.985.420,-	Pendapatan meningkat Menjadi Rp.5.000.000
2	Volume Penjualan Rendah rata-rata 1.650 liter	Penjualan meningkat 1.843 liter perbulan	Penjualan meningkat hingga 1.870 liter/bulan
3.	Produksi perbulan rata-rata 2.000 liter	Produksi belum terlalu meningkat perbulan rata-rata 2.193 liter	Produksi meningkat hingga 2.250 liter/bulan
4.	Kurangnya sapi-sapi laktasi	Bekerjasama dengan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin	Bertambahnya sapi-sapi laktasi
5.	Pemasaran hanya dalam wilayah kota Makassar	Mencari pedagang pengecer didaerah Gowa	Daerah Pemasaran meluas diderah Gowa
6.	Produk dipasarkan dengan jalan diantarkan langsung pada konsumen	Koosumen dapat membeli langsung ditempat pemerahan dan dipedagang pengecer	Mempunyai kurir pengecer
7.	Penapilan atau kemasan produk hanya menggunakan kantong plastik bening dan jerigen	Variasi penampilan produk	Kemasan khusus untuk penampilan produk
8.	Proses produksi hanya menggunakan cara-cara manual dan sederhana	Mengupayakan adanya peralatan untuk pemerah susu	Bertambahnya peralatan produksi
9.	Belum dikenalnya produk oleh para konsumen	Memperkenalkan produk	Produk lebih dikenal oleh para konsumen
10.	Perusahaan belum melakukan promosi	Melakukan promosi	Promosi yang efektif

Dilihat dari tabel sasaran, fakta dan sasaran dapat dikatakan bahwa prospek pendapatan usaha susu sapi perah Yayasan Lontara untuk kedepan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, Volume penjualan dan produksipun akan meningkat jika proogram kerjasama dengan Fakultas Peternakan Uniwversitas Hasanuddin akan pengadaan sapi-sapi laktasi terealisasi, pemasaran meluas sampai kedaerah gowa masih dalam tahap perencanaan karena masih terbebani dengan jumlah produksi yang terbatas begitupun dengan penambahan produksi masih bergantung juaga pada penambahan sapi-sapi laktasi dan biaya pembelian peralatan produksi sedangkan untuk memperkenalkan produk akan diupayakan pembuatan label produk dan promosi melalui penyebaran flyers.

6.2.3 Analisis Biaya dan Pendapatan Setelah Tindakan

Analisis biaya dan pendapatan setelah tindakan menggambarkan berapa peningkatan yang diperoleh setelah melakukan tindakan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui berapa kenaikan dari sebelum adanya tindakan. Untuk lebih jelasnya analisis biaya dan pendapatan setelah tindakan dapat dilihat pada tabel 20 berikut :

Tabel 20. Analisis Biaya dan Pendapatan Setelah Tindakan pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, Makassar 2003.

No.	Uraian	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Penerimaan			
	- Susu sapi segar	1.843 ltr	5.000	9.215.000
	- Pupuk kandang	115 krg	5.000	575.000
	Jumlah			9.790.000
2.	Biaya variabel			
	a. Bahan Baku Utama dan Penolong :			
	- Pakan Ternak			
	. Dedak Padi	200 kg	700	140.000
	. Ampas Tahu	100 kg	500	50.000
	- Obat-obatan			
	. Va slin	6 kg	25.000	150.000
	. Anti bloat	6 btl	12.000	72.000
	b. Bahan Penunjang :			
	- Plastik Kemasan	5 bks	2.000	10.000
	- Karet Gelang	1 bks	1.000	1.000
	Jumlah			423.000
3.	Biaya Tetap			
	a. Gaji Karyawan	6 org		3.000.000
	b. Rekening Listrik			180.000
	c. Rekening Telpon			150.000
	d. Rekening PAM			200.000
	e. Pemeliharaan			100.000
	f. Penyusutan			197.645
	Jumlah			3.827.645
4.	Total Biaya (2 + 3)			4.250.645
5.	Pendapatan Kotor (1 - 4)			5.539.355
6.	Pajak 10%			553.935
7.	Pendapatan Bersih (5 - 6)			4.985.420.

VII. REFLEKSI

Setelah melakukan praktek lapang pada Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara, penulis memperoleh pelajaran penting baik ditinjau dari segi Teoretik, Metodologik dan Etik.

7.1 Teoretik

- a. Peranan tenaga pemasaran sangat besar dalam memasarkan produk, karena selain aktif mencari pengecer juga akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah permintaan produk yang akan meningkatkan pendapatan perusahaan.
- b. Hubungan kerjasama yang baik antara perusahaan, pengecer serta konsumen akhir mutlak diperlukan agar dapat menciptakan suatu iklim berusaha yang baik. Jika hubungan baik dapat tercipta maka pengecer akan senantiasa mengalirkan produk ke konsumen akhir sehingga dapat meningkatkan jumlah permintaan konsumen akan produk tersebut.
- c. Manajemen pemasaran yang diterapkan Usaha Susu Sapi Perah Yayasan Lontara mencakup manajemen dalam hal perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengarahan dan pengkoordinasian mampu meningkatkan penjualan. Ini ditunjang oleh kemampuan pimpinan dan karyawan dalam pengambilan keputusan yang berguna untuk keberhasilan suatu usaha.

7.2 Metodologik

Dengan menggunakan metode IPAL (Inter Participatory Action Learning) pada praktek lapang, maka pelajaran atau pengalaman penting yang dapat diperoleh yaitu :

- a. Kegiatan praktek lapang dengan menggunakan metode IPAL dapat melatih diri dalam memahami serta menganalisa problematisasi (permasalahan) yang ada dalam perusahaan.
- b. Metode IPAL merupakan metode belajar yang berguna dalam mempelajari kasus secara mendalam, menentukan alternatif tindakan, sehingga memberikan pengalaman belajar yang berguna untuk masa yang akan datang.

7.3 Etik

Kegiatan praktek lapang ini sangat menunjang dalam hal sikap seorang mahasiswa sebagai peneliti terhadap mitra belajar. Pada kegiatan praktek lapang ini, peneliti menciptakan hubungan yang baik dengan semua pihak, sehingga terwujud sikap keterbukaan dan komunikasi yang baik, sehingga dengan demikian persoalan-persoalan yang berhubungan dengan perusahaan dan konsumen dapat ditemukan alternatif pemecahannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan, 1987. **Manajemen Produksi**. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Assauri, Sofyan, 1987. **Manajemen (Dasar, Konsep dan Strategi)**. Rajawali Press, Jakarta.
- Basu Swastha, Ibnu Sukotjo, 1988. **Pengantar Bisnis Modern**. Liberty, Yogyakarta.
- Djaeni, Ahmad Prof. Dr, 1999. **Ilmu Gizi**. PT. Dian Rakyat, Jakarta.
- Hartanto, 1989. **Model-Model Industrialisasi Pertanian yang Dibutuhkan Masyarakat Pedesaan dalam Pengembangan Agrokompleks Menuju Pembangunan Pertanian Berkelanjutan**. Lephass, Makassar.
- Kepner, Charles H dan Tragoe, Benyamin B, 1986. **Manajemen Agribisnis**. Erlangga, Jakarta.
- Kothler, Philip, 1993. **Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)**. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Manulang, M, 2002. **Dasar-Dasar Manajemen**. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Malayu, Drs, 2001. **Manajemen (Dasar, Pengertian dan Masalah)**. Bumi Aksara, Jakarta
- M. Dawam Raharjo, 1990. **Transformasi Pertanian, Industrialisasi dan Kesempatan Kerja**. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Payaman J.S., 1985. **Pengantar Ekonomi Sumberdaya Manusia**. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Soharja A. dan Dahlan Patong, 1984. **Sendi-Sendi Pokok Ilmu Usaha Tani**. LP3ES. Jakarta.
- Suryana, A. Syamsudin, 1998. **Analisis Persoalan Agrosistem**. Bahan Kuliah Ekstensi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar.