

## PENINGKATAN NILAI TAMBAH SUSU KAMBING ETAWA DI UM PUREFRESH KABUPATEN CIAMIS

Dwi Apriyani<sup>1)</sup>, Randi Muchariman<sup>2)</sup>, Joni<sup>3)</sup>, dan Trisna Wijaya<sup>4)</sup>

<sup>1234</sup>Universitas Siliwangi, Jl. Siliwangi No.24 Kahuripan, Kec. Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46115  
e-mail: [dwi.apriyani@unsil.ac.id](mailto:dwi.apriyani@unsil.ac.id)<sup>1</sup>, [randimuchariman@unsil.ac.id](mailto:randimuchariman@unsil.ac.id)<sup>2</sup>, [joni@unsil.ac.id](mailto:joni@unsil.ac.id)<sup>3</sup>, [trisnawijaya@unsil.ac.id](mailto:trisnawijaya@unsil.ac.id)<sup>4</sup>

### Abstrak

Resiko kontaminasi bakteri yang mudah terjadi pada susu kambing segar menjadi alasan utama Purefresh melakukan proses pengolahan. Proses pengolahan juga diketahui dapat meningkatkan nilai tambah produk sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Namun demikian, Purefresh belum melakukan analisis nilai tambah sehingga tidak mengetahui seberapa besar nilai guna yang sudah diperoleh atas pengolahan yang telah dilakukan pada susu kambing pasteurisasi. Tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis nilai tambah produk susu pasteurisasi pada UM Purefresh. Metode penelitian menggunakan *purposive sampling*. Responden penelitian adalah seluruh pegawai di Purefresh. Metode pengambilan data menggunakan *deep interview* (wawancara mendalam) dan observasi. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode Hayami. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penerimaan Purefresh dalam satu minggu mencapai Rp 1.250.000 untuk 5 hingga 6 kali siklus produksi. Besarnya nilai tambah yang diperoleh Purefresh dari pengolahan susu segar menjadi susu pasteurisasi yaitu sebesar Rp 5.000 per liter, dengan nilai rasio sebesar 4%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa untuk setiap Rp 100, nilai output akan memperoleh nilai tambah sebesar 4%. Adapun saran yang dapat diberikan untuk Purefresh yaitu sebaiknya melakukan analisis *break even point* (analisis pulang pokok) untuk mengetahui sampai di titik produksi berapa usaha Purefresh telah mengalami pengembalian modal atau total biaya yang dikorbankan sama dengan total penerimaan yang diperoleh dari hasil penjualan.

**Kata Kunci :** Nilai Tambah; Pasteurisasi; Susu Kambing

### Abstract

*The risk of bacterial contamination that easily occurs in fresh goat's milk is the main reason for Purefresh to carry out the processing. The processing process is also known to increase the added value of the product so that it has a higher selling value. However, Purefresh has not analyzed the added value so that it does not know how much use-value has been obtained from the processing that has been carried out on pasteurized goat milk. The purpose of the study was to analyze the added value of pasteurized milk products at UM Purefresh. The research method used purposive sampling. Research respondents are all employees at Purefresh. Methods of data collection using deep interviews (in-depth interviews) and observation. The data used are primary data and secondary data. The data analysis method used is the Hayami method. The results showed that the receipt of Purefresh in one week reached Rp. 1.350.000 for 5 to 6 production cycles. The added value obtained by Purefresh from processing fresh milk into pasteurized milk is Rp 5.000 per liter, with a ratio value of 4%. Thus it can be said that for every Rp 100, the value of the output will get an added value of 4%. The advice that can be given to Purefresh is that it is better to do a break-even point analysis to find out at what point of production Purefresh's business has experienced a return on capital or the total cost sacrificed is equal to the total revenue obtained from sales.*

**Keywords:** Value Added; Pasteurized; Goat's Milk

### I. PENDAHULUAN

Sektor peternakan memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi masyarakat di Kabupaten Ciamis. Berbagai jenis ternak yang dikembangkan masyarakat antara lain kambing, domba, sapi potong, kuda, kerbau, dan unggas. Menurut data BPS (2021), ternak yang paling banyak dikembangkan

masyarakat di Kabupaten Ciamis yaitu domba sebanyak 197.912 ekor dan kambing sejumlah 136.524 ekor. Ternak kambing dikembangkan untuk diambil susu, kulit, dan dagingnya. Sedangkan ternak domba dimanfaatkan untuk bagian kulit dan dagingnya saja. Masing-masing produk yang dihasilkan tersebut telah memiliki pangsa pasar di wilayah Priyangan Timur. Produk susu kambing di Kabupaten Ciamis cukup banyak diminati konsumen

dengan segmentasi psikografis yang mengarah pada gaya hidup sehat. Kebanyakan konsumen memilihnya sebagai salah satu upaya untuk menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh. Produksi susu kambing di Kabupaten Ciamis cenderung mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun.



Gambar 1. Fluktuasi Produksi Susu

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa 2016 hingga 2018, produksi susu di wilayah Kabupaten Ciamis meningkat dari 235.777 liter menjadi 244.172 liter. Namun pada akhir tahun 2020, produksi susu justru menurun drastis menjadi 171.953 liter. Penurunan ini diperkirakan karena jumlah kambing yang diperah susunya juga berkurang. Data BPS menunjukkan terjadi penurunan jumlah kambing yang dipelihara masyarakat di Kabupaten Ciamis dari 21.616 ekor pada tahun 2018 menjadi 10.998 ekor di tahun 2020.

Susu kambing dipercaya memiliki kandungan protein yang tinggi bahkan melebihi jumlah kandungan protein yang ada pada susu sapi. Level kandungan protein susu kambing dikatakan di bawah air susu ibu (ASI) dan diatas susu sapi. Warna susu kambing cenderung lebih putih karena tidak mengandung karoten. Kandungan lemak sebanyak 94,2% dan protein sebanyak 3,5 % diakui lebih mudah dicerna oleh balita dan lansia daripada susu sapi. Hal tersebut terjadi karena bentuk susu kambing lebih halus, homogen, dan memiliki ukuran butiran lemak yang sangat kecil yaitu 1-10 milimikron, sehingga tidak perlu dilakukan proses homogenisasi pada tubuh. Kandungan protein terdiri dari 3,1% casein dan 0,4% laktalbumin. Adapun laktalbumin mempunyai efek laksatif yang lembut. Protein pada susu kambing juga kaya akan kandungan asam amino dan non esensial. Beberapa zat lainnya yang terkandung dalam susu kambing yaitu laktosa (4,23%), vitamin A, niasin, kolin, inositol, dan B1. Namun demikian ada beberapa kandungan pada susu kambing yang jumlahnya lebih rendah jika dibandingkan dengan susu sapi, antara lain B6, B12, C, dan karotenoid.

Susu kambing dikenal sebagai obat alami yang dapat menyembuhkan beberapa penyakit, antara lain TBC (Tuberkulosis), radang paru-paru kronis, kolesterol tinggi, penyakit eksim (gatal), penyakit kurang darah, dan mempercepat pemulihan orang yang baru sembuh dari sakit. Selain itu, susu kambing bermanfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh dan membantu mempercepat pertumbuhan balita dengan menjaga keseimbangan metabolisme, mendukung pertumbuhan tulang dan gigi, serta pembentukan sel darah merah dan jaringan tubuh. Kandungan mineral yang ada pada susu kambing dapat memperlambat osteoporosis. Selain kaya kegunaan dan manfaat, konsumsi susu kambing juga tidak akan menyebabkan diare atau alergi. Oleh karena itu susu kambing cukup baik dikonsumsi oleh orang yang memiliki kelainan *lactose intolerance* (orang yang memiliki kelainan akibat kepekaan alat cerna terhadap susu sapi) (Kementan, 2019). Melimpahnya kandungan pada susu kambing akan lebih baik jika dinikmati dalam bentuk segar. Namun sebagian besar konsumen tidak menyukai konsumsi susu kambing segar karena ada bau prengus yang disebabkan kandungan 4-etilactanal. Penyajian susu kambing segar jika tidak berhati-hati dan higienis dapat dijadikan media berkembangbiaknya bakteri.

Penyajian susu kambing dalam bentuk segar memiliki resiko mudah rusak dan basi. Kerusakan tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti temperature, udara kotor, maupun bakteri. Solusi terbaik untuk pengawetan dan membuat susu bertahan lama untuk dikonsumsi adalah pengolahan dan pengemasan sehingga menimbulkan nilai tambah yang menjadikan harga susu meningkat (Ardiansyah et al., 2021). Pengolahan juga dapat mengatasi kelemahan susu kambing yang cenderung bau prengus. Salah satu Usaha Mikro (UM) di Kabupaten Ciamis yang memproduksi dan mengolah susu kambing adalah Purefresh. Produk yang dihasilkan dan dijual di UM Purefresh antara lain susu kambing segar, susu kambing pasteurisasi, susu kambing bubuk, dan olahan lain seperti yogurt dan kefir. Diantara berbagai produk tersebut, susu pasteurisasi merupakan produk yang paling banyak di produksi dan dijual secara kontinyu. Pasteurisasi adalah proses untuk memperlambat pertumbuhan bakteri di dalam makanan (biasanya cairan) dengan cara memanaskan makanan tersebut hingga suhu tertentu kemudian mendinginkannya. Susu yang belum dipasteurisasi memiliki resiko tinggi menyebabkan infeksi jika di konsumsi secara langsung karena susu menjadi media terbaik untuk pengembangan bakteri.

Pemilik UM Purefresh menyadari bahwa proses

pengolahan mampu meningkatkan daya simpan susu sehingga memiliki nilai tambah yang lebih tinggi. Namun demikian, selama ini UM Purefresh belum dapat memastikan seberapa besar nilai tambah yang dihasilkan dari proses pengolahan dan penanganan yang dilakukan sehari-hari tersebut. Ketidaktahuan ini juga mempengaruhi keputusan pemilik UM Purefresh yang lebih memilih menjual produk susu segarnya ke sebuah industri di Yogyakarta meskipun keuntungan yang diperoleh tidak besar. Pemahaman seorang pengusaha terhadap besarnya nilai tambah dalam pengolahan dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang lainnya. Hidayat (2012) menyatakan bahwa konsep nilai tambah adalah status pengembangan nilai yang terjadi karena adanya input fungsional yang diperlakukan pada status komoditas. Harjanto (1999) menambahkan bahwa input fungsional adalah perlakuan dan jasa yang menyebabkan bertambahnya kegunaan dan nilai komoditas selama mengikuti arus komoditas pertanian. Dengan demikian, pengukuran nilai tambah perlu dilakukan karena distribusi biaya dan keuntungan yang tidak seimbang dalam rantai pasok akan membahayakan kelangsungan serta menghambat perkembangan industri (Bunte, 2006). Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis nilai tambah produk susu pasteurisasi pada UM Purefresh. Kebaharuan penelitian ini yaitu analisis nilai tambah belum pernah diimplementasikan pada olahan susu kambing pasteurisasi khususnya di usaha Purefresh. Manfaat dari penelitian ini yaitu hasil perhitungan nilai tambah yang tepat dapat digunakan Purefresh sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis.

## II. METODOLOGI

Penelitian dilakukan di UM Purefresh yang berlokasi di Desa Petir Hilir Kecamatan Baregbe Kabupaten Ciamis. UM Purefresh menjadi satu-satunya usaha mikro di Kabupaten Ciamis yang telah memproduksi olahan susu kambing etawa secara kontinyu dan memiliki pangsa pasar yang tetap. Pelaksanaan penelitian dan pengambilan data primer dilakukan pada Bulan Agustus hingga Oktober 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan data sampel yang didasarkan pada kriteria atau pertimbangan-pertimbangan tertentu. Responden dalam penelitian adalah pemilik dan staff karyawan UM Purefresh. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang telah diamati. Sedangkan data sekunder diperoleh dari publikasi Badan Pusat

Statistik (BPS) dan jurnal-jurnal terkait. Metode pengambilan data primer yang digunakan adalah deep interview (wawancara mendalam) dan observasi. Instrumen yang digunakan dalam wawancara mendalam yaitu kuesioner. Observasi yaitu pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang diteliti.

Pendekatan penyajian data yang digunakan yaitu kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif diperlukan untuk menggambarkan secara deskriptif mengenai nilai tambah, proses produksi, aliran produk, pemasaran, dan strategi peningkatan nilai produk. Sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk menghitung nilai tambah, penerimaan, dan keuntungan dari produk olahan susu yang dihasilkan. Teknik analisis data yang digunakan adalah *value added analysis* (analisis nilai tambah) menggunakan metode Hayami. Nilai tambah adalah suatu perubahan nilai yang terjadi karena adanya perlakuan terhadap suatu input pada suatu proses produksi. Nilai tambah juga diartikan sebagai selisih dari nilai output dengan biaya bahan dan pengolahan input. Metode Hayami memiliki beberapa kelebihan, antara lain: (1) dapat diketahui besarnya nilai tambah, (2) dapat diketahui besarnya balas jasa terhadap pemilik faktor produksi, (3) dapat diterapkan di luar sub sistem pengolahan, misalnya kegiatan pemasaran (Sudiyono, 2001). Penggunaan metode Hayami dalam analisis nilai tambah memiliki tujuan untuk mengetahui produktivitas, nilai output, nilai tambah, keuntungan, upah tenaga kerja, dan keuntungan pengolahan.

Tabel 1. Template perhitungan analisis nilai tambah

No	Variabel	Nilai
<i>Output, Input, Harga</i>		
1	Output (lt) / bln	(1)
2	Bahan Baku (lt) / bln	(2)
3	Tenaga Kerja Langsung (HOK)	(3)
4	Faktor Konversi	$(4) = (1) / (2)$
5	Koefisien Tenaga Kerja Langsung (HOK/lt)	$(5) = (3) / (2)$
6	Harga Output (Rp/lt)	(6)
7	Upah Tenaga Kerja Langsung (Rp/HOK)	(7)
<i>Penerimaan dan keuntungan</i>		
8	Harga Bahan Baku (Rp/lt)	(8)
9	Harga Input lain (Rp)	(9)

10	Nilai Output (Rp/lit)	$(10) = (4) \times (6)$
11	a. Nilai Tambah (Rp/lit)	$(11a) = (10) - (8) - (9)$
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	$(11b) = (11a) / (10) \times 100$
12	a. Pendapatan tenaga kerja Langsung (Rp/lit)	$(12a) = (5) \times (7)$
	b. Pangsa tenaga kerja langsung (%)	$(12b) = (12a) / (11a) \times 100$
13	a. Keuntungan (Rp/lit)	$(13a) = (11a) - (12a)$
	b. Tingkat Keuntungan (%)	$(13b) = (13a) / (10) \times 100$
<i>Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi</i>		
14	Marjin (Rp/lit)	$(14) = (10) - (8)$
	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (%)	$(14a) = (12a) / (14) \times 100$
	b. Sumbangan input lain (%)	$(14b) = (9) / (14) \times 100$
	c. Keuntungan perusahaan (%)	$(14c) = (13a) / (14) \times 100$

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

UM Purefresh telah berdiri sejak tahun 2017 di Desa Petir Hilir, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis, dengan modal awal beberapa ekor kambing. Jenis kambing yang dikembangkan adalah peranakan etawa. Hingga saat ini produksi rata-rata susu per hari minimal 30 liter dan maksimal pernah mencapai 50-60 liter per hari di bulan Juni-Juli 2021. Pada tahun 2019 UM Purefresh telah mampu memenuhi permintaan susu kambing segar untuk bahan baku industri dan konsumen susu pemakai akhir. Persentasenya 60% ke pasar industri dan 40% ke pangsa *end user*. Dengan demikian ketersediaan susu kambing segar di Purefresh selalu laku habis setiap harinya. Namun karena sebagian besar masuk ke pasar industri, margin keuntungan yang diterima Purefresh relatif rendah. Oleh karena itu, UM Purefresh terus berusaha agar dapat meningkatkan volume produksi yang bisa ditawarkan pada pasar potensial lainnya.

Sebetulnya UM Purefresh telah merintis pengembangan usaha dengan membuka mini café di sekitar kandang kambing. Mini Café tersebut dijadikan tempat pertemuan jika ada kunjungan dari anak-anak sekolah atau rombongan konsumen yang ingin mengetahui proses produksi susu kambing. Artinya pengembangan usaha Purefresh tersebut sudah mengarah pada konsep agrowisata. Namun

karena ada pandemi covid-19, sejak tahun 2020 pengembangan bisnis mini café tersebut mulai surut. Pandemi covid-19 menyebabkan minat masyarakat berpergian dalam kelompok berkurang, acara-acara di sekolah, dan pemerintahan yang bersifat luring dihapus. Kondisi ini juga dirasakan UM Purefresh yang menjadi sepi pengunjung. Hal yang berbeda justru nampak pada minat konsumen terhadap susu pasteurisasi, permintaan susu jenis tersebut meningkat di tengah pandemi. Hal ini diperkirakan karena masyarakat menilai susu kambing dapat membantu meningkatkan daya tahan tubuh sehingga tidak mudah terserang virus.

#### B. Aspek Sosial dan Ekonomi

Salah satu upaya UM Purefresh dalam memenuhi peningkatan kebutuhan pasar susu yaitu dengan menambah jumlah kambing yang menjadi faktor produksi. Pasokan kambing diperoleh dari peternakan kambing rakyat. Biasanya dalam proses pembelian, pemilik Purefresh mendatangi penjual untuk melakukan survey terhadap kambing yang akan dibeli. Namun, kadang-kadang juga ada pemasok yang datang untuk menawarkan kepada Purefresh. Alat transportasi yang digunakan untuk mengangkut kambing adalah mobil *pick up*. Hingga saat ini Purefresh sudah menjalin kerjasama dengan 4-8 orang pemasok kambing baik dari Jawa Barat maupun Jawa Tengah.

Usaha susu kambing pasteurisasi dianggap memiliki peluang besar karena tidak banyak orang yang menggarapnya. Purefresh menjadi satu-satunya pemain utama produsen susu kambing di Kabupaten Ciamis. Pesaing terdekatnya berasal dari daerah Banjar. Sebagian pasokan susu kambing yang beredar di Ciamis dan Tasikmalaya sudah dikuasai UM Purefresh. Selebihnya pasokan berasal dari Banjar dan daerah lainnya. Hal ini menjadi pasar potensial bagi Purefresh jika mampu menyediakan produk di setiap pasar potensial di Ciamis dan Tasikmalaya karena Purefresh sudah memiliki keunggulan komparatif dengan keberadaan lokasi produksi yang dekat. Keunggulan ini tentu dapat memotong biaya transportasi dan penanganan selama pengiriman. Namun pihak Purefresh menilai bahwa secara manajemen belum mampu menggarap pasar potensial tersebut karena keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki Purefresh.

Dilihat dari aspek ekonomi, usaha Purefresh sudah cukup mandiri dalam urusan keuangan. Purefresh sudah memisahkan antara dana modal usaha dengan uang pribadi. Hal ini tergambarkan pada manajemen usaha dimana aliran keluar masuk dana dikelola oleh Staf keuangan. Usaha Mikro Purefresh telah

membagi karyawannya sesuai divisi yang dibutuhkan antara lain staf produksi, staf keuangan, staf pemasaran, dan staf perawatan ternak. Asal mula usaha Purefresh dulu menggunakan modal awal dibawah Rp. 50.000.000 yang berasal dari tabungan pribadi pemilik Purefresh. Uang tersebut digunakan untuk membangun kandang dan membeli kambing. Dana modal tersebut berkembang dari hari ke hari meskipun tidak jarang mengalami kerugian. Kerugian bagi sebuah bisnis adalah suatu hal yang biasa, sehingga manajemen Purefresh selalu berusaha bangkit ketika menemui suatu kerugian.

Saat ini produksi susu kambing sudah mencapai diatas 30 liter per hari. Produksi susu tersebut diperoleh dari sekitar 40 ekor kambing yang sedang mengalami laktasi. Rata-rata setiap ekor kambing dapat memproduksi maksimal 1,5 liter. Usaha Purefresh telah menetapkan standar kualitas susu yang dihasilkan dengan memperhatikan kebersihan sanitasi dan menjaga agar tetap higienis di setiap prosesnya. Karyawan produksi selalu menggunakan sarung tangan plastik dan penutup kepala selama melakukan proses produksi susu pasteurisasi. Kualitas susu menjadi standar utama yang akan menentukan pendapatan yang diperoleh UM Purefresh.

Salah satu upaya Purefresh dalam menjamin ketersediaan produksi susu dalam jangka panjang yaitu dengan membangun kemitraan. Purefresh membangun kemitraan dengan pemasok kambing selaku faktor utama dalam produksi susu dan menjalin kemitraan dengan pengecer susu kambing. Kedua mitra tersebut berpengaruh besar terhadap keberlanjutan usaha Purefresh. Selama ini harga jual ditentukan oleh pihak manajemen dengan pertimbangan biaya variabel dan keuntungan yang ingin diperoleh. Pihak Purefresh belum memperhatikan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan dan besarnya biaya tetap. Harga susu kambing segar dijual dengan harga Rp 30.000. Adapun tahapan pembuatan susu kambing siap konsumsi antara lain dimulai dari pemerahan, penyaringan, pasteurisasi, pengemasan, pembekuan, dan pemasaran. Setiap satu kali proses produksi, biaya-biaya yang harus dikeluarkan Purefresh antara lain 30-40 liter susu segar dengan harga jual Rp 30.000 per liter, gas seharga Rp 3.000, botol seharga Rp 9.000, stiker seharga Rp 1.000 dan listrik dengan biaya Rp 2.000. Maka biaya variabel yang dibutuhkan dapat dihitung dari kuantitas produk dikalikan harga, yaitu Rp 307.000. Selain biaya produksi susu, Purefresh juga harus mengeluarkan biaya untuk perawatan kambing supaya hasil perahan susu tetap

stabil. Biaya perawatan kambing dalam satu minggu biasanya mencapai Rp 50.000. Adapun alokasinya digunakan untuk membeli pakan Rp 35.000 dan biaya tenaga kerja Rp 15.000. Biaya produksi dan perawatan tersebut akan menjadi faktor pengurang penerimaan sehingga dapat diketahui keuntungan yang diperoleh Purefresh dalam setiap kali produksi dalam periode waktu tertentu. Perhitungan penerimaan Purefresh dapat dilihat pada hitungan matematis dibawah ini.

$$\begin{aligned} TR &= Q \times P \\ &= 45 \times 30.000 \\ &= 1.350.000 \end{aligned}$$

Keterangan:

- TR = penerimaan (Rp)  
Q = jumlah susu yang diproduksi  
P = harga (Rp)

Berdasarkan perhitungan penerimaan diatas dapat diketahui bahwa dalam kurun waktu satu minggu, Purefresh memperoleh penerimaan kotor sebesar Rp 1.350.000. Keuntungan yang diperoleh Purefresh untuk setiap kali proses produksi yaitu rata-rata sebesar Rp 150.000 hingga Rp 235.000. Keuntungan ini dapat meningkat apabila Purefresh melakukan peningkatan volume produksi. Selama ini segmen pasar utama susu kambing pasteurisasi Purefresh adalah masyarakat umum. Selain itu Purefresh juga mendistribusikan produk susu tersebut pada agen atau pedagang pengecer mitra karena melalui jaringan pemasaran ini produk bisa habis dengan lebih cepat. Strategi pemasaran yang digunakan antara lain promosi di facebook, whatsapp, dan media social lainnya.

Sebagai usaha yang bergerak dibidang pangan, Purefresh juga pernah mengalami kerugian pada di tahun-tahun sebelumnya. Kerugian yang dialami mencapai Rp 3.000.000, namun kerugian tersebut dijadikan bahan evaluasi sehingga Purefresh berusaha meningkatkan kinerja manajemennya. Purefresh masih mengalami kendala di beberapa bidang seperti keterampilan sumber daya manusia, teknologi, dan *support system* yang berpengaruh langsung terhadap perkembangan bisnis. Salah satu risiko besar yang harus ditanggung Purefresh adalah mortalitas (kematian) kambing. Kambing yang sakit jika tidak segera diatasi dengan benar dapat mati dengan cepat. Salah satu yang pernah terjadi di Purefresh adalah kambing mengalami perut kembung dan masuk angin. Pihak Purefresh sudah mengupayakan pertolongan pertama namun ternyata

deteksi dininya terlambat sehingga nyawa kambing tidak dapat di selamatkan. Kehilangan satu ekor kambing sangat berdampak pada penurunan produksi susu kambing di Purefresh. Belajar dari pengalaman tersebut, manajemen Purefresh berusaha selalu memberikan pelatihan kepada staf bagian perawatan ternak agar keterampilannya meningkat.

### C. Analisis Nilai Tambah

Salah satu tujuan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya adalah untuk meningkatkan nilai tambah. Karena peningkatan nilai tambah akan mendorong daya saing suatu komoditas di pasar. Menurut Coltrain et al. (2000), nilai tambah diartikan sebagai pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan lebih lanjut dalam suatu proses produksi. Li & Yuanyuan, (2005), menyatakan bahwa perhitungan nilai tambah bertujuan untuk menciptakan nilai dalam suatu usaha yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi. Konsep nilai tambah juga diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas produk, ketersediaan produk dan lokasinya, dan manfaat yang dirasakan konsumen (Jraisat, 2016).

Perhitungan analisis nilai tambah dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai tambah susu kambing setelah di lakukan pasteurisasi. Proses perhitungan analisis nilai tambah membutuhkan informasi mengenai biaya tetap, biaya variabel, jumlah produk, dan harga jual produk. Nilai input berkaitan dengan biaya-biaya yang dikorbankan dalam proses pengolahan hingga pemasaran, sedangkan nilai output berkaitan dengan penerimaan atas penjualan produk susu kambing yang sudah dilakukan pasteurisasi. Besarnya nilai tambah dapat menunjukkan balas jasa untuk modal, tenaga kerja, dan manajemen perusahaan yang dikelola (Rahman, 2015). Informasi nilai tambah diperlukan oleh semua pihak yang berkepentingan dalam suatu kegiatan rantai pasok (produksi hingga pemasaran) agar memperoleh harga yang sesuai dengan input yang diberikan (Pamungkassari, 2018). Berikut adalah tabel perhitungan nilai tambah produk susu kambing pasteurisasi pada usaha mikro Purefresh.

Tabel 2 Perhitungan Analisis Nilai Tambah

No	Variabel	Nilai
Output, Input, Harga		
1	Output (lt) / bln	1.500
2	Bahan Baku (lt) / bln	1.500
3	Tenaga Kerja Langsung (HOK)	1
4	Faktor Konversi	1

5	Koefisien Tenaga Kerja Langsung (HOK/lt)	0,0007
6	Harga Output (Rp/lt)	Rp 50.000
7	Upah Tenaga Kerja Langsung (Rp/HOK)	Rp 50.000
Penerimaan dan keuntungan		
8	Harga Bahan Baku (Rp/kg)	Rp 30.000
9	Harga Input lain (Rp/kg)	Rp 15.000
10	Nilai Output (Rp/kg)	Rp 50.000
11	a. Nilai Tambah (Rp/kg)	Rp 5.000
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	4
12	a. Pendapatan tenaga kerja Langsung (Rp/kg)	33,3
	b. Pangsa tenaga kerja langsung (%)	0,7
13	a. Keuntungan (Rp/lt)	Rp 4.967
	b. Tingkat Keuntungan (%)	9,9
Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi		
	Marjin (Rp/kg)	Rp 20.000
14	a. Pendapatan tenaga kerja langsung (%)	0,2
	b. Sumbangan input lain (%)	75
	c. Keuntungan perusahaan (%)	24,8

Besarnya nilai tambah dapat diperoleh dari nilai output dikurangi harga bahan baku dan harga input lain. Harga susu pasteurisasi sebesar Rp 50.000 per liter merupakan nilai yang diterima oleh Purefresh dari penjualan susu secara eceran kepada konsumen akhir. Nilai output dapat diketahui dari perkalian antara faktor konversi dengan harga susu pasteurisasi per liter. Besarnya nilai output Rp 50.000, artinya nilai susu kambing pasteurisasi yang dihasilkan setiap satu liter adalah Rp 50.000. Pengolahan dan pengemasan susu kambing pasteurisasi menghasilkan nilai tambah sebesar Rp 2.000, dengan rasio nilai tambah terhadap nilai produk sebesar 4%. Artinya untuk setiap Rp 100, nilai output akan memperoleh nilai tambah sebesar 4%. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ardiansyah et al., 2021) dimana nilai tambah diperoleh pada Rumah Susu di Desa Bangelan setelah mengolah susu menjadi permen dengan nilai tambah sebesar Rp 6.367,48 per pack

dengan persentase 275,44 %. Menurut Hayami et al., (1987), nilai tambah yang nyata dipengaruhi oleh faktor teknis (kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan dan tenaga kerja) dan faktor pasar (harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku, dan nilai input lain). Nilai tambah yang tinggi dapat dinikmati oleh pelaku yang melakukan proses pengolahan lanjutan seperti pengolahan pasca panen (Setiyowati, 2020).

Harga input lain menjadi salah satu elemen yang dihitung dalam analisis nilai tambah karena berkontribusi dalam proses pengolahan produk susu kambing. Adapun input lain yang dihitung yaitu harga gas, harga beli botol cup, harga stiker, dan biaya listrik. Masing-masing harga dimasukkan dalam konversi jika memproduksi satu liter susu, sehingga total harga input lain mencapai Rp. 15.000. harga input lain yang paling mahal adalah biaya pembelian botol cup.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa dalam memproduksi satu liter susu pasteurisasi dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 4.967 per liter. Dalam setiap proses produksi, kapasitas alat mencapai 45 liter. Dengan demikian apabila dalam kondisi produksi maksimal, keuntungan yang diperoleh Purefresh untuk setiap kali produksi mencapai Rp 223.515.

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

Usaha susu kambing pasteurisasi memiliki peluang besar untuk dikembangkan karena tidak banyak pesaing yang bermain pada bisnis tersebut. Namun Purefresh belum berani menggarap pasar potensial karena belum memiliki sumber daya manusia yang memadai. Total penerimaan Purefresh dalam satu minggu mencapai Rp 1.350.000 dengan siklus produksi 5-6 kali. Hasil analisis nilai tambah menunjukkan bahwa pengolahan dengan metode pasteurisasi dapat memberikan nilai guna lebih sebanyak Rp 2.000 per liter. Artinya untuk setiap Rp 100, nilai output akan memperoleh nilai tambah sebesar 4%. Selanjutnya saran yang perlu dilakukan Purefresh untuk meningkatkan nilai tambah susu kambing pasteurisasi adalah dengan meminimalisir biaya produksi dan melakukan evaluasi usaha lebih lanjut sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan misalnya menggunakan analisis break even point. Analisis break even point (analisis pulang pokok) untuk mengetahui sampai titik produksi berapa usaha Purefresh telah kembali modal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardiansyah, R., Utami, H. D., & Nugroho, B. A. (2021). Value Added Analysis of Milk Processed Products in Wonosari District, Malang Regency. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 5(1), 204–211.
- BPS. (2021). *Kabupaten Ciamis Dalam Angka 2021*.
- Bunte, F. (2006). *Pricing and Performance in Agri-Food Supply Chains* (First). LEI, Wageningen University and Research Centre.
- Coltrain, D., Barton, D., & Boland, M. (2000). Value Added : Opportunities and Strategies. *Food Marketing, June*, 1–10.
- Harjanto, E. (1999). *Manajemen Produksi dan Operasi*. BPFE.
- Hayami et al. (1987). *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java; A Perspektif From A Sunda Village*.
- Hidayat, S., Marimin, Suryani, A., Sukardi, & Yani, M. (2012). Modifikasi Metode Hayami untuk Perhitungan Nilai Tambah pada Rantai Pasok Agroindustri Kelapa Sawit. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 22(1), 22–31.
- Jraisat. (2016). A network perspective and value-added tasks: the case of agri-food valuechain. *Asia Pac J Market Log.*, 28(2), 350-365.
- Kementan. (2019). *Mengenal Susu Kambing Bagi Kesehatan*. [Http://Cybex.Pertanian.Go.Id/](http://Cybex.Pertanian.Go.Id/).
- Li, W., & Yuanyuan, Z. (2005). A Game Analysis on Profit Distribution of Two-echelon Supply Chain with Principal and Subordinate. *Jiangsu: School of Economics and Management Jiangsu University of Science & Technology*.
- Pamungkassari, A. R. (2018). *Model Social Enterprises untuk Mitigasi Risiko dan Peningkatan Nilai Tambah pada Rantai Pasok Berkelanjutan Agroindustri Bawang Merah*.
- Rahman, S. (2015). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Chips Jagung. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 4(3), 108–111. <https://doi.org/10.17728/jatp.v4i3.136>
- Setiyowati, L. (2020). Rantai Pasok dan Nilai Tambah Susu Sapi Perah. *Efficient: Indonesian Journal of Development ...*, 3(2), 780–798. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/efficient/article/view/39299>
- Sudiyono. (2001). *Analisis Pemasaran*. UMM Press.