

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Susu merupakan salah satu kebutuhan asupan harian yang sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Produk susu mengandung gizi yang tinggi seperti protein, lemak dan hidrat arang yang seimbang, vitamin dan mineral, asam amino, serta memiliki kandungan nilai hayati yang setara dengan susu ibu (Miharja, 2018). Dalam peradaban manusia, susu dikenal sebagai makanan alami dengan nutrisi yang paling lengkap dan aman dikonsumsi pada setiap golongan usia. Kandungan kalsium pada susu ditemukan dapat meningkatkan massa tulang pada awal masa dewasa, membantu perkembangan, kekuatan, dan kepadatan tulang untuk anak-anak, dan dapat mencegah osteoporosis pada orang tua (Rizzoli, 2014).

Salah satu produk susu yang mendominasi konsumsi global di seluruh dunia adalah susu sapi murni (Warsewicz, 2019). Susu sapi murni memiliki nilai gizi yang jauh lebih tinggi dibandingkan susu sapi dalam kemasan karena masih memiliki mikroorganisme baik dan struktur protein yang utuh. Susu sapi dalam kemasan pada umumnya diproses dengan pemanasan pada suhu tinggi yang dapat merusak struktur susu dan menghilangkan nutrisi baik pada susu sehingga produsen perlu menambahkan vitamin dan mineral demi memperoleh manfaat produk yang serupa dengan susu sapi murni.

Meskipun banyak diminati karena kandungan gizi yang lengkap, tidak semua orang menyukai rasa asli dari produk susu sapi murni. Susu sapi murni dikenal dengan citarasa dan aroma yang khas sehingga banyak orang memerlukan pengolahan khusus untuk dapat menikmati susu sapi murni (Miharja, 2018). Hal ini membuka peluang baru bagi para pelaku usaha untuk melakukan inovasi pengolahan produk susu sapi murni, mengingat bahwa kesadaran masyarakat untuk mengikuti pola hidup sehat sudah semakin tinggi dan permintaan pasar terhadap produk susu sapi murni semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Di Indonesia, bisnis susu sapi murni menjadi salah satu bisnis yang memiliki peluang tinggi karena Indonesia merupakan negara agraris dengan hasil tani dan perternakan yang melimpah, termasuk di antaranya adalah produk susu murni yang unggul (Setiawan, 2016). Bisnis susu sapi murni juga dinilai potensial karena tingkat konsumsi produk susu yang semakin meningkat di masyarakat Indonesia (Puspitasari & Anoraga, 2020). Di lain sisi, tidak semua orang menyukai susu sapi murni sehingga banyak ditemukan upaya diversifikasi susu sapi, seperti olahan susu sterilisasi, UHT, hingga susu kental manis (Wilujeng & Nuryana, 2016). Dalam rangka ikut serta meningkatkan konsumsi masyarakat terhadap susu sapi maka diciptakan bisnis susu murni Ke.susu yang dapat memenuhi kebutuhan olahan susu murni dengan berbagai varian produk yang lezat.

Ke.susu adalah bisnis susu murni yang dirintis dan dikembangkan oleh pemilik. Bisnis Ke.susu telah berjalan sejak Agustus 2020 dan berlokasi di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Ke.susu menawarkan produk susu murni yang diambil langsung dari petani dan diolah tanpa bahan aditif. Ke.susu mengambil susu

mentah dari KSU Karya Nugraha Jaya yang berlokasi di Kabupaten Kuningan, di mana para petani mengumpulkan hasil perahan yang kemudian didinginkan pada suhu 1-2 derajat menggunakan *master cooling unit* sebelum didistribusi sehingga tidak cepat basi, lalu susu yang sudah didinginkan akan dibawa ketempat pengolahan Ke.susu, diolah dengan proses masak pasteurisasi sehingga dapat menghasilkan produk susu murni Ke.susu yang siap dijual.

Ke.susu menjual berbagai varian rasa susu murni seperti varian original, vanilla, coklat, melon, jeruk, stroberi, mocca, dan leci. Selain produk susu, Ke.susu juga menjual produk yogurt dalam berbagai varian rasa yang diolah secara alami. Tujuan bisnis Ke.susu yaitu menghadirkan inovasi bagi masyarakat agar dapat mengonsumsi produk susu murni yang menyehatkan dengan rasa yang enak. Kesusu memiliki potensi pasar yang besar karena meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan dengan mengonsumsi susu murni serta tingginya minat masyarakat terhadap produk minuman kekinian yang enak dan bergizi.

Sebagai bisnis *start-up* pada bidang *food and beverage*, Ke.susu perlu selalu meningkatkan kualitas bisnis agar dapat bertahan dan bersaing di pasaran. Selama masa pandemi, produk susu murni banyak dicari untuk memenuhi kebutuhan gizi harian dan meningkatkan daya tahan tubuh. Jumlah penjual produk susu murni juga meningkat karena permintaan pasar yang semakin tinggi sehingga bisnis susu murni menjadi lebih bersaing. Pada tahun ini angka penjualan dan pendapatan Ke.susu cenderung stabil sejak bulan Januari hingga Maret 2021, kemudian meningkat pada bulan April 2021, lalu cenderung menurun sejak bulan Mei 2021, dan mulai mengalami peningkatan drastis sejak bulan Agustus.

Tabel 1.1 Pendapatan Ke.susu Periode 2021

Bulan	Jumlah Transaksi (Pcs)	Pengeluaran	Pendapatan	Laba bersih
Januari	329	Rp.2.819.000	Rp.6.822.500	Rp.4.003.500
Februari	337	Rp.1.987.000	Rp.6.539.500	Rp.4.552.500
Maret	360	Rp.3.529.500	Rp.7.223.000	Rp.3.693.500
April	479	Rp5.534.000	Rp.9.831.500	Rp.4.297.000
Mei	342	Rp.2.492.000	Rp.6.142.500	Rp.3.650.500
Juni	321	Rp.1.993.500	Rp.6.015.000	Rp.4.021.500
Juli	314	Rp.2.194.500	Rp.6.114.500	Rp.3.920.000
Agustus	388	Rp.4.237.000	Rp.7.727.000	Rp.3.490.000
September	476	Rp.4.934.500	Rp.9.424.000	Rp.4.489.500
Oktober	562	Rp.5.662.000	Rp.11.183.000	Rp.5.521.000
November	629	Rp.6.002.500	Rp.12.619.000	Rp.6.616.500
Desember	687	Rp.6.883.500	Rp.14.140.000	Rp.7.256.500

Sumber: Hasil Olah Data (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat penurunan pendapatan pada bisnis Ke.susu terutama saat pandemi memburuk pada bulan Mei hingga Juli. Membaiknya kondisi pandemi pada bulan Agustus mulai meningkatkan penjualan bisnis Ke.susu secara signifikan.

Salah satu pesaing terdekat susu murni Ke.susu di Cirebon adalah MooCow Fresh Milk yang berlokasi di Jalan Garuda nomor 3 Arya Kemuning, Kota Cirebon. MooCow Fresh Milk merupakan salah satu bisnis susu murni yang menawarkan berbagai menu makanan dan minuman, termasuk susu murni dengan berbagai varian rasa. Produk minuman MooCow dijual dengan kisaran harga mulai Rp 7.000 hingga Rp 25.000. Pada Januari 2022 MooCow menambah satu lokasi penjualan di Jalan Dr. Cipto Mangunkusumo nomor 81 yang dinamai MooCow Café & Resto. Hingga saat ini MooCow juga telah memiliki empat *truck* di Kota Cirebon, yaitu di Stadion Bima, Citraland, Jalan Bahagia, dan Jalan Pekiringan.

Melalui penelitian ini, pemilik akan menyusun perencanaan bisnis atau *business plan* bagi usaha susu murni Ke.susu. *Business plan* merupakan rencana untuk menciptakan peluang bisnis yang nyata, mengendalikan risiko, dan mencapai

tujuan bisnis. Selain bermanfaat untuk menjadi pedoman mengembangkan bisnis, *business plan* juga berperan penting dalam menegaskan kemampuan bisnis dan menarik investor (Setiarini, 2013). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk mengembangkan bisnis Ke.susu, baik dari aspek produksi, operasional, pemasaran, sumber daya manusia, maupun keuangan. Dengan penjelasan di atas maka pemilik tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “*BUSINESS PLAN* SUSU MURNI KE.SUSU”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perencanaan bisnis strategis yang dapat diterapkan untuk mengembangkan bisnis susu murni Ke.susu berkaitan dengan aspek produksi, operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan perencanaan bisnis yang strategis untuk mengembangkan bisnis susu murni Ke.susu berkaitan dengan aspek produksi, operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis, baik bagi pemilik bisnis susu murni Ke.susu maupun bagi praktisi bisnis lainnya serta dapat memberikan saran perencanaan strategis untuk mengembangkan bisnis Ke.susu, baik dari aspek produksi, operasional, pemasaran, SDM dan keuangan.