

Peningkatan Nilai Tambah Susu Segar Melalui Teknik Pembuatan Yoghurt dan Medianya di Desa Cicadas dan Desa Sukamandi Kecamatan Sagalaherang Kabupaten Subang

Hasni Arief¹, Eka Wulandari², Anita Fitriani³

^{1,2,3}, Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran

E-mail: ¹⁾ hasni.arief@unpad.ac.id

ABSTRAK

Hakikat dari suatu pengabdian adalah memberikan suatu pengetahuan kepada masyarakat yang dapat mengantar ke kehidupan yang lebih baik. Oleh karena itu, Tim Pengabdian Unpad tergerak untuk memberikan suatu pengetahuan dalam hal pengolahan susu segar guna meningkatkan nilai tambah susu segar itu sendiri, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan peternak melalui penerimaan yang tinggi. Pengabdian ini dilakukan di Desa Cicadas dan Sukamandi, meskipun dalam perjalanannya pembinaan hanya dilakukan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Dayang Sumbi Desa Cicadas. Adapun metode pelaksanaan kegiatan PPMD Integratif yang digunakan adalah Workshop (Pelatihan). Tingkat keberhasilan kegiatan workshop diukur dengan barometer: pengetahuan tentang teknik pembuatan yoghurt dan medianya, minat menghadiri kegiatan sosialisasi kegiatan dari kelompok peternak, keikutsertaan kelompok peternak dalam kegiatan pelatihan, dan antusias kelompok peternak dalam kegiatan pelatihan. Berdasarkan pre-test pada responden dengan jumlah 15 orang menunjukkan bahwa semuanya belum mengetahui teknik pembuatan yoghurt dan medianya. Kegiatan ini sangat menarik responden untuk menghadiri kegiatan sosialisasi dari kelompok peternak sehingga keikutsertaan dan antusiasme kelompok peternak dalam kegiatan pelatihan sangat tinggi. Lebih lanjut dari itu, keberhasilan dari kegiatan ini terlihat adanya kegiatan pemasaran yoghurt yang dilakukan oleh KWT Dayang Sumbi dengan segmen pasar yang relatif terbatas. Atas kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha penjualan yoghurt meningkatkan kesejahteraan peternak bila didukung oleh penyerapan pasar untuk produk yoghurt tersebut. Hal ini beralasan karena yoghurt merupakan produk yang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dibanding sekedar sebagai susu segar sehingga nilai jual menjadi relatif tinggi yang tentunya akan berimplikasi terhadap segmen pasar. Terkait dengan hal tersebut, maka program lanjutan yang akan diberikan berupa pelatihan dan pembinaan mengenai manajemen pemasaran.

Kata Kunci: manajemen pemasaran, nilai tambah, pelatihan, segmen pasar, yoghurt

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara di antara sejumlah negara di Asia yang membangun industri persusuannya melalui pola koperasi. Kebijakan ini dinilai sesuai dengan tuntutan teknis karakteristik komoditas susu, sekaligus mampu memfasilitasi dan memberi dampak terhadap pembangunan perekonomian masyarakat pedesaan di daerah kantong populasi sapi perah. Selama ini, prioritas kebijakan di dalam pengembangan peternakan sapi perah dan lebih ditujukan untuk meningkatkan standar hidup petani ternak rakyat, dimana

pengembangan ternak sapi perah diharapkan dapat memberikan kesempatan kerja di pedesaan sekaligus secara makro mengurangi ketergantungan akan susu impor. Meskipun begitu, upaya-upaya pengembangan dan pembangunan tersebut masih menghadapi berbagai persoalan, diantaranya: persoalan pemasaran yang sangat terbatas.

Sampai pada saat ini, susu yang dihasilkan oleh peternak dipasarkan kepada Industri (pabrik) Pengolahan Susu (IPS) melalui koperasi. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan sebelumnya, tidak banyak koperasi yang memasarkan susu di dalam bentuk produk susu segar. Faktor utama yang

melatarbelakangi fenomena ini adalah preferensi konsumen dan keterbatasan ekspansi usaha koperasi. Pada sisi konsumen, tingkat permintaan terhadap susu lebih dominan terhadap produk susu olahan dan olahan susu daripada susu segar [1]. Kondisi tersebut merupakan indikator yang menunjukkan bahwa produk susu berbentuk susu segar belum dapat diterima secara kultural oleh konsumen secara umum. Pada sisi produksi, terdapat sedikitnya dua alasan yang melatarbelakangi pola pemasaran yang berlaku pada saat ini. Pertama, permintaan pabrik pengolahan yang selalu meningkat antar waktu; dan kedua, faktor risiko yang lebih kecil mengingat susu segar sangat cepat mengalami kerusakan secara biologis.

Pada dasarnya bisnis sapi perah masih tetap menjanjikan. Berbeda dengan produk pangan lainnya, produk peternakan termasuk susu bukan digerakkan oleh supply driven tetapi oleh consumer driven. Artinya, produk susu tetap akan dibutuhkan seiring dengan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat [2]. Peternak sapi perah rakyat melalui wadah koperasi harus berjuang dan memanfaatkan peluang dari sisi demand yang masih cukup besar.

Bertitik tolak dari hal tersebut, maka sangat beralasan pihak koperasi merangsang para anggotanya untuk dapat berkreasi dalam hal peningkatan nilai tambah susu segar melalui introduksi berbagai metode pengolahan, diantaranya pembuatan yoghurt dan medianya. Yoghurt merupakan suatu produk pengolahan yang berbahan baku susu segar, yang mana susu segar yang digunakan harus berkualitas baik. Hal ini tentunya akan memberikan efek domina terhadap perilaku peternak untuk mengelola usaha ternak lebih baik, yang demikian akan memberikan suatu penerimaan yang relatif baik disebabkan nilai susu segar yang diterimanya dan produk yang dihasilkan relatif baik.

Kecamatan Sagalaherang merupakan sentra peternakan sapi perah rakyat di Kabupaten Subang, tepatnya di Desa Cicadas. Secara geografis, wilayah ini termasuk dalam wilayah kerja Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU), yang merupakan salah satu koperasi di Jawa Barat dengan reputasi yang baik. Meskipun demikian, kondisi KPSBU yang relatif baik tidak serta merta merangsang para peternak di lokasi ini

untuk lebih berkreasi dalam hal penjualan produk dari usaha ternaknya dan hal ini merupakan suatu hal yang dilematis. Di satu sisi hasil peternakan sapi perah dipasarkan baru sebatas pada pemasaran susu segar. Di sisi lain, adanya kelompok masyarakat peternak terutama Kelompok Wanita Tani Dayang Sumbi yang harus diberdayakan sehingga dapat menambah pendapatan keluarga.

Berangkat dari permasalahan yang ada, maka Tim Pengabdian Unpad tergerak untuk memberikan suatu pengetahuan dalam hal pengolahan susu segar guna meningkatkan nilai tambah susu segar itu sendiri, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan peternak melalui penerimaan yang tinggi.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Workshop

No.	Rencana Kegiatan	Keterlibatan dalam Kegiatan	
		Dosen	Kelompok Peternak
1.	Sosialisasi kegiatan	Fasilitator/Nara sumber: teknis	Nara sumber: kondisi sosek
2.	Pemilihan Kelompok Peternak	Diskusi bersama masyarakat	Diskusi bersama Tim PPMD
3.	Workshop (Pelatihan)	Nara sumber	Peserta

Untuk mencapai tujuan dari kegiatan pengabdian yang dilakukan, maka tahapan pelaksanaan kegiatan sebagaimana tertera pada tabel di atas dioperasionalkan sebagai berikut:

1. Sosialisasi. Kegiatan sosialisasi dilakukan pada saat kegiatan KKNM berlangsung, tepatnya pada Minggu ke-2;
2. Pelatihan. Kegiatan ini dilakukan pada minggu ke-4; dan
3. Monitoring dan evaluasi. Kegiatan ini merupakan kegiatan akhir dari rangkaian kegiatan PPMD, yang dilakukan dengan mekanisme sekali sebulan. Hal ini bertujuan apakah program teknik pembuatan yoghurt dapat dijadikan sebagai sumber peningkatan pendapatan bagi peternak dan peningkatan kas bagi koperasi.

Setiap rencana kegiatan dilakukan dalam waktu yang berbeda dengan pendekatan small-group discussion dengan harapan tercapainya komunikasi interpersonal yang kondusif sehingga pelaksanaan program dapat berjalan secara efektif dan efisien. Selain itu terdapat pelengkap kegiatan berupa monitoring dan evaluasi dengan tujuan untuk melihat pencapaian target yang telah direncanakan. Keberhasilan kegiatan workshop ditentukan oleh banyak hal yang terkait dengan materi, pemateri, peserta workshop, lama workshop, fasilitas workshop, proses komunikasi dan lainnya yang dapat berpengaruh pada penyerapan materi yang ada didalamnya. Namun, beberapa hal yang paling mempengaruhi keberhasilan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Indikator Keberhasilan Kegiatan Workshop

No.	Indikator	Base Line (sebelum kegiatan)	Pencapaian (setelah kegiatan)
1.	Pengetahuan tentang teknik pembuatan <i>yoghurt</i> dan medianya	XX	XX
2.	Minat menghadiri kegiatan sosialisasi kegiatan dari kelompok peternak	XX	XX
3.	Keikutsertaan kelompok peternak dalam kegiatan pelatihan	XX	XX
4.	Antusias kelompok peternak dalam kegiatan pelatihan	XX	XX

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Lokasi Kegiatan

Kegiatan PPMD ini dilakukan di dua desa, yaitu Desa Cicadas dan Desa Sukamandi Kecamatan Sagalaherang Kabupaten Subang. Kedua desa tersebut berdampingan, Desa Sukamandi berada di posisi sebelah barat Desa Cicadas. Meskipun demikian, sumber daya manusia dan ternak yang dipelihara di tiap-tiap lokasi berbeda satu sama lain. Berikut penjelasan lebih detil mengenai lokasi tersebut.

Desa Cicadas

Visi dari Desa Cicadas adalah untuk menjadi daerah agrowisata dengan home industry yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan dalam suasana masyarakat Agamis melalui Pemberdayaan dan Pelayanan Prima, sedangkan misi yang diterjemahkan dari visi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas SDM yang berwawasan Ilmu pengetahuan untuk mengelola sumber daya alam.
2. Meningkatkan sarana dan prasarana serta kelembagaan yang ada di desa yang dapat mendorong peningkatan pendapatan masyarakat.
3. Peningkatan Desa Cicadas sebagai salah satu Desa Agrowisata.

Salah satu uraian dari kegiatan workshop adalah pemberian materi mengenai teknik pembuatan *yoghurt* dan medianya. Materi ini merupakan ilmu pengetahuan dalam mengelola susu sebagai hasil alam. Sesuai dengan misi pertama, materi diberikan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan kualitas Sumberdaya Manusia (SDM). Selain menambah kekayaan intelektual, masyarakat dapat meningkatkan pendapatan keluarga dengan cara memproduksi dan menjual *yoghurt* yang telah diberikan dalam pelatihan. Luas lahan yang digunakan untuk pesawahan tadah hujan adalah sebesar 79,6 ha sedangkan luas lahan darat yang merupakan hutan rakyat dan hutan negara sebesar 100,4 ha dan 452,33 ha. Lahan-lahan tersebut memiliki potensi sumber pakan untuk ternak sapi. Ternak yang dikembangkan dalam jumlah banyak dan beragam serta didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dapat mendukung terwujudnya Desa Cicadas sebagai daerah agrowisata tepat seperti yang diinginkan oleh

Desa Cicadas pada misi yang ketiga. Jumlah penduduk di Desa Cicadas pada Tahun 2010 sebanyak 3.513 jiwa, sedangkan jumlah angkatan kerja pada tahun yang sama sebanyak 345 orang yang terdiri atas 150 orang bekerja dan 195 orang mencari kerja [3].

Jenis pekerjaan yang banyak digeluti adalah karyawan pabrik dan ojek, namun pekerjaan sebagai petani di bidang perikanan, pertanian dan perkebunan hanya dapat dikerjakan oleh sebagian kecil masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa minat, keinginan, dan kemampuan masyarakat dalam beternak masih rendah. Tinggi rendahnya minat, keinginan, dan kemampuan masyarakat ditentukan oleh banyak hal terutama keterbatasan dalam access on capital sehingga pengetahuan dan pengalaman dalam beternak tidak mampu mendorong perkembangan peternakan lokal. Organisasi informal yang dibentuk di Desa Cicadas beragam, mulai dari klub olahraga sampai pada klub budaya dan kesenian. Dalam rangka mendukung terciptanya Desa Agrowisata, Desa Cicadas membentuk Kelompok Wanita Tani Dayang Sumbi. Kelompok ini memberdayakan para wanita yang memiliki waktu luang yang cukup untuk berkreasi dan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat seperti membuat permen susu dan menjualnya baik di lingkungan sekitar maupun di tempat lain (di luar Desa Cicadas) sehingga dapat berkontribusi dalam ekonomi keluarga.

Desa Sukamandi

Populasi Desa Sukamandi pada Tahun 2010 adalah sebanyak 3013 orang yaitu terdiri atas 1521 laki-laki dan 1492 perempuan dengan jumlah balita 7,3%. Bila diasumsikan bahwa konsumen yoghurt adalah semua usia kecuali balita, maka Desa Sukamandi dapat menjadi pasar bagi produsen yoghurt. Namun dalam profil desa dinyatakan bahwa jumlah masyarakat yang memiliki sapi sebanyak 35 orang dengan jumlah ternak sapi sebanyak 40 ekor didominasi oleh ternak sapi potong, sedangkan jumlah ternak sapi perah yang dimiliki hanya sedikit dengan produksi susu sebanyak 1200 kg per tahun[4]. Jumlah produksi susu yang dihasilkan tidak dapat memotivasi pemilik ternak untuk memproduksi yoghurt terkecuali masyarakat tersebut membeli susu sebagai bahan baku

yoghurt dari tempat lain untuk keberlanjutan usahanya.

Jumlah ternak di Desa Sukamandi dapat diperbanyak dengan alasan potensi pakan yang melimpah dari luasan tanaman pakan ternak (rumput gajah, dan lain-lain) sebesar 10 ha, pesawahan seluas 177,80 ha, dan hutan seluas 254 ha. Jumlah petani laki-laki yang terdapat di desa tersebut sebanyak 310 orang, petani perempuan 113 orang, buruh tani laki-laki 410 orang, dan buruh tani perempuan 198 orang, serta didukung dengan organisasi informal yaitu kelompok tani sebanyak 7 kelompok. Hal tersebut merupakan potensi sumber daya manusia yang sangat banyak sehingga dapat dibuat strategi usaha dengan mengintegrasikan pekerjaan tani-ternak sekaligus. Integrasi ini dapat memberikan manfaat ganda dimana produk sampingan dari pertanian dapat menyokong kebutuhan ternak dan hasil sampingan dari ternak dapat berkontribusi pada pertanian. Ragam ternak yang dipelihara di daerah ini cukup banyak (Tabel 3). Pemasaran ternak yang biasa dilakukan peternak dijual langsung ke konsumen, ke pasar hewan, ke tengkulak, dan pengecer. Latar belakang pola pemasaran yang berbeda ditentukan oleh jenis ternak dan jumlah ternak yang dijual. Efektivitas dan efisiensi digunakan sebagai bahan pertimbangan ekonomi pemasaran ternak.

Tabel 3. Ragam Ternak yang Dipelihara di Desa Sukamandi

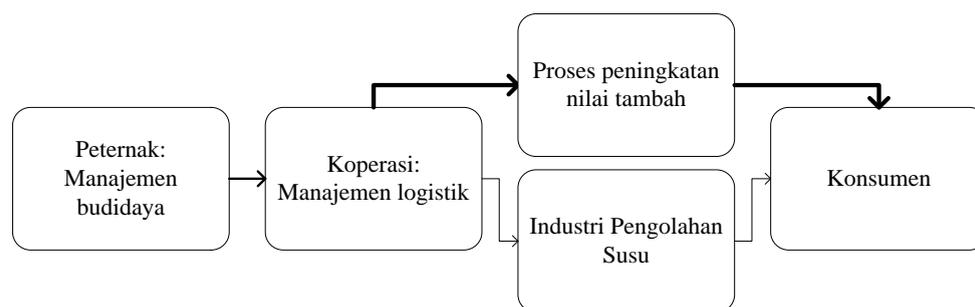
Jenis Ternak	Jumlah Pemilik (orang)	Perkiraan Jumlah Populasi (ekor)
Sapi	35	40
Kerbau	7	9
Ayam Kampung	1113	3900
Ayam Broiler	5	30000
Bebek	7	65
Kambing	4	13
Domba	130	311
Kelinci	4	21

Dilihat dari hasil sosialisasi dan diskusi dengan masyarakat setempat dalam small-group discussion maka Desa Sukamandi tidak dijadikan sebagai objek pembinaan program pengabdian kepada masyarakat. Hal ini diduga bahwa secara normatif ternak sapi potong yang jumlahnya mendominasi ternak sapi di desa tersebut tidak dapat menghasilkan susu dan ini tidak ada sangkut-pautnya dengan usaha ternak yang mereka miliki sehingga masyarakat tidak tertarik untuk mengikuti kegiatan ini. Beternak sapi potong lebih banyak dimiliki karena sapi potong mudah dipelihara, dapat digunakan sebagai tabungan, dan dapat dijual dengan mudah; sedangkan pada usaha ternak sapi perah pengelolaannya lebih rumit, selain produksi susu yang bersifat harian, pemeliharaan kebersihan pun cukup merepotkan dimana susu yang dihasilkan mengandung banyak bakteri sehingga harus mendapat perhatian khusus dari pemilik ternak. Disamping itu, ketertarikan terhadap dunia agroindustri pengolahan belum terlihat,

sebagai contoh industri keripik yang sudah diinisiasikan tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan oleh Dinas Pertanian setempat.

Hasil Kegiatan

Pada prinsipnya, insentif utama yang diperoleh peternak berasal dari harga. Saat ini, tampaknya insentif yang diterima oleh peternak masih relatif rendah, terutama di dalam mengembangkan usahaternak, baik pada sisi kuantitas ternak atau pun kualitas susu yang dihasilkan. Peningkatan insentif tampaknya hanya dapat dilakukan melalui peningkatan nilai produksi, dengan asumsi harga pembelian oleh industri pengolahan tidak mengalami peningkatan signifikan di dalam jangka pendek. Oleh karena itu, opsi yang dimiliki oleh peternak dan juga koperasinya adalah dengan meningkatkan nilai produk susu segar melalui diversifikasi pengolahan (pasca panen). Rantai pasok produk susu dengan nilai tambah diilustrasikan pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Proses Peningkatan Nilai Tambah Produk Susu di Koperasi

Gambar di atas menunjukkan bahwa proses diversifikasi produk tidak saja ditujukan kepada peningkatan nilai produk saja, tetapi juga dapat meningkatkan aksesibilitas peternak dan koperasi terhadap konsumen akhir. Selain itu, diversifikasi produk juga dapat dianggap sebagai salah satu strategi peternak untuk meningkatkan penetrasi produk terhadap konsumen yang selama ini belum menunjukkan tingkat permintaan susu segar yang signifikan. Dengan peningkatan nilai tambah pada produk tersebut diharapkan harga yang dapat diterima oleh peternak sapi perah akan meningkat. Adanya peningkatan nilai produk (harga) yang diterima oleh peternak tentunya akan merangsang peternak melakukan pembenahan pada sisi produksi, baik kuantitas dan kualitas, yang pada akhirnya akan meningkatkan

pendapatan riil peternak itu sendiri. Nurlaili menambahkan bahwa strategi diversifikasi diterapkan untuk mempertahankan daya saing terhadap produk yang sudah ada dan menciptakan keunggulan bersaing dalam pasar[5].

Peternakan menghasilkan beragam produk. Satu macam produk peternakan dapat digunakan ke dalam beberapa proses produksi hilir untuk menghasilkan beberapa produk olahan hasil ternak. Susu merupakan salah satu bahan pangan yang kaya akan zat gizi dengan kandungan protein, glukosa, lipida, garam mineral dan vitamin dengan pH sekitar 6,8 menyebabkan mikroorganisme mudah tumbuh dalam susu [6]. Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia menyebutkan beberapa jenis diversifikasi produk susu, diantaranya: susu bubuk, susu kental manis, makanan bayi dari

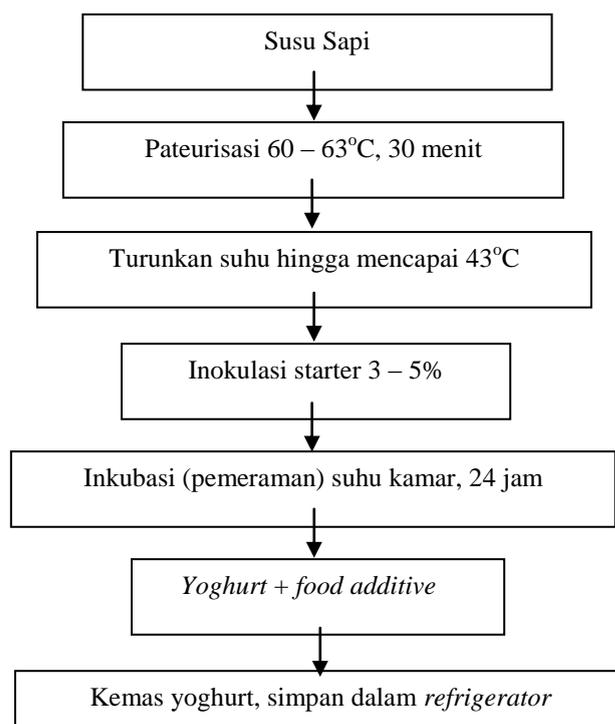
susu, keju, mentega, es krim, dan yoghurt [7]. Yoghurt adalah susu yang diasamkan melalui fermentasi dengan menggunakan biakan starter, yakni pupukan murni *Lactobacillus Bulgariensis* dan *Streptococcus Thermophilus*[8]. Pembuatan yoghurt telah berevolusi dari pengalaman beberapa abad yang lalu dengan membiarkan susu yang tercemar secara alami menjadi masam pada suhu panas sekitar 40oC – 50oC [9]. Mustan menghimbau bahwa yoghurt merupakan minuman menyehatkan. Produk pengolahan susu yang sederhana ini bila ditangani dengan tepat akan menjadi jalan keluar bagi peternak dalam hal pemasaran maupun untuk meningkatkan nilai tambah susu[10]. Oleh karena itu, Tim Pengabdian memberikan suatu Pelatihan Pembuatan Yoghurt, mengingat jenis produk ini masih asing di kalangan peternak rakyat. Adapun Langkah-langkah pembuatan yoghurt yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu berdasarkan modul pembuatan yoghurt di Laboratorium Teknologi Hasil Ternak-Fapet Unpad [11]. Adapun langkah-langkahnya adalah:

- Bahan baku susu murni yang memiliki BJ 1,026-1,030. Uji alcohol negatif, serta warna, rasa, bau, dan konsistensi normal/tidak menyimpang.
- Susu ditambah susu bubuk 5% dipanaskan pada suhu 90o C selama 30 menit sambil diaduk pada panci stainless steel. Tujuan dari pemanasan susu ini adalah untuk membunuh bakteri yang ada dalam susu agar bakteri asam laktat yang ditambahkan akan berkembangbiak secara baik dan tidak ada persaingan dengan bakter dalam susu. Disamping itu juga, pemanasan ini bertujuan untuk menguapkan air dalam susu sehingga wheying off tidak akan terjadi.
- Setelah selesai pemanasan susu/pasteurisasi adalah pendinginan susu tersebut sampai mencapai suhu 42o—43o C sambil diaduk.
- Pada suhu susu 42o—43o C tambahkan starter sebanyak 3—5% dari volume susu yang dipasteurisasi, diaduk sampai rata.
- Susu dalam wadah panci tersebut ditutup dan diperam, dibiarkan pada suhu kamar yang bersih dan akan menjadi yoghurt setelah 20—24 jam.
- Panen yoghurt

Yoghurt yang baik akan tampak menggumpal, tidak ada air di permukaannya. Yoghurt dipanen, diaduk sampai rata, baru ditambahkan buah-buahan/essens, gula 10% atau secukupnya sesuai dengan kesukaan anda.

- Kemasan yoghurt
Yoghurt dikemas dalam wadah sesuai dengan peralatan yang ada; biasanya dalam kantong plastik, gelas plastik, botol kaca, dan sebagainya, yang diberi label yang berisi nama perusahaan, tanggal kadaluarsa, dan komposisi kimia.
- Penyimpanan
Yoghurt yang sudah dikemas disimpan dalam ruangan pendingin atau ruangan pembekuan supaya lebih tahan lama.

Langkah-langkah di atas merupakan modifikasi dari bagan pengolahan yoghurt sebagai berikut [12]:



Gambar 2. Alur Pengolahan Yoghurt

Keberhasilan dari pelatihan ini diindikasikan oleh beberapa faktor yang telah dirumuskan oleh Tim Pengabdian. Penilaian atas indikator-indikator tersebut dilakukan melalui pre test. Berdasarkan pre-test dengan indikator keberhasilan kegiatan yang diberikan pada responden dengan jumlah 15 orang, semuanya belum mengetahui teknik pembuatan yoghurt dan medianya. Kegiatan ini sangat menarik responden untuk menghadiri

kegiatan sosialisasi dari kelompok peternak. Keikutsertaan dan antusiasme kelompok peternak dalam kegiatan pelatihan sangat tinggi. Hal ini dapat terbukti pada saat pelaksanaan workshop peserta terlihat ceria, selain itu semua peserta berdiskusi dan melontarkan pertanyaan-pertanyaan terkait tema pelatihan.

Tabel 4. Capaian Indikator Keberhasilan Kegiatan

No.	Indikator	Base Line (sebelum kegiatan)	Pencapaian (setelah kegiatan)
1.	Pengetahuan tentang teknik pembuatan yoghurt dan medianya	Tidak tahu	Tahu
2.	Minat menghadiri kegiatan sosialisasi kegiatan dari kelompok peternak	Tidak ada	Ada
3.	Keikutsertaan kelompok peternak dalam kegiatan pelatihan	Tidak ada	Ada
4.	Antusias kelompok peternak dalam kegiatan pelatihan	Tidak ada	Ada

Secara teknis, anggota Kelompok Wanita Tani Dayang Sumbi ini tidak mengalami masalah dalam pembuatan yoghurt karena telah terbiasa menggunakan alat-alat rumah tangga, terutama alat-alat dapur. Namun, secara ilmiah kegunaan, komposisi, dan manfaat dari setiap bahan yang digunakan tidak seluruhnya diketahui sehingga pemateri menjelaskan secara detil mengenai hal tersebut. Kemudahan dalam memperoleh bahan-bahan pembuatan yoghurt menjadi pertanyaan berikutnya dari peserta karena peserta membutuhkan kepastian dalam ketersediaan input produksi, yang mana hal ini terkait dengan keberlanjutan usaha itu sendiri. Rasa yang ditambahkan kedalam yoghurt dapat dibuat beragam sesuai dengan selera. Kemasan dan ukuran per kemasan menjadi bahan diskusi lain yang sangat menarik dimana efisiensi dapat diperoleh dengan dukungan teknologi. Kendala yang dihadapi selain ketersediaan bahan pembuat yoghurt dan kemasan produk yaitu dukungan dari

departemen kesehatan yang sulit diperoleh apabila penjualan dalam skala kecil dengan target pasar lokal.

Pada saat kegiatan pelatihan peserta berniat untuk membuat yoghurt dan menjualnya ke lokasi terdekat yang diharapkan dapat memberikan masukan yang bermakna bagi peserta sebagai produsen yoghurt yaitu ke Tea Garden Resort. Resort ini merupakan objek wisata dimana didalamnya dijual obyek fisik dan jasa yang memiliki daya jual tinggi. Namun pada kenyataannya formulasi dari kemasan, merk, rasa, mutu, pelayanan purna jual dan jaminan apabila terjadi sesuatu yang salah dialami oleh konsumen produk tersebut menjadi hal berat untuk direalisasikan. Tanggung jawab yang tinggi diperlukan dalam bisnis ini dan apabila dikonversikan ke dalam nilai rupiah maka upaya ini membutuhkan biaya yang cukup tinggi sebagai resiko usaha.

Oleh karena itu, target pasar yang dibidik oleh Kelompok Wanita Tani Dayang Sumbi sebagai langkah awal dalam memasarkan yoghurt ini adalah sekolah dasar di wilayah Desa Cicadas, yang mana konsumennya adalah anak berumur 6 sampai 12 tahun; warung kopi dan atau warung-warung kecil lainnya yang dapat dengan mudah dijangkau oleh produsen "set and homemadeyoghurt". Kondisi demikian tentunya tidak dapat memberikan suatu hasil yang "menyenangkan" bagi produsen. Hal ini beralasan rendahnya kualitas produk (kemasan, rasa, dan ukuran yang standar, tidak ada inovasi produk) sebagai bentuk penyesuaian dengan kondisi konsumen yang ada mengakibatkan nilai jual yang rendah pula. Selain itu, masalah lain yang menjadi pemikiran adalah storageyoghurt yang menyulitkan penjualan eceran, yang tentunya membatasi ruang gerak pemasaran yoghurt itu sendiri.

Permasalahan pemasaran ini merupakan persoalan yang sangat urgen, terlebih lagi bagi para pemain yang baru memasuki pasar; dan hal ini merupakan suatu pertanyaan yang diajukan oleh peserta pada saat kegiatan workshopberlangsung. Strategi pemasaran seringkali menjadi kendala utama dari usaha. Meskipun sumber daya alam dan sumber daya manusia tinggi apabila penyerapan pasar rendah atau bahkan tidak ada pasar sama sekali maka usaha tidak layak untuk dijalankan. Kelayakan suatu usaha dapat dengan sederhana dianalisa melalui dua hal, yaitu penerimaan dan pengeluaran, apabila diperoleh keuntungan maka usaha dapat dikatakan layak. Untuk itu, masyarakat sebaiknya menguasai produk dan atribut yang terkait didalamnya (misal: rasa, warna, kemasan, ukuran) dengan cara mengenali pasar lebih dekat agar mengetahui preferensi konsumen, kemudian mendekati konsumen secara sosial sesuai dengan budaya perdagangan setempat, dan menjual produk

yoghurt dengan kombinasi atribut produk yang menguntungkan dengan cara membuat perhitungan awal kelayakan usaha.

Rencana Keberlanjutan Program

Kelompok peternak sasaran secara internal memiliki kekuatan dalam bentuk respon yang sangat tinggi, di sisi lain memiliki kelemahan finansial. Berdasarkan hal itu, maka keberlanjutan program berikutnya berupa sebuah program manajemen usaha terkait dengan penjualan yoghurt, yang mana teknik pembuatan yoghurt dan mediana telah diperoleh pada program kali ini. Program lanjutan berikutnya adalah mengenai manajemen pemasaran. Hal ini sangat penting karena tidak ada produk yang sempurna apabila tidak ada yang terjual, artinya manfaat dari pembuatan produk dapat dicerna baik oleh produsen maupun konsumen.

KESIMPULAN

Usaha penjualan yoghurt meningkatkan kesejahteraan peternak bila didukung oleh penyerapan pasar untuk produk yoghurt tersebut. Hal ini beralasan karena yoghurt merupakan produk yang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dibanding sekedar sebagai susu segar sehingga nilai jual menjadi relatif tinggi yang tentunya akan berimplikasi terhadap segmen pasar. Terkait dengan hal tersebut, maka program lanjutan yang akan diberikan berupa pelatihan dan pembinaan mengenai manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Dairy Australia. 2005. "Industri Peternakan Sapi Perah Indonesia: Analisa SWOT 2005". Laporan Penelitian "Annual Report". Singapore: Emmsia.
- Saragih, Bungaran. 2001. Agribisnis Sapi Perah. Jakarta: Direktorat Jenderal Bina Produksi dan Himpunan Kerukunan Tani Indonesia.
- BPD Desa Cicadas. 2010. Data Monografi Desa Cicadas. Desa Cicadas, Sagalaherang.
- BPD Desa Sukamandi. 2010. Data Monografi Desa Sukamandi. Desa Sukamandi, Sagalaherang.
- Nurlaili, Lulik. 2011. "Hubungan Diversifikasi Produk dengan Penjualan". Tesis pada Program Pascasarjana Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya. Malang: Universitas Brawijaya.
- SuwitoWidodo. 2010. Bakteri yang Sering Mencemari Susu: Deteksi, Patogenesis, Epidemiologi, dan Cara Pengendaliannya.
- Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia. 2009. "Roadmap Industri Susu".Laporan Tahunan

- Penelitian dan Pengembangan. Jakarta: Departemen Perindustrian.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 1998. Pasca Panen Susu. Jakarta: Departemen Pertanian.
- Buckle, et al. 1978. Food Science. (Alih Bahasa: Hari Purnomo dan Adiono. 2009. Ilmu Pangan. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta).
- Mustan, Y.D. 2010. Yoghurt Minuman Menyehatkan. Jakarta: Agribisnis Web.
- Laboratorium Teknologi Hasil Ternak-Fapet Unpad. 2012.Modul Yoghurt. Bandung:Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran.
- Susilorini, T.E. dan Sawitri, M.E. 2009. Produk Olahan Susu. Jakarta: Penebar Swadaya.