

PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA MELALUI PENGEMBANGAN SUSU FERMENTASI DI SENTRA SAPI PERAH KABUPATEN TASIKMALAYA

Laras Pratiwi¹, Putri Dian Wulansari^{1*}, Agus Supriatman¹, Juni
Sumarmono², Novie Andri Setianto², dan Rifda Naufalin²

¹Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia

²Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia

*Koresponden penulis: putridian@unper.ac.id

ABSTRAK

Mitra sasaran dalam kegiatan pengabdian yang sebelumnya telah mendapatkan pelatihan dalam penerapan teknologi tepat guna untuk pengembangan produk susu fermentasi khususnya produk yoghurt. Hasil dari kegiatan pengabdian tersebut kedua kelompok telah berhasil dalam membuat yoghurt dan yoghurt pasta dengan beraneka rasa. Diperlukan dukungan berupa kemampuan dalam pengelolaan secara ekonomi utamanya dalam menentukan biaya produksi dan harga jual produk. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah mitra sasaran dapat menentukan biaya produksi dan harga jual dari produk yang dimiliki. Metode yang digunakan adalah diskusi, sosialisasi, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan pada pengabdian ini adalah mitra sasaran mampu menentukan biaya produksi dan harga jual dari produk yang dimiliki. Produk yoghurt drink dengan biaya produksi Rp. 8.550,00 dapat dijual dengan harga Rp. 11.970,00 dan yoghurt pasta dengan biaya produksi Rp. 9.450,00 dapat dijual dengan harga Rp. 13.230,00. Diperlukan peran pemerintah desa, ataupun dinas terkait untuk membantu keberlanjutan kegiatan ini sehingga program yang dilaksanakan dalam berlangsung secara berkelanjutan.

Kata Kunci:

biaya produksi; harga jual; peternak; sapi perah; yoghurt

PENDAHULUAN

Sentra sapi perah terbesar di Kabupaten Tasikmalaya tepatnya berlokasi di Desa Guranteng Kecamatan Pagerageung dengan produksi sebesar 7.000 L susu per hari. Sampai saat ini sebagian besar produksi susu sapi yang dihasilkan dikirimkan ke Industri Pengolahan Susu (IPS) melalui koperasi meskipun dengan harga rendah yaitu sebesar Rp. 6.000,00. Harga susu sapi yang rendah memotivasi masyarakat untuk mengolah produk susu menjadi produk lain yang memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Kelompok Ternak Sapi Perah (KTSP) Mekar Rahayu dan Kelompok TP PKK Desa Guranteng merupakan mitra sasaran dalam kegiatan pengabdian yang sebelumnya telah mendapatkan pelatihan dalam penerapan teknologi tepat guna untuk pengembangan produk susu fermentasi khususnya produk yoghurt. Hasil dari kegiatan pengabdian tersebut kedua kelompok telah berhasil dalam membuat yoghurt dan yoghurt pasta dengan beraneka rasa.

Kemampuan produksi harus didukung dengan adanya kemampuan dalam pengelolaan secara ekonomi utamanya dalam menentukan biaya produksi dan harga jual produk. Kemampuan untuk mengelola biaya produksi secara efektif dan menentukan harga jual yang tepat sangat penting bagi kesehatan keuangan dan keberlanjutan usaha. Memahami seluk-beluk biaya produksi dan kaitannya dengan keputusan penetapan harga bukan hanya soal profitabilitas tetapi juga posisi strategis di pasar. Penentuan biaya produksi melibatkan analisis komprehensif terhadap semua faktor yang berkontribusi terhadap suatu produk, termasuk bahan baku, tenaga kerja, overhead, dan biaya operasional lainnya.

Dalam penentuan biaya produksi terdapat dua kompoten penting yaitu biaya tetap dan biaya variable. Biaya tetap ini merupakan biaya konstan terlepas dari tingkat produksi, termasuk biaya seperti sewa, gaji karyawan tetap, dan penyusutan peralatan. Biaya tetap sangat penting untuk menentukan titik impas, yaitu volume penjualan dimana total pendapatan sama dengan total biaya (Chang, Fernando, & Tripathy, 2015). Sebaliknya, biaya variabel berfluktuasi seiring volume produksi dan mencakup pengeluaran seperti bahan baku, tenaga kerja langsung, dan utilitas. Menganalisis biaya variabel sangat penting dalam pengambilan keputusan penetapan harga, karena biaya tersebut berdampak langsung pada biaya produksi marginal (Dong, Opexov, Velikorossov, Glazov, & Soltakhanov, 2021).

Sebaliknya untuk penetapan harga jual yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam tentang permintaan pasar, harga pesaing, dan perilaku konsumen, sekaligus memastikan bahwa harga tersebut secara komprehensif menutupi biaya dan menghasilkan margin keuntungan yang diinginkan. Selain itu, persepsi konsumen terhadap harga dan kualitas sangat penting dalam menentukan efektifitas strategi penentuan harga. Konsumen sering melakukan upaya mengevaluasi produk berdasarkan nilai yang mereka rasakan, hal ini dapat dipengaruhi oleh persepsi harga dan kualitas (Dwi Aprilia Seno Putri & Djamaludin, 2024). Untuk mengatasi hal tersebut maka diperlukan pendampingan kepada mitra sasaran dalam menentukan biaya produksi dan harga jual agar dapat melaksanakan kegiatan wirausaha secara berkesinambungan.

METODE PELAKSANAAN

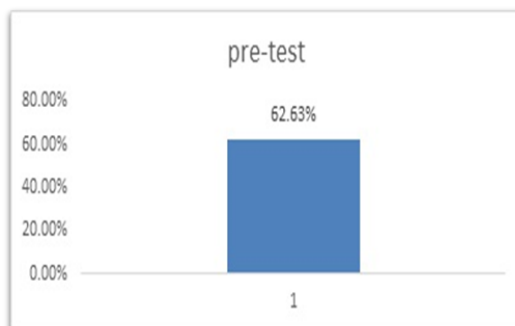
Kegiatan pengabdian program kosabangsa ini berlangsung selama 4 bulan di Desa Guranteng, Kecamatan Pagerageung, Kabupaten Tasikmalaya. Mitra sasaran pada kegiatan pengabdian ini adalah KTSP Mekar Rahayu dan Kelompok TP PKK Desa Guranteng. Bapak Undang sebagai ketua kelompok dari KTSP Mekar Rahayu dengan anggota sebanyak 26 orang. Sedangkan TP PKK Desa Guranteng beranggotakan sebanyak 24 orang diketuai oleh Ibu Teti Aisah. Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini diawali dengan diskusi, sosialisasi, pendampingan, dan evaluasi. Kedua mitra telah mendapatkan pelatihan penerapan teknologi tepat guna dalam pembuatan produk susu fermentasi (yoghurt) pada kegiatan sebelumnya. Dari hasil kegiatan pelatihan sebelumnya masing-masing mitra sasaran memiliki merek dan produk yoghurt yang siap untuk

dijual. Dari hasil kegiatan KTTSP Mekar Rahayu menghasilkan produk yoghurt yang diberi merek “Yoghurt Gemoy” sedangkan produk yang dihasilkan oleh Kelompok TP PKK Desa Guranteng diberi merk “You-K”. Masing-masing mitra memiliki beberapa diversifikasi produk yoghurt diantaranya: yoghurt drink dan yoghurt pasta dengan beraneka rasa. Rasa yang dimiliki diantaranya adalah strawberry, anggur, melon, durian, dan jeruk. Akan tetapi kedua mitra hanya baru bisa membuat produk sedangkan penentuan biaya produksi dan harga jual belum dikuasai. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dirumuskan bahwa pada kedua mitra dibutuhkan sosialisasi dan pendampingan dalam penentuan biaya produksi dan harga jual dari produk yang dimiliki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan diawali dengan observasi menggunakan metode wawancara. Berdasarkan hasil wawancara dengan masing-masing kelompok diketahui bahwa masing-masing kelompok memiliki produk yoghurt drink dalam kemasan 250 ml, dan yoghurt pasta dalam kemasan 250 ml. Kendala yang dihadapi kelompok saat ini setelah memiliki kemampuan untuk produksi adalah penentuan biaya produksi dan harga jual sehingga kelompok dapat memperoleh keuntungan dari kegiatan wirausaha yang dilakukan.

Sebelum masuk dalam kepelaksanaan kegiatan sosialisasi dan juga pendampingan terlebih dahulu dilakukan sesi pengisian kuesioner pre-test untuk mengetahui wawasan dan pengetahuan mitra sasaran terhadap komponen dalam penentuan biaya produksi dan harga jual. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden belum mengetahui komponen-komponen dalam penentuan biaya produksi dan harga jual produk. Gambar 1 menunjukkan bahwa responden baru bisa menjawab pertanyaan dengan benar sebanyak 62,63%. Berdasarkan hasil kuesioner maka diperlukan kegiatan pengaduan untuk dapat membantu dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam menentukan biaya produksi dan harga jual dari suatu produk.



Gambar 1. pre-test untuk mengukur wawasan dan pengetahuan dari mitra

Kegiatan berikutnya adalah sosialisasi kepada dua mitra sasaran yaitu KTSP Mekar rahayu dan Kelompok TP PKK Desa Guranteng tentang penentuan produksi

dan harga jual produk. Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mitra sasaran mengenai komponen-komponen dalam penentuan biaya produksi dan harga jual pada suatu produk disajikan pada gambar 2. Dalam penentuan biaya produksi pengabdian menyampaikan terdapat tiga komponen biaya yang perlu diperhatikan diantaranya adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.



Gambar 2. Kegiatan sosialisasi dan pendampingan penentuan biaya produksi dan harga jual

Biaya bahan baku mengacu pada biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan dasar yang diperlukan untuk proses produksi susu fermentasi. Biaya-biaya ini merupakan komponen penting dari total biaya produksi dan secara signifikan dapat mempengaruhi strategi penetapan harga dan profitabilitas dalam menjalankan usaha. Beberapa bahan baku dalam kegiatan usaha produk yoghurt susu sapi ini diantaranya adalah susu sapi, starter yoghurt kering, gula pasir, susu kental manis, dan perasa (baik dari buatan maupun dari buah asli). Dalam konteks produksi, biaya bahan baku tidak hanya mencakup harga pembelian bahan itu sendiri tetapi juga bahan tambahan yang berkaitan dengan penanganan dan pengolahannya. Selain itu, pengelolaan biaya bahan baku yang efektif sangat penting untuk menjaga efisiensi operasional dan profitabilitas. Pentingnya perencanaan dan pengendalian persediaan dalam mengelola bahan baku, menyarankan agar bisnis harus menyelaskan strategi pembelian dengan target produksi untuk meminimalkan kelebihan biaya yang terkait dengan penyimpanan dan transportasi (Puspasari & Rusli, 2023).

Biaya tenaga kerja langsung mengacu pada biaya yang terkait dengan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam produksi barang. Biaya-biaya ini mencakup upah, gaji, dan tunjangan yang dibayarkan kepada karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi, seperti dalam proses fermentasi, pengemasan dan pengendalian kualitas produk. Akan tetapi karena usaha yang dijalankan masih usaha skala kecil sehingga pada komponen biaya tenaga kerja langsung dalam kegiatan usaha produk yoghurt susu sapi ini adalah hanya upah pekerja yang diperhitungkan. Memahami biaya tenaga kerja langsung sangat penting bagi keberlanjutan usaha karena akan berdampak signifikan terhadap biaya produksi dan profitabilitas secara keseluruhan. Proses produk yoghurt didalamnya terkait

dengan keterampilan dalam menjalankan proses fermentasi oleh karena itu diperlukan tenaga kerja yang terampil dalam memastikan kondisi optimal dalam memantau proses fermentasi dan memastikan kondisi optimal untuk kualitas produk (Kruk, Trzaskowska, Ścibisz, & Pokorski, 2021). Tenaga kerja yang terlibat dalam memantau proses fermentasi, memelihara peralatan, dan memastikan standar kebersihan sangat penting untuk menghasilkan produk susu fermentasi berkualitas tinggi.

Biaya overhead pabrik, juga dikenal sebagai biaya produksi tidak langsung, mencakup semua biaya yang terkait dengan proses produksi yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke produk tertentu. Biaya-biaya ini penting untuk keseluruhan proses produksi tetapi tidak termasuk bahan langsung atau biaya tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik mencakup biaya seperti utilitas, penyusutan peralatan, biaya pemeliharaan, dan gaji staf pengawakan dan lain-lain. Biaya overhead pabrik ini dapat memberikan porsi yang signifikan terhadap total biaya produksi menyumbang sekitar 39% dari total biaya produksi (Hovak, Hrušecká, & Macurová, 2018). Hasil penelitian tersebut menggarisbawahi pentingnya mengelola biaya overhead secara efektif untuk mempertahankan profitabilitas dan harga yang kompetitif. Selanjutnya biaya overhead pabrik dapat dikategorikan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya overhead tetap konstan terlepas dari tingkat produksi, seperti sewa dan gaji staf tetap, sedangkan biaya overhead variabel berfluktuasi seiring dengan volume produksi, termasuk utilitas dan pemeliharaan (Darudiato & Widjaja, 2022). Memahami perbedaan ini sangat penting bagi wirausaha karena mempengaruhi penganggaran dan perkiraan keuangan. Komponen biaya overhead yang diperhitungkan pada kegiatan produksi yoghurt ini diantaranya adalah penggunaan gas LPG, listrik, bensin, kemasan, dan stiker merek.

Setelah pelaksanaan sosialisasi tentang komponen-komponen yang berkaitan, tim pengabdian juga melakukan pendampingan kepada mitra sasaran untuk dapat menentukan biaya produksi dan harga jual dari produk yang dimiliki. Penentuan biaya produksi dan harga jual untuk yoghurt dalam kemasan botol ukuran 250 ml disajikan pada Tabel 1. Yoghurt dalam kemasan 250 ml memiliki beban biaya produksi sebesar Rp. 8.550,00 ditambah dengan margin 40% (Rp. 3.420) yang diharapkan, maka harga jual minimal setiap botol sebesar Rp. 11.970,00. Penentuan biaya produksi dan harga jual untuk yoghurt pasta ukuran 250 ml disajikan pada Tabel 2. Yoghurt pasta memiliki beban biaya produksi sebesar Rp. 9.450,00 ditambah dengan margin yang diharapkan sebesar 40% (Rp. 3.780,00), maka harga jual minimal setiap botol sebesar Rp. 13.230,00.

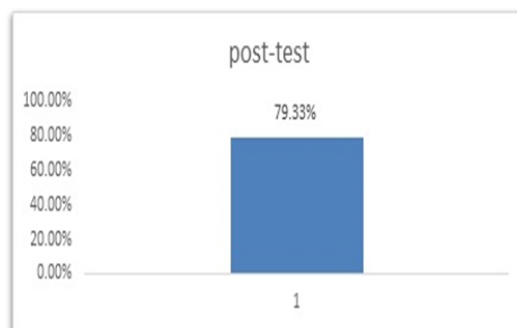
Tabel 1. Penentuan biaya produksi dan harga jual untuk produk yoghurt drink ukuran 250 ml

Jenis Biaya	Keterangan	Volume	Harga satuan (Rp)	Jumlah	Harga/ml (Rp)	Harga/250 ml (Rp)	Pembulatan (Rp)
Biaya Bahan baku	Yoghurt (25 L setara 25.000 ml dengan tingkat susut 10% jadi	25	8.000	200.000	10.56	2.638.89	2.650

	berat bersih 22.500)					
	Strater (1 bungkus untuk 25 L susu)	1	37.000	37.000		
	Gula (1 liter yoghurt membutuhlan 120 g)	0.12	17.250	2.070	2.07	517.50
	Susu kental manis (1 L yoghurt membutuhkan 95 g)	0.17	14.750	2.571	2.57	645.78
	Perasa buah asli (1 L membutuhkan 200 buah dengan kisaran harga Rp. 25.000/kg)	0.2	25.000	5.000	5.00	1.250.00
					Total biaya bahan baku	5.100
Biaya tenaga kerja langsung	(UMR Kota Tasik Rp2.630.000/bulan atau Rp104.000 Sehari) 1 SDM ditaksir dapat menghasilkan 100 botol yoghurt/hari	100	104.000	1.040	1.040	1.100
					Total biaya tenaga kerja	1.100
Biaya overhead pabrik	Gas LPG (dapat digunakan 11 kali pasteurisasi @2 jam setara memasak 220 L susu atau 880 botol)	880	22.000	25	50	50
	Biaya listrik Rp. 50.000	100	50.000	500		500
	Bensin	100	30.000	300		300
	Kemasan botol kale 250 ml	100	130.000	1.300		1.300
	Stikel	72	15.000	208		200
					Total biaya overhead pabrik	2.350
					Total biaya produksi	8.550
					Margin/laba (40%)	3.450
					Harga jual	11.970

Setelah kegiatan sosialisasi dan pendampingan penentuan biaya dan harga jual selesai dilaksanakan kemudian dilanjutkan dengan evaluasi kegiatan bersama mitra sasaran dengan cara mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Pengisian kuesioner setelah kegiatan atau dikenal dengan post-test ini memiliki tujuan untuk mengukur peningkatan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki mitra setelah kegiatan selesai. Hasil post-test disajikan pada Gambar 3. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan yang dilakukan memberikan dampak terhadap pengetahuan dan pemahaman mitra sasaran mengenai penentuan biaya produksi dan harga jual dengan peningkatan nilai post-test menjadi 79,33%. Adapun masalah yang diperkirakan muncul dalam

keberlangsungan kegiatan ini adalah penjualan produk yang telah dihasilkan oleh kelompok mitra sasaran. Perlunya peran pemerintah desa, ataupun dinas terkait untuk membantu keberlanjutan kegiatan ini sehingga program yang dilaksanakan dalam berlangsung secara berkelanjutan.



Gambar 3. post-test untuk mengukur wawasan dan pengetahuan dari mitra

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi dan pendampingan penentuan biaya produksi dan harga jual dari produk yang dimiliki maka produk yoghurt drink dengan biaya produksi Rp. 8.550,00 dapat dijual dengan harga Rp. 11.970,00 dan yoghurt pasta dengan biaya produksi Rp. 9.450,00 dapat dijual dengan harga Rp. 13.230,00. Penentuan biaya produksi dan harga jual ini penting ditetapkan oleh mitra sasaran agar produk yang dijual menghasilkan profit.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan ini terselenggara atas hibah dari Program Kosabangsa Tahun 2024 (0784/E5/PG.02.00/2024 tanggal 2 September 2024) Ditjen Diktiristek melalui Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM).

DAFTAR RUJUKAN

- Chang, H., Fernando, G., & Tripathy, A. (2015). An empirical study of strategic positioning and production efficiency. *Advances in Operations Research*. 1-11. doi:<https://doi.org/10.1155/2015/347045>
- Darudiato, S., & Widjaja, Y. (2022). Production cost control using activity-based costing methods in information systems. *International Journal of Informatics and Computation*, 4(2), 25-32. doi:<https://doi.org/10.35842/ijicom.v4i2.54>
- Dong, Z., Opexov, C., Velikorossov, V., Glazov, R., & Soltakhanov, A. (2021). Cost management strategy as a determining factor of the corporate business quality in the covid-19 pandemic context. *Revista Gestão Inovação E Tecnologias*, 11(4), 3573-3587. doi:<https://doi.org/10.47059/revistageintec.v11i4.2393>

- Dwi Aprilia Seno Putri, N., & Djamaludin, M. D. (2024). The effect of perceived price and quality on consumer satisfaction of ms glow cosmetic products in generation z. *Journal of Child, Family, and Consumer Studies*, 3(1), 45-54. doi:<https://doi.org/10.29244/jcfcs.3.1.45-54>
- Kruk, M., Trzaskowska, M., Ścibisz, I., & Pokorski, P. (2021). Application of the “scooby” and kombucha tea for the production of fermented milk drinks. *Microorganisms*, 9(1), 123-130. doi:<https://doi.org/10.3390/microorganisms9010123>
- Puspasari, D., & Rusli, Y. D. (2023). Application of raw material inventories using the abc class classification method and the eoq method in raw material inventories based on pom qm for windows. *Transformasi: Journal of Economics and Business Managemen*, 2(3), 50-62. doi:<https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i3.953>
- Новак, П., Hrušecká, D., & Macurová, L. (2018). Perception of cost behaviour in industrial firms with emphasis on logistics and its costs. *FME Transactions*, 46(4), 658-667. doi:<https://doi.org/10.5937/fmet1804658n>