

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

CV. Milknesia Nusantara merupakan salah satu industri pengolahan susu yang berada di Kabupaten Ponorogo. Ponorogo sendiri termasuk salah satu kota di Jawa Timur dengan penghasil susu yang cukup berlimpah. Menurut BPS (2019), jumlah produksi susu sapi pada semua kecamatan di Kabupaten Ponorogo pada tahun 2017 ialah sebanyak 4.655.203 liter.

Susu merupakan komoditas asal ternak yang mempunyai risiko kerusakan yang tinggi, dikarenakan termasuk salah satu bahan pangan yang komposisi zat gizinya seimbang dan sempurna yang menjadikan susu sebagai media yang baik bagi pertumbuhan mikroba, sehingga diperlukan penanganan dan pengolahan yang tepat (Maitimu *et al.*, 2012). Susu dapat menimbulkan gangguan terhadap kesehatan manusia apabila terjadi kerusakan pada susu tersebut. Oleh karena itu, susu segar memerlukan penanganan yang cukup kompleks agar dihasilkan susu yang berkualitas baik, sehingga dampak negatif yang ditimbulkan sangat kecil.

Beberapa penyebab kerusakan susu, seperti kontaminasi mikroorganisme dapat menyebabkan perubahan fisik susu sehingga tidak layak untuk dikonsumsi (Wulandari *et al.*, 2017). Tindakan pencegahan terhadap bahaya konsumsi susu dapat ditangani dengan cara pemanasan, dikarenakan adanya panas dapat dikatakan cukup baik jika diterapkan dalam pengawetan maupun pengolahan dalam susu. Tetapi, pemberian suhu tinggi dapat meningkatkan kerusakan kandungan zat gizi pada bahan pangan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pengolahan susu dengan penggunaan suhu pemanasan yang tidak terlalu tinggi seperti metode pasteurisasi.

Pasteurisasi adalah proses perlakuan panas dengan suhu di bawah titik didih dan waktu tertentu dengan maksud untuk membunuh sebagian mikroba patogen, dengan meminimalisir kehilangan gizinya dan mempertahankan semaksimal mungkin sifat fisik dan cita rasanya (Wardana, 2012), sehingga komposisinya masih setara dengan susu segar.

Penggunaan metode pasteurisasi umumnya dilakukan dengan mesin pasteurisasi (pasteurizer). Dengan perkembangan teknologi, ditemukan suatu metode pasteurisasi non-thermal seperti penggunaan *Pulsed Electric Field* (PEF) yang meminimalisir penurunan kualitas khususnya dalam hal sensori (rasa, warna, tekstur, dan aroma), serta kandungan nutrisi produk tersebut.

PEF disebut juga dengan istilah elektroporasi yaitu pemberian tegangan listrik pada sel, agar sel mengalami kerusakan dinding sel tanpa merusak komponen bioaktif yang ada di dalam sel (Sukardi, 2016). Penggunaan PEF didasarkan pada aplikasi denyut pendek pada tegangan tinggi (20-80 kV/cm) ke bahan makanan yang berbentuk cair pada suhu kamar atau di bawahnya selama beberapa detik untuk memperkecil kerusakan yang disebabkan oleh pemanasan. Teknologi PEF ini memperlihatkan potensi besar dalam bahan pangan cair, karena dapat menginaktivasi mikroba patogen, mikroba pembusuk atau enzim yang berkaitan dengan mutu dan keamanan pangan (Elez-Martinez *et al.*, 2012). Aplikasi PEF ini dapat digunakan untuk pasteurisasi susu, sehingga mempunyai umur simpan yang lebih panjang serta aman dikonsumsi masyarakat.

1. Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan praktik kerja lapangan (PKL) di CV. Milknesia Nusantara adalah sebagai berikut:

- Mengetahui proses pengolahan produk susu pasteurisasi di CV. Milknesia Nusantara dan membandingkannya dengan teori.

2. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan praktik kerja lapangan (PKL) di CV. Milknesia Nusantara adalah sebagai berikut:

a. Bagi Mahasiswa

- Menambah ilmu pengetahuan terkait proses produksi susu pasteurisasi yang ada di CV. Milknesia Nusantara.
- Meningkatkan keterampilan dan pengalaman kerja di bidang industri pengolahan pangan.

b. Bagi Perusahaan

- Memperoleh masukan berupa saran yang bernilai positif serta bermanfaat bagi perusahaan.

c. Bagi Universitas

- Mendekatkan perguruan tinggi dengan masyarakat dan dunia industri sehingga terjalin kemitraan dan kerjasama yang baik antara perguruan tinggi dan pihak perusahaan.
- Sebagai bahan evaluasi atas kurikulum yang dilaksanakan dengan kebutuhan teori dan praktik dunia kerja.

B. Sejarah Perusahaan

CV. Milkinesia Nusantara merupakan sebuah unit usaha pengolahan susu sapi segar yang terletak di Kabupaten Ponorogo. Industri ini didirikan pada tanggal 23 November 2018 dibawah pimpinan Satriyo Pandunusawan ST., CT., NNLP. CV. Milkinesia Nusantara berlokasi di RT. 001/ RW.005, Dukuh Kalisobo, Desa Grogol, Kecamatan Sawoo, Kabupaten Ponorogo. Latar belakang perusahaan ini didirikan karena kabupaten Ponorogo memiliki produksi susu segar yang melimpah, akan tetapi produksi susu segar lokal kurang mendapat kepercayaan dari konsumen karena masih menggunakan pengolahan secara konvensional, sehingga dikatakan kurang perihal tingkat kesterilannya. Sehingga CV. Milkinesia Nusantara menghadirkan penawaran produk olahan susu dengan teknologi tepat guna, yakni metode *Pulsed Electric Field* (PEF).

CV. Milkinesia Nusantara resmi mendaftarkan merek dagang yang bernama "MILKAYA" pada 03 Maret 2019 yang telah terdaftar di Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham). MILKAYA berdiri dibawah naungan CV. Milkinesia Nusantara yang memiliki tujuan "high social impact business", dengan melakukan aksi melalui program peningkatan daya jual susu dan pelatihan pengembangan peternak susu sapi perah lokal, demi meningkatkan kesejahteraan peternak susu sapi perah di Kabupaten Ponorogo. Nama CV. Milkinesia Nusantara dipilih karena tujuan dari perusahaan sendiri yaitu untuk dapat mengangkat susu lokal daerah kabupaten Ponorogo dapat dikenal secara nasional.

Bahan baku yang digunakan diperoleh dari tempat peternakannya, yang terletak di Desa Wagir Kidul, Kecamatan Pulung, Kabupaten Ponorogo. CV. Milkinesia Nusantara melakukan pemasaran melalui beberapa outlet yang dimiliki. Outlet pertama terletak di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 104, Bangunsari, Kecamatan Ponorogo. Outlet ini didirikan pada tanggal 03 Maret 2019

bersamaan dengan diresmikannya merek dagang MILKAYA. Pada tanggal 03 Oktober 2019 outlet kedua didirikan, yang berlokasi di Jl. Budi Utomo Nomor 18, Desa Mangunsuman, Kecamatan Siman, Kabupaten Ponorogo. Identitas CV. Milkinesia Nusantara berupa logo dapat dilihat pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Logo CV. Milkinesia Nusantara

Sumber : Dokumen CV. Milkinesia Nusantara (2022)

Visi dan misi dari CV. Milkinesia Nusantara adalah sebagai berikut :

Visi :

Menjadi perusahaan pengolah susu berbasis teknologi tepat guna terbesar di Karesidenan Madiun yang bermanfaat dan bermartabat.

Misi :

1. Menyerap seluruh bahan baku (susu) asli Ponorogo dengan harga bersaing guna membantu meningkatkan kesejahteraan petani susu lokal.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat Ponorogo tentang pentingnya mengkonsumsi susu setiap hari melalui gerakan "Ponorogo Doyan Susu".
3. Selalu berfikir inovatif dalam pengembangan teknologi pengolahan susu yang digunakan.

Proses pemasaran dilakukan dengan beberapa strategi untuk mencapai hasil yang optimal. Target pasar yang ditetapkan diantaranya Kabupaten Ponorogo, Madiun wilayah selatan, Trenggalek wilayah barat, dan Pacitan wilayah utara. Terdapat beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Milkinesia Nusantara adalah sebagai berikut :

1. Digital marketing

Digital marketing merupakan pemanfaatan internet sebagai suatu teknologi komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak, baik antar perusahaan

kepada konsumen atau konsumen pada perusahaan (Kotler, 2012). CV. Milkinesia Nusantara memakai sistem yang bernama landing page (website ringan), kemudian diiklankan melalui facebook dan instagram ads (berbayar). Selain itu, industri ini pernah berkolaborasi dengan *influencer* lokal, guna mencapai tujuan target pasar yang ditetapkan diantaranya Kabupaten Ponorogo, Madiun wilayah selatan, Trenggalek wilayah barat, dan Pacitan wilayah utara. Jadi, sasaran lingkup tidak terlalu jauh dan pendistribusian bisa dijangkau kurang dari 3 jam.

2. Penjualan B2B (*business to business*)

Business to Business (B2B) Marketing merupakan sistem pemasaran dari satu perusahaan kepada perusahaan lain yang lingkungannya terbatas dan tidak untuk seluruh kalangan (Kotler dan Keller, 2009). CV. Milkinesia Nusantara sendiri telah memiliki kerjasama dengan beberapa lembaga, seperti pondok pesantren, sekolah mulai dari sd sampai sma, serta universitas daerah terdekat seperti Universitas Darussalam Gontor, Universitas Nahdlatul Ulama Ponorogo, dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

3. Direct sales

Direct sales adalah strategi penjualan yang memanfaatkan tenaga penjual untuk memasarkan produk secara langsung kepada konsumen, dimana keduanya terlibat dalam kontak tatap muka langsung (Roen, 2012). Sistem direct sales di CV. Milkinesia Nusantara dilakukan dengan menggunakan sistem milkaya *ladies* di tiga outlet, dengan memberdayakan ibu-ibu yang sudah berumah tangga dengan tujuan agar membantu pergerakan ekonomi dari mereka. Tugasnya yaitu dengan berkunjung ke rumah-rumah sekitar outlet sesuai SOP yang telah disiapkan. Dikarenakan produk yang dibawa adalah produk susu, dan tidak semua keluarga bisa menerima produk susu, maka dari itu dipilih keluarga yang benar-benar sesuai standar. Sistemnya dilakukan seperti koran, harapannya tetap ada penjualan berkelanjutan, sehingga produksi tetap bisa dilakukan setiap harinya.

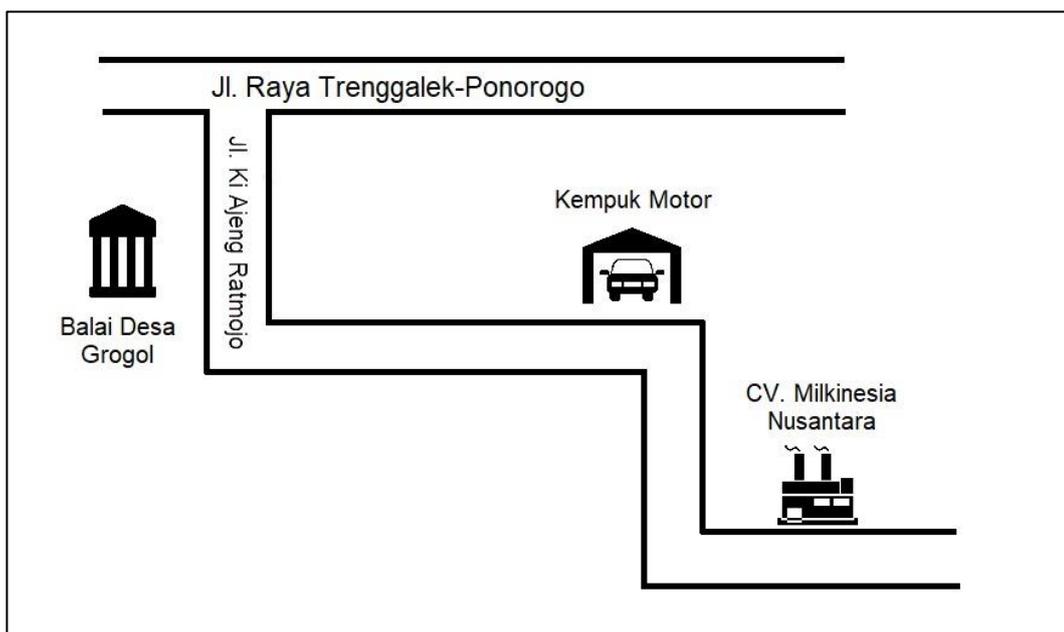
C. Lokasi dan Tata Letak Perusahaan

CV. Milkinesia Nusantara memiliki beberapa tempat yang digunakan untuk mendukung jalannya operasi perusahaan, diantaranya tempat produksi, tempat peternakan, dan tempat pemasaran. Tempat produksi terletak di RT. 001/ RW.005, Dukuh Kalisobo, Desa Grogol, Kecamatan Sawoo, Kabupaten

Ponorogo dengan luas 63,5 m² dengan total luas area sebesar ± 90 m². Batas-batas wilayah tempat produksi CV. Milkinesia Nusantara sebagai berikut:

- a. Utara : Kebun milik warga
- b. Selatan : Kebun milik warga
- c. Barat : Rumah warga
- d. Timur : Kebun milik warga

Denah lokasi CV. Milkinesia Nusantara dapat dilihat pada **Gambar 2**.



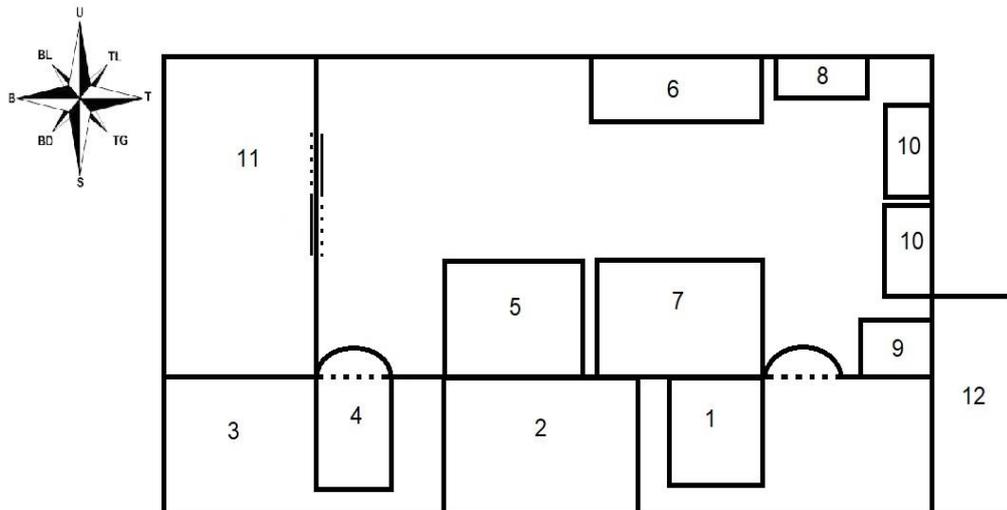
Gambar 2. Denah Lokasi CV. Milkinesia Nusantara

Sumber : Dokumen pribadi (2022)

Terdapat beberapa pertimbangan pemilihan lokasi dalam mendirikan dan membangun CV. Milkinesia Nusantara. Alasan pemilihan lokasi produksi di Kabupaten Ponorogo diantaranya karena pemilik usaha ini memiliki komitmen tidak ingin membuka usaha keluar dari Ponorogo yang merupakan tanah kelahirannya. Selain itu juga Kabupaten Ponorogo sendiri merupakan salah satu daerah penghasil susu sapi yang cukup melimpah, dalam satu hari bisa memproduksi sampai 40 ton susu, sehingga lokasi yang berdekatan dengan penyedia bahan baku dapat membuat kegiatan produksi perusahaan lebih efisien dan efektif. Sementara alasan pemilihan tempat produksi di daerah Dukuh Kalisobo ini karena biaya tenaga kerja yang cukup murah, yang biayanya hampir setengah dari biaya tenaga kerja di kota, serta karena beberapa warga di sekitar

sini cukup banyak dan tidak bekerja, sehingga berpeluang mendapat pekerjaan untuk meningkatkan perekonomian warga sekitar tempat produksi.

Luas seluruh area produksi CV. Milkinesia Nusantara sekitar 63,5 m². Sementara tata letak yang ada di CV. Milkinesia Nusantara dapat dilihat pada **Gambar 3**.



Gambar 3. Tata Letak Perusahaan
Sumber : CV. Milkinesia Nusantara (2022)

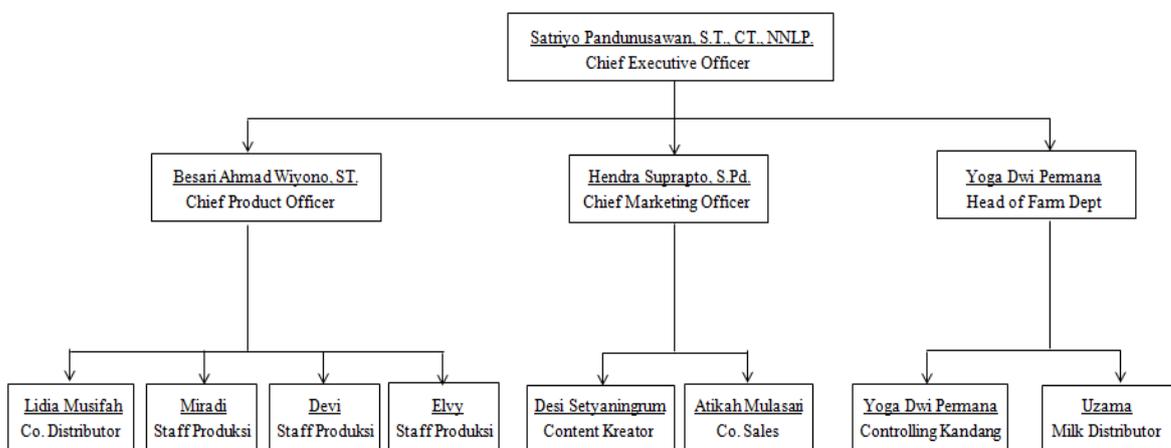
- | | | |
|-------|---|-------------------------------------|
| Ket : | 1. Uji raw material | 7. Mesin <i>filling</i> |
| | 2. Mesin cooling tank | 8. Meja <i>quality control</i> (QC) |
| | 3. Ruang cuci tangan | 9. <i>Show case</i> |
| | 4. Bilik sterilisasi UV pekerja | 10. <i>Chest freezer</i> |
| | 5. Mesin <i>pulsed electric field</i> (PEF) | 11. Ruang penyimpanan kemasan |
| | 6. Sterilisasi kemasan | 12. Parkir kendaraan distribusi |

D. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu gambaran yang menjelaskan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi, kedudukan, jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah, tanggung jawab, rentang kendali serta sistem pimpinan organisasi (Ratnasari, 2019). Struktur organisasi pada CV. Milkinesia Nusantara berbentuk lini dan staff, dimana atasan dan bawahan berhubungan secara langsung yang dihubungkan dengan garis komando. Keuntungan dari struktur organisasi ini yaitu memiliki tanggung jawab penuh, memiliki struktur yang sederhana, tenaga kerja yang kurang cakap dapat

dimanfaatkan, proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cepat, tingkat kedisiplinan anggota tinggi, dan rasa solidaritas kerja antar anggota organisasi tinggi (Sumitro, 2014).

Struktur organisasi di CV. Milkinesia Nusantara terdiri dari *Chief Executive Officer*, *Chief Product Officer*, *Chief Marketing Officer*, dan *Head of Farm Dept*. Pimpinan tertinggi pada CV. Milkinesia Nusantara dipegang oleh *Chief Product Officer* (CEO) selaku pemilik perusahaan. Struktur organisasi yang diterapkan oleh CV. Milkinesia Nusantara dapat dilihat pada **Gambar 4**.



Gambar 4. Struktur Organisasi
Sumber : CV. Milkinesia Nusantara (2022)

Berdasarkan struktur organisasi diatas, maka dapat diketahui tugas dan wewenang dari setiap departemen di CV. Milkinesia Nusantara yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. *Chief Executive Officer*
 - a. Merencanakan, mengelola, dan menganalisis segala aktivitas fungsional bisnis seperti operasional, sumber daya manusia, keuangan, dan pemasaran.
 - b. Merencanakan dan mengelola proses penganggaran, lalu mengamati dan menganalisis apabila ada kejanggalan dalam praktiknya.
 - c. Mengelola perusahaan sesuai dengan tujuan strategis perusahaan dengan keefektifan dan biaya seefisien mungkin.
 - d. Merencanakan dan mengelola kinerja pada sumber daya manusia agar sumber daya manusia yang berkompeten teridentifikasi dan

dapat ditempatkan pada posisi yang sesuai sehingga dapat memaksimalkan kinerja perusahaan.

- e. Merencanakan, mengelola, dan mengeksekusi perencanaan strategi bisnis atau korporat baik untuk jangka waktu menengah maupun panjang dengan mengacu pada visi dan misi perusahaan.
 - f. Mengidentifikasi dan meningkatkan performa operasional perusahaan dengan cara memotivasi berbagai divisi di perusahaan.
 - g. Mengambil berbagai keputusan strategis yang berdampak baik bagi sustainabilitas perusahaan berdasarkan hasil analisis data dan fakta baik yang telah menjadi jejak rekam (record) perusahaan maupun analisis terhadap berbagai faktor lingkungan bisnis.
 - h. Menjaga sustainabilitas keunggulan kompetitif perusahaan dan meningkatkan kompetensi utama perusahaan dan mengimplementasikannya.
 - i. Menganalisis dan mengambil langkah paling prioritas bagi alokasi sumber daya dan penganggaran perusahaan.
 - j. Membuat kebijakan, prosedur, dan standar pada organisasi perusahaan.
 - k. Menganalisis segala masalah dalam perusahaan dan mengkoordinasikan manajemen puncak dalam menyelesaikan masalah tersebut secara efektif dan efisien.
 - l. Membuat keputusan strategis dalam hal integrasi, divestasi, investasi, aliansi, dan joint venture.
2. *Chief Product Officer*
 - a. Mengelola tim produk.
 - b. Menjalankan customer research.
 - c. Menetapkan product vision.
 - d. Merancang strategi.
 - e. Mengawasi desain produk.
 - f. Mengembangkan produk.
 - g. Menjaga product growth.
 3. *Chief Marketing Officer*
 - a. Menentukan tujuan dan pencapaian pemasaran.
 - b. Menentukan tujuan dan pencapaian marketing.

- c. Menyesuaikan strategi dengan budget.
 - d. Menganalisis strategi perusahaan.
 - e. Memahami praktik marketing terbaru.
 - f. Berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan.
4. *Head of Farm Dept*
- a. Memastikan ketersediaan Pakan.
 - b. Menjaga Sterilitas Kandang.
 - c. Menjadwalkan Pemerahan Susu.
 - d. Melakukan Pencatatan Produksi Harian.
 - e. Menambah/Mengurangi Jumlah Sapi.
5. CO Distributor
- a. Melakukan Penjadwalan Pengiriman.
 - b. Mengirim produk.
 - c. Mendata Customer terbaru.
 - d. Surveyor Lapang.
 - e. Analisis rantai distribusi produk.
6. *Content Creator*
- a. Membuat timeline post.
 - b. Mendesain seluruh keperluan promosi social media.
 - c. Update katalog.
 - d. Manajerial Website.
 - e. Admin social media.
7. CO Sales
- a. Mencari pelanggan baru.
 - b. Menjaga ikatan dengan pelanggan lama.
 - c. Analisis pesaing di lapangan.
 - d. Menjaga alur penjualan tetap stabil.
8. *Milk Distributor*
- a. Mengirimkan susu ke seluruh konsumen sesuai arahan Co. Distributor.
 - b. Mengirimkan bahan baku dari peternakan ke tempat produksi dan dari tempat produksi menuju outlet.

E. Ketenagakerjaan

Ketenagakerjaan adalah segala hal yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu, sebelum, selama, dan sesudah masa kerja (UU No. 13/2003 pasal 1). Peningkatan produktivitas dipengaruhi oleh kualitas tenaga kerja.

1. Klasifikasi Tenaga Kerja

CV. Milkinesia Nusantara memiliki keseluruhan jumlah tenaga kerja sebanyak 11 orang. Sedikitnya jumlah tenaga kerja dikarenakan industri ini masih tergolong industri yang kecil, sehingga produk yang dihasilkan juga tidak terlalu banyak. Tetapi ketika industri ini mendapatkan banyak pesanan, industri ini sudah mempunyai 4 orang tenaga kerja *freelance* untuk membantu menyelesaikan pekerjaan para karyawan.

Tenaga kerja dibagi menjadi dua, yakni tenaga kerja langsung dan tidak langsung. Tenaga kerja langsung merupakan departemen yang langsung berhubungan dengan proses produksi, seperti operator pabrik, departemen produksi, quality assurance (QA), engineering, quality control (QC), Waste Water Treatment Plant (WWTP) dan Warehouse. Sementara departemen yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi dinamakan tenaga kerja tidak langsung yang meliputi departemen pemasaran, administrasi, keamanan, dsb. Untuk di CV. Milkinesia Nusantara tenaga kerja langsungnya hanya seorang QC dan staff produksinya saja, sedangkan bagian tenaga kerja tidak langsung terdiri dari *Content Creator*, sales, pengawas kandang, dan pendistribusian.

2. Waktu Kerja Karyawan

Jam kerja adalah waktu dimana pekerja menjalankan pekerjaannya. Pelaksanaan jam kerja yang diterapkan oleh CV. Milkinesia Nusantara mulai pukul 06.30 sampai 11.00 dari hari senin-jumat. Dikarenakan dalam satu kali proses produksi tidak membutuhkan waktu yang lama, maka jam kerjanya pun terbilang singkat. Tetapi saat ketika mendapatkan pesanan khusus untuk pagi hari, jam kerja dilakukan setelah maghrib hingga pukul 22.00.

3. Fasilitas Tenaga Kerja

CV. Milkinesia Nusantara memberikan fasilitas kepada seluruh tenaga kerja sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan para tenaga kerja. Fasilitas kerja juga berhubungan dengan lingkungan kerja. Fasilitas pakaian kerja yang didapatkan antara lain jas laboratorium, sarung tangan latex, *hair cap*, dan

masker. Pekerja juga mendapatkan gaji setiap bulannya, yaitu sebesar 500 ribu/bulan, dan khusus untuk divisi marketing mendapatkan 900 ribu/bulan. Masing-masing pekerja mendapat tambahan 25 ribu per satu kali produksi serta bonus target. Sementara UMK Kabupaten Ponorogo tahun 2022 sendiri adalah 1,9 juta/bulan.

Selain itu, fasilitas yang didapatkan yakni sesi upgrading atau diskusi untuk menambah ilmu dan wawasan masing-masing karyawan. Dalam hal pemberian tunjangan kesehatan, perusahaan bertanggung jawab penuh bagi karyawan yang sakit akibat kecelakaan dalam bekerja. CV. Milkinesia Nusantara juga memberikan asuransi berupa Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan untuk setiap karyawannya. Menurut Suwati (2013), pemberian fasilitas kerja dapat menunjang terlaksananya pekerjaan sebaik mungkin karena didukung oleh fasilitas yang lengkap. Pemberian fasilitas kerja memberikan gambaran bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap kesejahteraan karyawannya.

4. Rekrutmen Tenaga Kerja

Proses rekrutmen atau penerimaan tenaga kerja yang dilakukan oleh CV. Milkinesia Nusantara tidak mengambil persyaratan latar belakang pendidikan tertentu, yang paling utama bisa mengerjakan tugas atau job desk yang diberikan. Serta dikarenakan industri ini lebih mementingkan etika dan adab dalam kesehariannya, misalnya seperti waktunya beribadah pekerjaannya harus *break*.

Maka dari itu, penerimaan karyawan tidak dinilai dari latar belakang pendidikannya, tetapi industri ini tidak menerima tenaga kerja usia diatas 30 tahun karena pemilik perusahaan mulai merintis usaha ini saat usia 22 tahun dan memang pemilik perusahaan ini menargetkan anak muda yang mungkin tidak tamat sekolah ataupun tidak bisa melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, sehingga karyawan disini berkisar antara usia 23-29 tahun.