

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Susu adalah salah satu bahan makanan sumber hewani yang sangat penting bagi manusia dengan kandungan gizi tinggi dan lengkap (Purwantisari dkk., 2021). Susu memiliki banyak fungsi dan manfaat. Untuk umur produktif, susu membantu pertumbuhan sedangkan, untuk orang lanjut usia susu membantu menopang tulang agar tidak keropos. Susu merupakan sumber kalsium dan fosfor yang sangat penting dalam pembentukan tulang. Tulang manusia mengalami *turning over*, yaitu peluruhan dan pembentukan secara berkesinambungan. Pada saat usia muda pembentukan tulang berlangsung lebih intensif. Dibandingkan pada usia tua resorpsi berlangsung lebih cepat dibandingkan formasinya. Itulah sebabnya pada usia tua terjadi proses yang disebut kehilangan massa tulang (*gradual loss of bone*), yang nantinya dapat berlanjut keadaan keropos tulang atau osteoporosis.

Susu merupakan bahan pangan dengan nilai gizi tinggi yang mengandung protein, asam lemak esensial, vitamin, dan mineral (Claeys *et al.* 2014). Susu juga memiliki nilai biologis yang tinggi karena mengandung asam amino esensial yang dibutuhkan oleh manusia dan tingkat pencernaan yang tinggi (Marangoni *et al.* 2018). Kandungan kalsium pada susu memiliki kegunaan pada tubuh seperti pembentukan tulang dan gigi, mengatur reaksi biologi, membantu kontraksi otot serta mengatur pembekuan darah (Wardyaningrum, 2011). Selain itu terdapat kandungan nutrisi lain yang terkandung dalam susu sapi yaitu vitamin D dan K yang baik untuk kesehatan tulang. Oleh karena itu, setiap orang dianjurkan minum susu, hal tersebut karena mengkonsumsi susu secara teratur dapat membentuk pertahanan tubuh.

Kandungan nutrisi yang tinggi pada susu menjadikan susu sebagai media yang sangat baik untuk pertumbuhan mikroorganisme, sehingga susu mudah rusak. Kelompok mikroba seperti jamur dan ragi merupakan penyebab terjadinya kerugian pada susu yang dapat merubah bau, rasa, dan warna yang tidak dikehendaki dan menurunkan nilai gizi (Afrila dan Windari, 2010). Pengolahan susu segar menjadi susu pasteurisasi merupakan salah satu upaya untuk

memperpanjang masa simpan susu tanpa banyak merubah sifat fisiknya. Pasteurisasi susu dilakukan dengan menggunakan proses pemanasan di bawah titik didih susu yaitu  $100,16^{\circ}\text{C}$  (Kristanti, 2017). Pasteurisasi bertujuan mencegah kerusakan susu karena mikroorganisme dan enzim (Afrila dan Windari, 2010). Pasteurisasi dapat membunuh bakteri patogen dan non patogen baik, pembusuk maupun perusak sekaligus untuk meningkatkan mutu susu. Namun, ketika dipanaskan di bawah titik didih, susu pasteurisasi masih mengandung banyak mikroorganisme. Mikroorganisme dalam susu pasteurisasi dapat mempengaruhi umur simpan produk yaitu 5 sampai 8 hari dengan suhu penyimpanan  $10^{\circ}\text{C}$ .

CV. Milkinesia Nusantara merupakan salah satu industri pengolahan susu segar yang menggunakan metode pengawetan dengan pasteurisasi yang berlokasi di Jl. Dukuh Kalisobo RT 001 RW 005, Desa Grogol Kabupaten Ponorogo. CV. Milkinesia Nusantara berdiri pada tanggal 23 November 2018 di bawah kepemimpinan Bapak Satriyo Pandunusawan ST. Pemilihan nama CV Milkinesia Nusantara bertujuan dari perusahaan untuk dapat mengangkat susu lokal daerah kabupaten Ponorogo dapat dikenal secara nasional. Pasteurisasi yang dilakukan CV. Milkinesia Nusantara menggunakan *Pulsed Electric Field* (PEF) yang merupakan proses pengolahan bahan pangan yang didasarkan pada aplikasi denyut pendek pada tegangan tinggi (20-80 kV/cm) pada bahan makanan untuk memperkecil kerusakan yang disebabkan oleh pemanasan (Andriawan dan Susilo, 2015). Aplikasi teknologi PEF digunakan untuk pasteurisasi susu dari mikroorganisme, sehingga mempunyai umur simpan yang lebih panjang serta aman dikonsumsi masyarakat.

## **B. Tujuan**

Tujuan dilaksanakannya Praktek Kerja Lapangan (PKL) secara umum yaitu:

1. Mengetahui proses pengolahan produk susu pasteurisasi pada CV. Milkinesia Nusantara.
2. Membandingkan proses pengolahan produk susu pasteurisasi dalam skala industri dengan literatur.

### C. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari Praktek Kerja Lapangan di CV. Milkinesia Nusantara secara umum adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perguruan Tinggi

Terjalannya hubungan Kerja sama antara CV. Milkinesia Nusantara dengan Program Studi Teknologi Pangan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan saran atau masukan yang membangun guna meningkatkan kualitas kerja pada CV. Milkinesia Nusantara.

3. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat mengetahui secara lebih mendalam tentang produksi susu yang ada dalam dunia industri sehingga nantinya diharapkan mampu menerapkan ilmu yang telah didapat dalam bidang industri.

### D. Sejarah Perusahaan

CV Milkinesia Nusantara merupakan industri pengolahan susu sapi murni yang berlokasi di Kabupaten Ponorogo. Industri ini berdiri pada tanggal 23 November 2018 di bawah kepemimpinan Bapak Satriyo Pandunusawan ST. Hingga saat ini, CV Milkinesia Nusantara berfokus pada pengolahan susu pasteurisasi. Latar belakang berdirinya perusahaan ini karena Kabupaten Ponorogo memiliki produksi susu segar yang melimpah, namun susu segar produksi lokal kurang mendapat kepercayaan dari konsumen karena masih menggunakan cara pengolahan yang konvensional dan kurang steril. Berdasarkan hal tersebut CV Milkinesia Nusantara hadir untuk dengan menawarkan produk olahan susu dengan teknologi tepat guna.

Pada 03 Maret 2019 CV Milkinesia Nusantara memilih merek dagang bernama “MILKAYA” yang telah terdaftar di Kementrian 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 untuk meningkatkan kesejahteraan peternak susu sapi perah di Kabupaten Ponorogo. Pemilihan nama CV Milkinesia Nusantara bertujuan dari

perusahaan untuk dapat mengangkat susu lokal daerah kabupaten Ponorogo dapat dikenal secara nasional.



**Gambar 1.** Logo CV. Milkinesia Nusantara

Pada tahun 2021 logo CV. Milkinesia Nusantara telah mengalami perubahan. Desain logo yang lebih modern ini mengacu pada visi perusahaan yaitu ingin menjadi produsen susu sapi segar lokal yang terdepan dan terinovatif di wilayah Jawa Timur. Kata terdepan dan terinovatif dapat diartikan terus maju dan berkembang. Selain itu juga agar dapat mengikuti perkembangan zaman untuk menyaingi perusahaan-perusahaan serupa sehingga filosofi logo dapat tahan lama. Penggunaan warna emas dan coklat memiliki arti kejayaan dan kebermanfaatan. Icon sapi pada huruf "e" dapat diartikan sebagai representasi dari perusahaan yang memproduksi susu sapi untuk dijadikan produk yang siap konsumsi. Icon Gunung Wilis memiliki arti yaitu sapi yang digunakan untuk memproduksi susu berasal dari Gunung Wilis.

CV. Milkinesia Nusantara memiliki 15 karyawan dengan tingkat pendidikan yang bervariasi. Sistem produksi yang diterapkan CV. Milkinesia Nusantara adalah sistem *batch*, dalam satu *batch* memiliki kapasitas produksi 50 liter. Dalam satu hari CV. Milkinesia Nusantara mampu memproduksi hingga tiga kali *batch* sehingga dalam satu hari kapasitas produksi bisa mencapai 150 Liter. Bahan baku didapatkan dari tiga kecamatan penghasil susu di Kabupaten Ponorogo yaitu, Kecamatan Pudak, Kecamatan Pulung, dan Kecamatan Soko. Sasaran pasar dari CV. Milkinesia Nusantara adalah murid sekolah dasar, mahasiswa, dan santri pondok pesantren di Ponorogo. Beberapa pondok pesantren di Ponorogo telah berlangganan produk susu pasteurisasi CV. Milkinesia Nusantara untuk dikonsumsi santri ketika berbuka puasa. CV. Milkinesia Nusantara juga sering mengikuti *event* UMKM di Ponorogo untuk memperluas pasar.

## E. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi dari CV Milkinesia Nusantara sebagai berikut:

Visi:

Menjadi perusahaan pengolah susu berbasis teknologi tepat guna terbesar di Keresidenan 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 berpikir inovatif dalam pengembangan teknologi pengolahan susu yang digunakan.

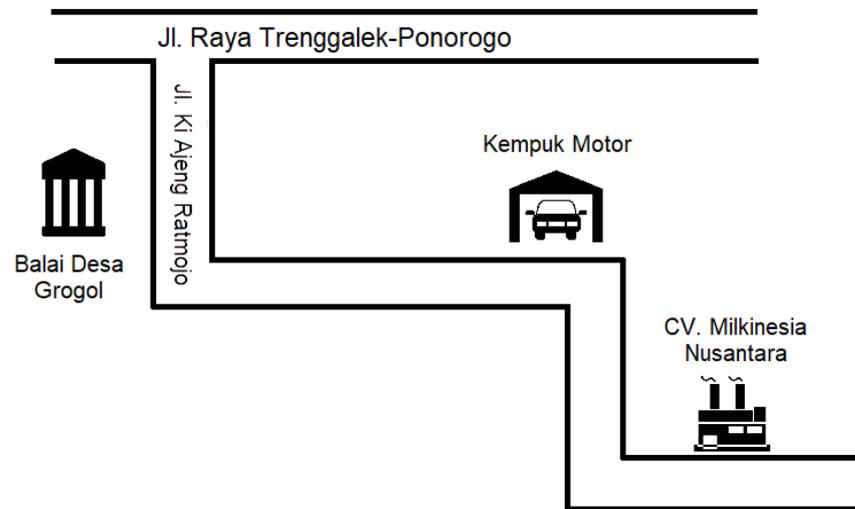
Upaya yang dilakukan oleh CV Milkinesia Nusantara untuk mencapai visi perusahaan yaitu dengan menggunakan teknologi pasteurisasi dalam proses produksinya, dimana perusahaan masih menjadi pelopor produsen yang memproduksi susu dengan teknologi pasteurisasi di Kabupaten Ponorogo. Untuk mencapai misi perusahaan upaya yang dilakukan antara lain: perusahaan menggunakan bahan baku susu murni dari peternak lokal di Kabupaten Ponorogo tanpa mengambil *supplier* susu segar diluar daerah Ponorogo. Guna mencapai misi kedua dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Ponorogo tentang pentingnya mengkonsumsi susu yaitu melakukan pembagian susu secara gratis kepada masyarakat setiap hari Jumat dengan tujuan lain untuk memperkenalkan produk susu perusahaan kepada masyarakat Ponorogo. Upaya mencapai misi yang ketiga yaitu perusahaan selalu berupaya untuk berinovatif mengembangkan teknologi yang tepat dalam proses produksinya, seperti melakukan inovasi varian rasa, desain kemasan yang menarik dan mulai berinovasi agar produk susu pasteurisasi dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama tanpa menggunakan bahan pengawet.

Salah satu aspek penting dalam dunia bisnis perusahaan adalah pemasaran. Menurut Rahmawati (2016) pemasaran merupakan aspek penting perusahaan karena dari pemasaran perusahaan menggantungkan harapannya

terus berkembang mendapatkan laba dan pelanggan yang loyal. Menurut Putri (2017), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Strategi pemasaran yang dilakukan CV. Milkinesia Nusantara melalui *digital marketing* dan *Business to Customer (B2C)*. *Digital marketing* merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang memanfaatkan platform yang ada di internet dalam menjangkau para target konsumen, selain itu digital marketing diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran-i, web marketing, online marketing, e-marketing, atau e-commerce (Hermawan, 2012). CV. Milkinesia Nusantara memasarkan produknya melalui beberapa sosial media seperti Instagram, facebook, dan landing page, juga termasuk bekerja sama dengan *influencer* di Ponorogo untuk memperluas jangkauan pelanggan di sosial media. Strategi pemasaran pada *Business to Customer (B2C)* secara umum lebih memfokuskan pada manfaat dan keputusan pembelian tidak hanya berdasarkan pada fungsi saja melainkan juga dipengaruhi oleh nilai emosional (Nuvriasari, 2012). Strategi pemasaran B2C dilakukan oleh Milkaya Ladies akan melakukan penjualan langsung dari rumah ke rumah konsumen. CV. Milkinesia Nusantara juga menjalin kerjasama dengan beberapa Lembaga Pendidikan seperti sekolah dasar, sekolah menengah, universitas, dan sentra kuliner dan pusat oleh-oleh khas Ponorogo.

#### **F. Lokasi dan Tata Letak Perusahaan**

Penentuan lokasi pabrik haru dilakukan sebelum pabrik didirikan. Pemilihan lokasi pabrik adalah keputusan penting karena bila terjadi kesalahan tidak dapat segera diperbaiki. Selain itu membutuhkan biaya tambahan untuk menemukan alternatif di tempat lain. CV. Milkinesia Nusantara memiliki luas tempat produksi sekitar 63,5 m<sup>2</sup> dengan luas total area ± 90 m<sup>2</sup>. CV. Milkinesia Nusantara berlokasi di Dukuh Kalisobo, RT. 001 RW. 005, Desa Grogol, Kecamatan Sawoo, Kabupaten Ponorogo. Adapun lokasi pabrik CV. Milkinesia Nusantara dapat dilihat pada **Gambar 2**.



**Gambar 2.** Lokasi CV. Milknesia Nusantara

Lokasi pabrik CV. Milknesia Nusantara berbatasan dengan:

1. Sebelah utara : Perkebunan
2. Sebelah selatan : Perkebunan
3. Sebelah barat : Rumah warga
4. Sebelah timur : Perkebunan

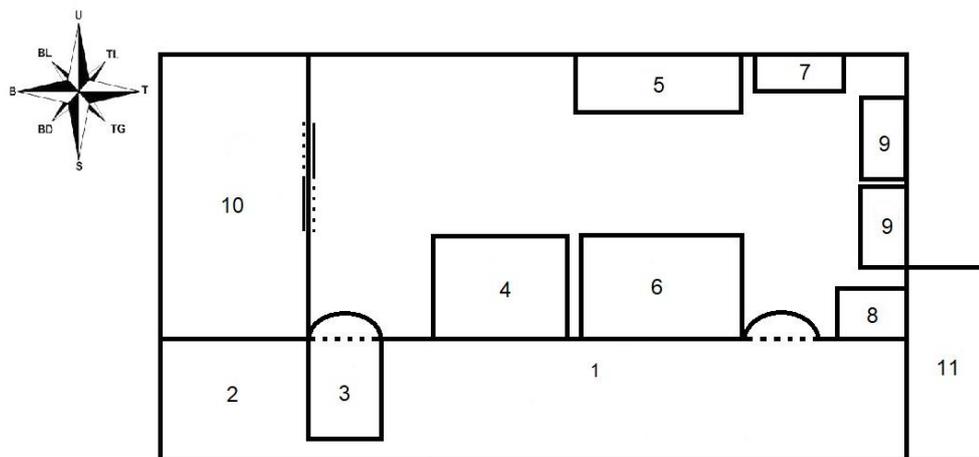
Latar belakang pemilihan lokasi CV. Milknesia Nusantara dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan sebagai berikut:

1. Kabupaten Ponorogo merupakan kota kelahiran pemilik usaha.
2. Sumber air melimpah, karena berada di sekitar gunung kukusan.
3. Terdapat banyak peternak sapi perah di Kabupaten Ponorogo sehingga ketersediaan bahan baku melimpah.
4. Tenaga kerja di Desa Grogol lebih murah dibandingkan dengan tenaga kerja di kota.
5. Kemudahan mencari sumber daya manusia karena mayoritas warga sekitar tidak memiliki pekerjaan.

Tata letak pabrik atau tata letak fasilitas merupakan cara pengaturan fasilitas-fasilitas pabrik untuk menunjang kelancaran proses produksi. Dengan perancangan tata letak yang tepat maka penanganan bahan dan perpindahan barang dapat berjalan efisien. Selain itu perencanaan tata letak fasilitas juga bertujuan untuk menjamin kenyamanan, keselamatan dan kesehatan dalam bekerja. Pada sebuah pabrik pengolahan makanan, desain fasilitas produksi

sangat penting karena bahan baku yang digunakan mudah terkontaminasi dan diperlukan penanganan sehingga pengelolaan bahan baku yang lebih higienis. (Al Haq dkk, 2015).

Tata letak pabrik CV. Milkinesia Nusantara sudah cukup baik, hal ini dibuktikan dengan letak penerimaan bahan baku yang tidak jauh dari mesin *cooling tank* dan letak mesin produksi tidak jauh dari kulkas/*showcase* sehingga memudahkan arus perpindahan barang. Pabrik CV. Milkinesia Nusantara memiliki fasilitas pendukung untuk sanitasi karyawan seperti ruang cuci tangan dan bilik sterilisasi karyawan. Adapun denah tata letak pabrik dapat dilihat pada **Gambar 3**.



**Gambar 3.** Tata Letak Ruang Produksi CV. Milkinesia Nusantara

Keterangan:

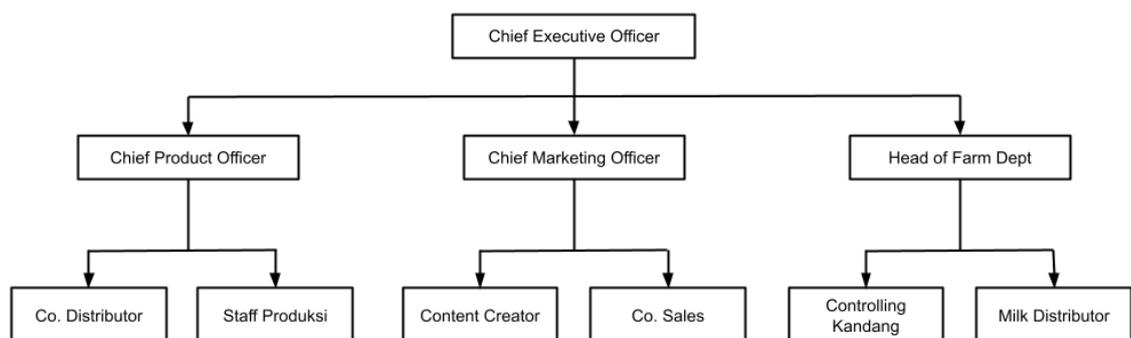
- |   |                                |
|---|--------------------------------|
| 1. Minilab dan mesin <i>cooling tank</i>    | 7. Meja <i>quality control</i> |
| 2. Ruang cuci tangan                        | 8. <i>Show case</i>            |
| 3. Bilik sterilisasi UV pekerja             | 9. <i>Chest freezer</i>        |
| 4. Mesin <i>pulsed electric field</i> (PEF) | 10. Ruang penyimpanan          |
| 5. Lemari sterilisasi kemasan               | 11. Tempat parkir akomodasi    |
| 6. Mesin <i>filling</i>                     |                                |

### G. Struktur Organisasi

Struktur organisasi menjadi alat bagi suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Dalam struktur organisasi memberikan penjelasan

mengenai bagaimana pembagian kerja, pengelompokan serta pengoordinasian yang dilakukan secara formal. Menurut Nurhayati dan Ahmad (2013) fungsi dari struktur organisasi yaitu sebagai alat digunakan untuk menciptakan efisiensi terhadap penggunaan tenaga kerja serta seluruh sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dari organisasi.

Bentuk struktur organisasi yang diterapkan CV Milknesia Nusantara yaitu *line organization* atau organisasi berbentuk garis (lini) dan staf. Menurut Sumitro (2014) keuntungan dari struktur organisasi lini 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. Struktur organisasi lini dan staf adalah bentuk gabungan dari struktur organisasi fungsional dan asas komando dari struktur organisasi lini atau garis namun tugas pemimpinnya akan terbantu berkat kehadiran beberapa staf. Struktur organisasi dari CV Milknesia Nusantara terdiri dari *Chief Executive Officer*, *Chief Product Officer*, *Chief Marketing Officer*, dan *Head of Farm Dept*. Pimpinan tertinggi pada CV Milknesia Nusantara dipegang oleh *Chief Product Officer* (CEO) selaku pemilik perusahaan. Struktur organisasi CV Milknesia Nusantara dapat dilihat pada bagan berikut.



**Gambar 4. Struktur Organisasi CV. Milknesia Nusantara**

Tugas dan wewenang dari setiap departemen di CV Milknesia Nusantara dapat dilihat sebagai berikut:

### 1. **Chief Executive Officer**

- Merencanakan, mengelola, dan menganalisis segala aktivitas fungsional bisnis seperti operasional, sumber daya manusia, keuangan, dan pemasaran
- Merencanakan dan mengelola proses penganggaran, lalu mengamati dan menganalisis apabila ada kejanggalan dalam prakteknya
- Mengelola perusahaan sesuai dengan tujuan strategis perusahaan dengan keefektifan dan biaya seefisien mungkin
- 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
- Merencanakan, mengelola, dan mengeksekusi perencanaan strategi bisnis atau korporat baik untuk jangka waktu menengah maupun panjang dengan mengacu pada visi dan misi perusahaan
- Mengidentifikasi dan meningkatkan performa operasional perusahaan dengan cara memotivasi berbagai divisi di perusahaan
- 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
- Menjaga sustainabilitas keunggulan kompetitif perusahaan dan meningkatkan kompetensi utama perusahaan dan mengimplementasikannya
- Menganalisis dan mengambil langkah paling prioritas bagi alokasi sumber daya dan penganggaran perusahaan
- Membuat kebijakan, prosedur, dan standar pada organisasi perusahaan
- Menganalisis segala masalah dalam perusahaan dan mengkoordinasikan manajemen puncak dalam menyelesaikan masalah tersebut secara efektif dan efisien
- Membuat keputusan strategis dalam hal integrasi, divestasi, investasi, aliansi, dan *joint venture*

### 2. **Chief Product Officer**

- Mengelola tim produk

- Menjalankan *customer research*
- Menetapkan *product vision*
- Merancang strategi
- Mengawasi desain produk
- Mengembangkan produk
- Menjaga *product growth*

### **3. Chief Marketing Officer**

- Menentukan tujuan dan pencapaian pemasaran.
- Menentukan tujuan dan pencapaian marketing
- Menyesuaikan strategi dengan *budget*
- Menganalisis strategi perusahaan
- Memahami praktek marketing terbaru
- Berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan

### **4. Head of Farm Dept**

- Memastikan ketersediaan pakan
- Menjaga sterilitas kandang
- Menjadwalkan pemerahan susu
- Melakukan pencatatan produksi harian
- Menambah atau mengurangi jumlah sapi

### **5. CO Distributor**

- Melakukan penjadwalan pengiriman
- Mengirim produk
- Mendata customer terbaru
- Surveyor lapangan
- Analisis rantai distribusi produk

### **6. Content Creator**

- Membuat *timeline post*
- Mendesain seluruh keperluan promosi media sosial
- Update katalog
- Manajerial website

- Admin media sosial

### **7. CO Sales**

- Mencari pelanggan baru
- Menjaga ikatan dengan pelanggan lama
- Analisis pesaing di lapangan
- Menjaga alur penjualan tetap stabil

### **8. Milk Distributor**

- Mengirimkan seluruh susu ke konsumen sesuai arahan Co. Distributor
- Mengirimkan bahan baku dari peternakan ke tempat produksi dan dari tempat produksi

### **H. Ketenagakerjaan**

Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh faktor kualitas karyawannya. Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan di dalam atau di luar hubungan kerja untuk tujuan menghasilkan suatu jasa (Manullang 2001 dalam Ismail dan Zainuddin, 2018). CV. Milknesia Nusantara memiliki 15 karyawan dengan tingkat pendidikan yang bervariasi. Dalam penerimaan karyawan CV. Milknesia Nusantara tidak terdapat kriteria pendidikan tertentu, parameter utama yang diperhatikan adalah kepribadian dan etos kerja dalam menjalankan tugas yang diberikan. CV. Milknesia memiliki persyaratan terkait usia pekerja yaitu maksimal 30 tahun. Hal ini dikarenakan pemilik perusahaan ingin memberdayakan pemuda-pemudi di sekitar untuk berkembang dan meningkatkan ekonomi mereka.

#### **a) Tenaga Kerja Tetap**

Tenaga kerja tetap di CV Milknesia Nusantara berjumlah 11 orang. Dengan rincian yaitu Chief Executive Officer, Chief Product Officer, Chief Marketing Officer, dan Head of Form Dept, Co Distributor, Content Creator, Co Sales, Milk Distributor, staf produksi.

#### **b) Tenaga Kerja Tidak Tetap**

Tenaga kerja tidak tetap pada CV. Milknesia Nusantara berjumlah 4 orang. Tenaga kerja tersebut akan bekerja jika terjadi penambahan pesanan dalam jumlah besar. Tenaga kerja tersebut akan mendapat gaji ketika mendapatkan

panggilan dari perusahaan. Tenaga kerja tidak tetap biasanya ditempatkan pada bagian pengemasan, pelabelan, dan pendistribusian.

### **1. Pembagian Tenaga Kerja**

- **Tenaga Kerja Langsung**

Tenaga kerja langsung adalah departemen - departemen yang langsung berhubungan dengan proses produksi. Tenaga kerja langsung di CV Milkinesia Nusantara yaitu departemen produksi. Departemen tersebut memiliki tugas dan wewenang yang secara langsung berada di bagian produksi serta kegiatan-kegiatan produksi.

- **Tenaga Kerja Tidak Langsung**

Tenaga kerja tidak langsung adalah departemen-departemen yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Tenaga kerja tidak langsung di CV. Milkinesia Nusantara yaitu *marketing department* dan *farm departement*.

### **2. Sistem Kompensasi**

Gaji atau upah memegang peranan penting dalam hubungan kerja, bahkan dapat dikatakan bahwa tujuan utama seorang pekerja bekerja pada pengusaha adalah untuk memperoleh upah (Ismail dan Zainuddin, 2018). Menurut Situmorang (2010), tujuan utama dari gaji adalah untuk menarik, mempertahankan, dan memotivasi serta memuaskan karyawan agar tetap bertahan dan berkarya di perusahaan. CV. Milkinesia nusantara memiliki sistem pemberian gaji yang dibayarkan setiap bulan di tengah bulan. Gaji untuk divisi produksi adalah Rp 600.000/ bulan, divisi marketing adalah Rp 900.000/bulan, divisi lainnya Rp 500.000/bulan, dan tenaga kerja tidak tetap Rp 25.000 untuk setiap kali produksi.

### **3. Jam Kerja**

Jam Kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari dan atau malam hari. Perencanaan pekerjaan yang akan datang merupakan langkah-langkah memperbaiki pengurusan waktu. Perencanaan untuk pekerjaan yang akan adalah langkah menuju manajemen waktu yang lebih baik. Jika rencana kerja tidak disusun dengan hati-hati, tidak dapat digunakan sebagai

pedoman untuk menentukan apakah kegiatan yang dilakukan konsisten dengan tujuan yang ingin dicapai (Neksen dkk., 2021).

CV. Milkinesia Nusantara menetapkan jam kerja selama 4,5 jam yang dimulai dari pukul 06.30-11.00 WIB. Terdapat 5 hari kerja yaitu hari senin sampai jumat. Akan diadakan jam kerja tambahan jika terdapat pesanan dalam jumlah besar dan susu dari peternak tiba sore hari. Jam kerja tambahan akan dilaksanakan pada pukul 18.00-22.00. Pendataan jam kerja karyawan masih dilakukan secara manual menggunakan absensi tulis, belum menerapkan sistem absensi otomatis seperti *check lock*. Pendataan ini dilakukan untuk mempermudah pengawasan terhadap karyawan dan untuk memantau kehadiran karyawan dalam melaksanakan pekerjaan.

#### **4. Fasilitas**

Upaya CV. Milkinesia Nusantara dalam meningkatkan produktivitas, motivasi, dan kesejahteraan kerja tenaga kerja dilakukan dengan menyediakan beberapa fasilitas pendukung untuk tenaga kerja. Fasilitas yang didapatkan karyawan berupa gaji dan bonus target. Fasilitas pakaian kerja yang disediakan terdiri atas jas laboratorium, sarung tangan latex, *hair cap*, dan masker. Fasilitas kesehatan yang diberikan adalah memberikan asuransi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) untuk setiap tenaga kerjanya. Asuransi kesehatan ini merupakan upaya dalam menunjang karyawan ketika sakit. Selain itu untuk meningkatkan *hard skill* dan *soft skill* tenaga kerja, CV. Milkinesia Nusantara mengadakan pelatihan dan *upgrading*. *Upgrading* ini dilakukan di luar jam kerja secara berkala di berbagai tempat seperti café, rumah makan, dan sebagainya. Topik yang dibahas berbagai macam seperti peluang usaha, cara meningkatkan usaha, dan hal-hal lain.