

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor peternakan merupakan salah satu sektor yang memegang peran penting dalam perekonomian, terutama di daerah pedesaan. Hewan ternak seperti sapi, kambing, ayam, dan domba tidak hanya menyediakan protein utama bagi masyarakat, tetapi juga menghasilkan produk sampingan bernilai ekonomi tinggi, seperti kulit, bulu, dan pupuk organik (Ulfa *et al.*, 2014). Menurut Badan Pusat Statistik (2023), subsektor peternakan menyumbang sekitar 13% dari total PDB sektor pertanian nasional, dengan kontribusi terbesar berasal dari usaha peternakan rakyat skala kecil. Pentingnya sektor peternakan ini juga tercermin di berbagai daerah salah satunya di Kabupaten Sampang, Jawa Timur. Mayoritas penduduk Kabupaten Sampang bergantung pada sektor pertanian dan peternakan sebagai sumber utama mata pencahariannya. Salah satu jenis usaha peternakan yang berpotensi adalah peternakan kambing, karena memiliki peran yang cukup signifikan dalam menghasilkan susu kambing yang bernilai gizi tinggi serta produk sampingan lainnya seperti daging dan pupuk organik (Abadi *et al.*, 2023).

Berdasarkan data BPS Kementan 2024-2025, populasi kambing perah nasional mencapai 3,3 juta ekor, dari total populasi di Indonesia sekitar 18,5 juta ekor, dimana Jawa Timur dan Jawa Tengah menyumbang sekitar 20% dari populasi nasional. Produksi kambing perah di Jawa Timur pada tahun 2022, tercatat mencapai 2.794.817, dimana data ini sesuai dengan data Dinas Peternakan Jawa Timur. Sementara itu, di Kabupaten Sampang terdapat sekitar 145.389 ekor kambing (BPS, 2023). Susu kambing dikenal memiliki keunggulan karena tingginya nutrisi dan mudah dicerna. Selain itu, susu kambing mampu membantu menyembuhkan beberapa penyakit pernapasan, seperti *bronchitis* dan asma. Keunggulan ini telah mendorong meningkatnya minat konsumsi susu kambing (Puspitaningrum *et al.*, 2020). Jenis kambing yang banyak dikembangkan di daerah ini adalah kambing kacang yang merupakan ras lokal Indonesia dan kambing peranakan etawa (PE) yang dikenal memiliki produktivitas susu lebih tinggi.

Salah satu kelompok peternak yang menunjukkan potensi dalam produksi susu kambing adalah Kelompok Ternak Melati. Kelompok Ternak Melati merupakan kelompok peternak yang berfokus pada produksi pakan ternak dan susu kambing etawa yang berada di Dusun Oloh, Kecamatan Ketapang, Kabupaten Sampang.

Kelompok ini memiliki 50 kambing etawa dan memproduksi pakan ternak yang berkualitas tinggi yang digunakan sendiri dengan kapasitas produksi sekitar 60 kg per hari. Selain pakan ternak, kelompok ini juga mengembangkan produk susu kambing sebagai hasil utama dari usaha peternakannya. Susu kambing ini dihasilkan dari kambing-kambing yang dipelihara dengan baik menggunakan pakan yang diproduksi sendiri. Kelompok ini mampu memproduksi 12 liter susu kambing per hari, yang kemudian dikemas menjadi 36 botol siap konsumsi dengan harga jual Rp15.000 per botol, serta estimasi biaya produksi sebesar Rp165.300 per hari.

Produk susu kambing yang dipasarkan oleh Kelompok Ternak Melati dikemas dalam botol plastik berukuran 330 ml. Botol ini memiliki bentuk silinder dengan tutup ulir berwarna putih, namun belum dilengkapi dengan label produk, informasi nutrisi, logo merek maupun elemen desain visual lainnya. Susu tersebut tidak mempunyai label (transparan), sehingga isi susu terlihat langsung dari luar yang dapat dilihat pada **Gambar 1.1**. Secara visual, kemasan ini tampak polos dan tidak memberikan identitas produk yang jelas kepada konsumen. Hal ini berpotensi mengurangi daya tarik visual dan menghambat pemasaran produk. Jika dibandingkan dengan produk susu kambing lain seperti *Milk Life*, dimana kemasan susu *Milk Life* ini menggunakan botol PET dengan desain yang mencantumkan informasi gizi, logo merek, sertifikasi BPOM dan halal, serta tanggal kadaluarsa. Kemasan *Milk Life* jauh lebih unggul dari segi desain, informasi dan kesiapan distribusi, sehingga dapat menjadi acuan dalam pengembangan kemasan susu kambing Kelompok Ternak Melati. Oleh karena itu, diperlukan perancangan desain kemasan yang lebih baik untuk meningkatkan nilai jual dan mempertahankan kualitas produk.

Desain kemasan berperan penting dalam menciptakan kesan pertama yang menarik bagi konsumen terhadap suatu produk. Desain kemasan adalah proses merancang dan mengembangkan tampilan visual serta fungsionalitas suatu produk untuk menarik minat konsumen. Proses ini melibatkan perancangan bentuk, struktur fisik, pemilihan material, warna dan berbagai desain lainnya (Erlyana dan Ressiani, 2020). Menurut Ton *et al.*, (2024), desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan kesadaran konsumen, membangun identitas merek dan memberikan nilai tambah produk. Desain kemasan tidak hanya mampu memberi daya tarik visual tetapi juga berfungsi secara efektif, sehingga menghasilkan kemasan yang mampu melindungi produk. Kemasan memiliki peran dalam menentukan keberhasilan sebuah produk.

Oleh karena itu, tampilan luar kemasan harus memiliki daya tarik yang kuat untuk memikat konsumen. Kemasan memungkinkan konsumen untuk membedakan suatu produk dari produk lain yang sejenis di pasaran (Sari, 2013). Selain itu, tren kemasan juga sangat penting untuk memastikan produk tetap relevan dan memiliki daya tarik bagi konsumen. Mengikuti tren menunjukkan bahwa produsen peka terhadap perubahan preferensi konsumen dan perkembangan dalam industri (Widiati, 2019).



Gambar 1.1
Kemasan Susu Saat Ini

Beberapa metode yang dapat digunakan dalam merancang desain kemasan yaitu *Kansei Engineering* (KE), *Value Engineering* (VE) dan *Quality Function Deployment* (QFD). KE merupakan sebuah metode dalam pengembangan produk yang mengubah kesan, emosi dan kebutuhan konsumen terhadap produk atau konsep yang ada menjadi solusi dan parameter desain produk (Pamanggih et al., 2015). VE adalah sebuah metode yang menggunakan pendekatan kreatif dan terstruktur untuk mengidentifikasi serta mengurangi biaya-biaya tanpa memberikan dampak signifikan terhadap kualitas atau fungsi utama (Kartohardjono dan Nuridin, 2017). QFD merupakan metode perencanaan dan pengembangan produk yang terorganisir, dengan tujuan mengidentifikasi kebutuhan konsumen secara spesifik dan melakukan analisis secara sistematis untuk menghasilkan produk yang mampu

memenuhi harapan konsumen (Sari *et al.*, 2018). Berdasarkan penjelasan mengenai metode diatas, *Value Engineering* (VE) menawarkan solusi potensial untuk mengefisiensi biaya produksi tanpa mengurangi kualitas dan fungsi kemasan. Penerapan VE sangat relevan, karena biaya produksi bisa menjadi salah satu komponen terbesar dalam keseluruhan biaya operasional. Melalui penerapan VE, dapat menganalisis berbagai elemen produksi, seperti bahan baku, proses pengemasan, dan distribusi serta dapat dianalisis untuk meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan (Kartohardjono dan Nuridin, 2017). Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis finansial untuk menilai kelayakan biaya-biaya investasi.

Analisis finansial memiliki peran krusial dalam mengevaluasi dampak dari desain kemasan baru terhadap biaya dan profitabilitas perusahaan. Analisis finansial dilakukan dengan tujuan untuk menilai kelayakan suatu usaha, yaitu untuk menentukan apakah usaha tersebut dapat dijalankan secara efektif dan memberikan keuntungan yang diharapkan atau tidak. Proses ini mencakup perhitungan biaya awal, biaya operasional, potensi pendapatan, dan juga risiko yang mungkin dihadapi. Selain itu, analisis finansial juga membantu dalam mengidentifikasi strategi bisnis yang paling efektif untuk mencapai target keuntungan (Leonita *et al.*, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengembangan desain kemasan susu kambing Kelompok Ternak Melati menggunakan metode *Value Engineering*?
2. Bagaimana analisis finansial desain kemasan susu kambing Kelompok Ternak Melati?

1.3 Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini adalah analisis finansial pengembangan usaha susu kambing tidak mencakup biaya pembuatan kandang, pembelian kambing, dan pakan, karena ketiganya diasumsikan telah tersedia sebagai bagian dari fasilitas yang sudah dimiliki oleh kelompok ternak.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengembangkan desain kemasan susu kambing Kelompok Ternak Melati menggunakan *value engineering* untuk meningkatkan efisiensi biaya dan kualitas kemasan.
2. Menganalisis kelayakan usaha susu kambing setelah penerapan desain kemasan baru pada produk susu kambing Kelompok Ternak Melati

1.5 Manfaat Penelitian

1. Dapat membantu Kelompok Ternak Melati merancang kemasan yang lebih menarik dan fungsional, sehingga produk susu kambing lebih kompetitif di pasar.
2. Dapat membantu Kelompok Ternak Melati dalam menilai kelayakan investasi, menghemat biaya, meningkatkan pengelolaan keuangan, mendukung pengambilan keputusan, dan meningkatkan daya saing di pasar.