

Strategi Pengembangan dan Pemasaran Ternak Domba di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember (Studi Kasus Pada Najah Farm)

Rizqi Fazar Annurrofiq¹, Fefi Nurdiana Widjayanti¹ dan Nurul Fathiyah Fauzi¹

¹Universitas Muhammadiyah Jember

*Correspondensi: Nurul Fathiyah Fauzi
Email: nurul.fauzi@unmuhjember.ac.id

Published: December, 2023



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Usaha peternakan domba merupakan salah satu sektor usaha peternakan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di masa yang akan datang. Salah satu usaha ternak domba yang ada di Kecamatan Bangsalsari yaitu Najah Farm. Usaha ini memiliki permasalahan dalam kegiatan operasionalnya. Usaha peternakan domba merupakan salah satu sektor usaha peternakan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di masa yang akan datang. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh Najah Farm. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Responden dalam penelitian ini yakni pengelola peternakan domba Najah Farm di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. Metode yang digunakan adalah Business Model Canvas (BMC). Hasil penelitian menunjukkan Najah Farm bermitra dengan petani dan peternak. Kemudian memiliki aktivitas kunci berupa operasional, pemasaran dan manajemen keuangan. Nilai bisnis yang ditawarkan sistem kandang terkoleksi, tabungan qurban, pemasok domba, penjualan pupuk. Najah Farm menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan terbaik dan menyediakan fasilitas tabungan qurban. Pelanggan Najah farm yaitu distributor daging domba, lembaga aqiqah, instansi, Masyarakat umum, petani dan rumah makan. Sumber daya yang dimiliki oleh Najah farm yaitu sumber daya manusia yang merupakan para petani, serta sumber daya alam yang berupa lingkungan alam. Biaya yang diperlukan untuk mengelola Najah Farm meliputi biaya pengadaan kandang, biaya pengadaan kambing, pakan, kendaraan, dan mesin pendukung. Sumber pendapatan Najah Farm berasal dari penjualan produk.

Kata Kunci: Business model canvas, Domba, Pengembangan.

Abstract: The sheep farming business is one of the livestock business sectors that has great potential to be developed in the future. One of the sheep farming businesses in Bangsalsari District is Najah Farm. This business has problems in its operational activities. The sheep farming business is one of the livestock business sectors that has great potential to be developed in the future. The aim of this research is to find out what development strategies can be carried out by Najah Farm. This research is qualitative research with a case study method. The respondents in this research were the managers of the Najah Farm sheep farm in Bangsalsari District, Jember Regency. The method used is the Business Model Canvas (BMC). The research results show that Najah Farm partners with farmers and breeders. Then it has key activities in the form of operations, marketing and financial management. The business value offered by the collected pen system, sacrificial savings, sheep suppliers, fertilizer sales. Najah Farm builds relationships with customers by providing the best service and providing qurban savings facilities. Najah Farm's customers are sheep meat distributors, aqiqah institutions, agencies, the general public, farmers and restaurants. The resources owned by Najah Farm are human resources who are farmers, as well as natural resources in the form of the natural environment. The costs required to manage Najah Farm include the costs of providing cages, the costs of procuring goats, feed, vehicles and supporting machines. Najah Farm's source of income comes from product sales.

Keywords: Business model canvas, Sheep, Development.

PENDAHULUAN

Sub sektor peternakan merupakan bagian dari pertanian yang memiliki peranan penting. Pembangunan peternakan merupakan salah satu bagian dari pembangunan pertanian yang mendukung penyediaan pangan asal ternak yang bergizi dan berdaya saing tinggi, serta menciptakan lapangan kerja di bidang agribisnis peternakan. Program pembangunan sektor peternakan diarahkan untuk mampu meningkatkan populasi ternak, meningkatkan hasil produksi ternak, menghasilkan produk unggulan yang mampu bersaing di dalam maupun luar negeri (komoditi ekspor), meningkatkan

citra peternak, serta menciptakan lapangan kerja khususnya bagi masyarakat setempat, yang kesemuannya ditujukan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan peternak serta masyarakat pada umumnya. Hal ini juga sejalan dengan Kebijakan Revitalisasi Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan yang telah direncanakan oleh pemerintah. Besarnya potensi sumber daya alam yang dimiliki Indonesia memungkinkan pengembangan subsektor peternakan sehingga menjadi sumber pertumbuhan baru perekonomian Indonesia (Wahyudi, 2014)

Selama ini bidang peternakan masih dipandang sebelah mata oleh banyak pihak. Padahal kalau dikerjakan dengan serius, peternakan dapat menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi daerah bahkan nasional. Salah satu usaha peternakan yang mempunyai prospek yang menjanjikan adalah usaha peternakan domba (Karyadi, 2008)

Usaha peternakan domba merupakan salah satu sektor usaha peternakan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di masa yang akan datang. Beberapa manfaat beternak domba yaitu meningkatkan pendapatan masyarakat, memperoleh hasil sampingan berupa kotoran domba yang berguna untuk pembuatan pupuk kandang, domba memiliki sifat lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan, lebih mudah memeliharanya, dan modal yang dibutuhkan relatif rendah.

Pemotongan ternak Kabupaten Jember dalam kurun waktu 2021– 2022 cenderung mengalami peningkatan pada setiap jenis hewan ternaknya. Hewan domba mengalami kenaikan, pada tahun 2021 sejumlah 27.280 ekor menjadi 32.969 ekor pada tahun 2022.

Usaha ternak domba Najah Farm di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember mengalami kendala dalam mengelola usaha ternak dombanya, muncul berbagai permasalahan seperti minimnya modal, manajemen budidaya yang kurang efektif, pemilikan domba yang relatif sedikit, penyakit-penyakit baru pada hewan, investasi, pesaing usaha, ketersediaan pakan dan lain-lain. Kekurangan informasi dan keterbatasan ilmu pengetahuan peternak menyebabkan banyak yang enggan untuk mengembangkan usaha ini. Untuk itu, mereka membutuhkan strategi pengembangan usaha ternak domba yang tepat sehingga tujuan usahaternak tercapai. Pemasaran domba yang juga masih terbatas tentu merupakan hal yang harus diperhatikan peternak. Karena itu diperlukannya strategi pemasaran dalam mengatasi hal tersebut. Adanya latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Dan Pemasaran Ternak Domba Di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember (Studi Kasus Pada Ternak Domba Najah Farm).

METODE

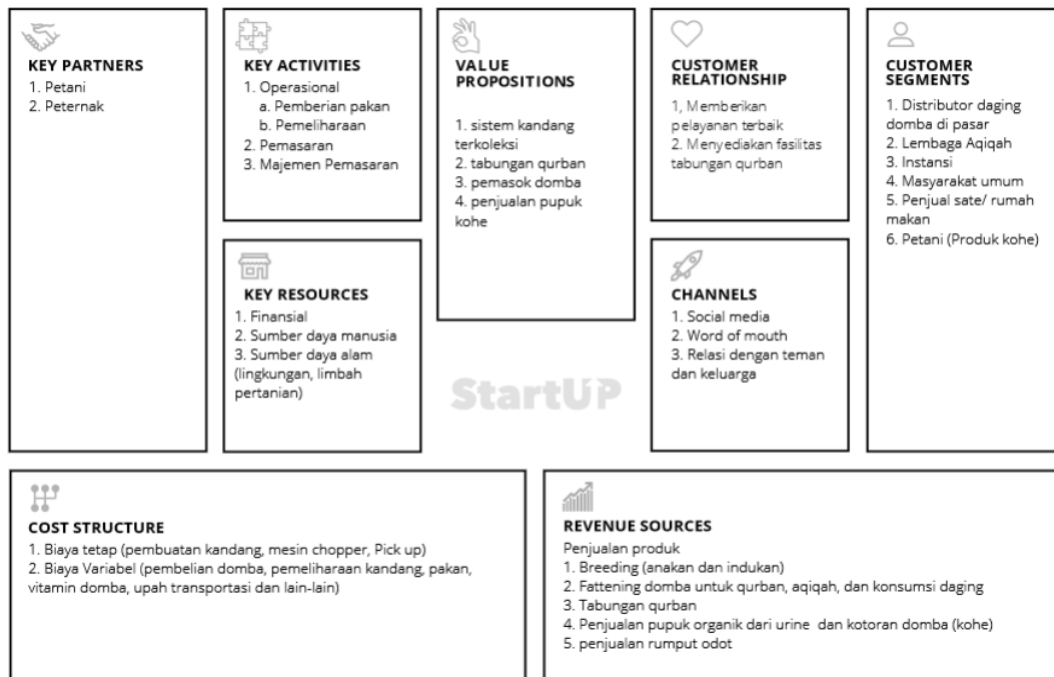
Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive) di Najah Farm Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. Waktu penelitian akan dilakukan pada bulan Juli 2023. Responden dalam penelitian ini yakni pengelola peternakan domba Najah Farm di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada ketua/pemilik Najah Farm di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) terlampir. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari instansi atau lembaga yang terkait yaitu Badan Pusat Statistik, buku, dan artikel di jurnal. Untuk merumuskan strategi pengembangan Najah Farm dilakukan menggunakan pembentukan Business Model Canvas (BMC). Menurut Osterwalder & Yves, (2010) Business Model Canvas (BMC) salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Business Model Canvas ini meliputi customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengembangkan usaha peternakan bukan semata-mata meningkatkan nilai produk namun juga terkait bagaimana model bisnis yang diinginkan tercapai dimasa yang akan datang. Model bisnis yang baik akan menghasilkan kemandirian inovasi dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh pasar. Penggunaan model bisnis akan memudahkan proses pengembangan usaha agar dapat bertahan dan bersaing serta menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan. Berikut ini akan dijabarkan dan divisualisasikan model bisnis Najah Farm melalui Business Canvas Model (BMC) yang terdiri dari sembilan blok yang saling berkaitan sebagai berikut:

BUSINESS MODEL CANVA: Najah Farm



Gambar 5.1 Business Model Canvas Najah Farm

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan Gambar 5.1 dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Key Partners

Menggambarkan hubungan dengan pihak ketiga merupakan partner/mitra utama yang penting agar model bisnis dapat berjalan lancar. Tujuan bermitra adalah untuk mengoptimalkan model bisnis. Najah Farm bermitra dengan petani untuk penyediaan bahan baku pakan kambing, dan juga peternak untuk pembelian domba.

2. Key Activities

Blok key activities menggambarkan hal-hal terpenting yang dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat bekerja. Aktivitas kunci diperlukan untuk menciptakan nilai, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan dengan pelanggan dan memperoleh pendapatan. Aktivitas perusahaan atau tempat usaha untuk menjalankan model bisnis yang akan digunakan. Adapun *key activities* Najah Farm yaitu:

- a. Operasional
1. Pemberian pakan

Pemberian pakan pada domba dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu hijauan sebagai makanan utama dan konsentrat sebagai makanan tambahan. Pemberian pakan domba di Najah farm dilakukan 2 kali sehari.

2. Pemeliharaan

Sistem pemeliharaan dilakukan secara intensif yaitu dengan pemberian perhatian penuh dari pemiliknya. Pada tahap awal para domba diberikan tanda pengenalan dan dilakukan penimbangan. Secara rutin domba dimandikan dan dipotong kukunya. Pemberian vitamin juga diberikan pada domba untuk meningkatkan daya tahan tubuh dan mempercepat pertumbuhan, sedangkan obat-obatan diberikan jika ada ternak yang sakit. Pembersihan kandang secara rutin dilakukan untuk menjaga kesehatan domba.

b. Pemasaran

Pemasaran di Najah farm menggunakan strategi bauran pemasaran marketing mix 4p antara lain *product, price, promotion, dan place*.

c. Menajemen keuangan

Segala aktivitas di Najah farm yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan dan pengelolaan dengan.

3. Value Propositions

Blok bangunan *Value Proposition* atau proposisi nilai menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan spesifik (Osterwalder & Yves, 2010).

Adapun *value proposition* Najah Farm yaitu :

a. Sistem kandang terkoleksi

Najah Farm merupakan peternakan dengan sistem terkoleksi, mengumpulkan limbah urine dan kotoran kambing sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi dan lingkungan.

b. Tabungan qurban

Produk simpanan yang diperuntukkan untuk perencanaan dalam penyediaan hewan qurban. Produk bertujuan agar semakin banyak umat Islam yang dapat menunaikan ibadah qurban dan meringankan masyarakat dalam hal pengeluaran untuk berqurban.

c. Pemasok domba

Najah Farm sebagai pihak yang menjual domba terhadap para pelanggan.

d. Penjualan pupuk kohe (kotoran hewan)

Sistem kandang terkoleksi mempermudah untuk mengumpulkan limbah urine dan kotoran hewan, kemudian itu dijual ke petani organik sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomis bagi Najah farm

4. Customer Relationship

Customer Relationships atau hubungan pelanggan adalah bisnis inti yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal serta jaringan eksternal untuk menciptakan dan menyampaikan nilai bagi pelanggan tersebut. Menurut Adnin *et al*,(2013) fungsi *customer relationship* ini adalah untuk mendapatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama dan menjual produk kepada pelanggan. Najah Farm menjaga hubungan konsumen dengan beberapa cara diantaranya adalah :

a. Memberikan pelayanan terbaik

b. Memberikan fasilitas tabungan qurban

5. Customer Segments

Customer segment atau segmentasi pelanggan yaitu menggambarkan sekelompok manusia maupun suatu organisasi yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan (Osterwalder & Yves, 2010). Segmen pelanggan Najah Farm yaitu distributor daging domba di pasar, lembaga aqiqah, instansi, masyarakat umum, penjual sate atau rumah makan, dan petani untuk produk pupuk kohe.

6. Key Resources

Menggambarkan aset-aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi. *Key Resources* dapat berupa benda fisik, finansial, intelektual, maupun manusia di Najah Farm. Sumber daya yang dimiliki oleh Najah farm yaitu sumber daya manusia yang merupakan pengelola dan anak buah kandang di Najah farm, serta sumber daya alam yang berupa lingkungan alam.

7. Channels

Channels merupakan media suatu perusahaan untuk membangun dan menjalin hubungan untuk mencapai segmentasi pelanggan dalam memberikan *value propositions*. Menurut Suparyanto & Rosad (2015) mengatakan saluran distribusi adalah semua organisasi yang saling terkait dalam penyampaian produk dari produsen sampai dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir. Penjualan produk Najah Farm dipasarkan melalui media sosial, dengan bantuan *word of mouth*, koneksi keluarga dan teman.

8. Cost Structure

Menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis yang akan di gunakan. Adapun proyeksi keuangan Najah Farm sebagai berikut:

- a. Kebutuhan Rp. 45.000.000 untuk 30 ekor cadangan Kurban selama kurang lebih 5 bulan (pendapatan Rp. 24.000.000)
- b. Biaya yang dibutuhkan untuk Pembangunan dan peralatan sebesar Rp. 132.954.150
- c. 3 Kandang membutuhkan dana sebesar Rp. 21.618.500
- d. Bank Pakan Hijauan di Lahan 0,3 ha Rp. 8.320.000
- e. Kendaraan 1 Unit Pickup bekas sebesar Rp. 35.600.000
- f. Pembelian hewan ternak 30 ekor sebesar Rp. 60.000.000
- g. Pembelian bahan pakan lain (limbah) sebesar Rp. 1.696.000
- h. Lain-lain (alat cukur, spidol, tali, nomor kalung) sebesar Rp. 1.219.650
- i. BBM sebesar Rp. 700.000
- j. Mesin cacah seharga Rp. 3.800.000

9. Revenue Sources

Blok bangunan *revenue streams* atau arus pendapatan menggambarkan uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing segmen pelanggan. Najah Farm mendapatkan penghasilan dengan penjualan produk domba untuk *breeding* (indukan dan anakan), *fattening* untuk aqiqah, qurban atau konsumsi daging. Kemudian pupuk organik dari urin dan kotoran kambing dan tabungan qurban serta penjualan rumput odot.

Hasil identifikasi *Business Canvas Model* (BMC) Najah Farm dapat membantu perkembangan bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian Halomoan *et al*, (2022) analisis bisnis model canvas salah satu hal yang paling penting dalam dunia bisnis dikarenakan BMC bisa digunakan sebagai alat untuk mengenalkan bisnis kepada pembeli. Adanya analisis BMC dapat memberi saran penyajian yang cepat mengenai produk dan promosi, pada akhirnya bisnis mampu mengulas strategi dan faktor apa saja yang mempengaruhi ketahanan bisnis dalam menghadapi keadaan dimasa yang

akan datang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bustamin (2020) mengatakan *Business Canvas Model* (BMC) membantu memberikan penjabaran bisnis dalam bentuk sederhana tetapi cukup efektif untuk melihat secara holistik *start up* maupun bisnis. Pendapat tersebut didukung oleh Wahyuni, (2021) menyatakan BMC yang sederhana dapat menjelaskan komponen utama penunjang operasional secara ringkas yang ternyata lebih memudahkan pelaku usaha untuk memahami usahanya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan Business Model Canvas Najah Farm menunjukkan Najah Farm bekerja sama dengan petani dan peternak. Kemudian melakukan tugas penting seperti operasional, pemasaran, dan manajemen keuangan. Sistem kandang terkoleksi, tabungan qurban, pemasok domba, dan penjualan pupuk memberikan keuntungan bisnis. Melalui pemberian layanan terbaik dan penyediaan layanan tabungan qurban, Najah Farm menjalin hubungan dengan pelanggan. Distributor daging domba, lembaga aqiqah, lembaga, komunitas, petani, dan rumah makan adalah pelanggan Najah Farm. Sumber daya Najah farm terdiri dari sumber daya manusia, yaitu para petani, dan sumber daya alam, yaitu alam. Pengelolaan Najah Farm membutuhkan modal yang cukup besar antara lain untuk pembuatan kandang, pembelian domba, pakan, kendaraan, dan mesin pendukung. Najah Farm mendapatkan keuntungan dari produk yang mereka jual.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnin, R. J., Lubis, N., & Widayanto, W. (2013). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Nasmoco Pemuda Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 1(1).
- Bustamin, A. (2020). Business Model Canvas dan Social Media Marketing untuk Meningkatkan Kapasitas Pengusaha Mikro di Kabupaten Pangkep. *JURNAL TEPAT : Applied Technology Journal for Community Engagement and Services*, 3(1), 150–156. https://doi.org/10.25042/jurnal_tepat.v3i1.72
- Conyers, D. (1991). Perencanaan sosial di dunia ketiga. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Halomoan, J., Abigail, I., Stefany, S., Pelawi, R. W. O., Suryajaya, S. J., & Malinda, M. (2022). Analisis Business Model Canvas Pada Istana Helmet. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 198–202. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.39>
- Iqbal, M. (2007). Analisis Peran Pemangku Kepentingan dan Implementasinya Dalam Pembangunan Pertanian. *Jurnal Litbang Pertanian*.
- Karyadi, D. (2008). Strategi Pengembangan Usaha Pternakan Rakyat (studi kasus Desa Cigudeg, Kecamatan Cigudeg, Kabupaten Bogor). *Skripsi Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor*.
- Ningsih, E. A., & Dian Dwi Laksani. (2020). Analisis Daya Saing Sektor Pertanian Indonesia (Agriculture In Indonesia : A SWOT Analysis). *Prosiding PERHEPI 2014*.
- Osterwalder, A., & Yves, P. (2010). *Business Model Canvas*. John Wiley Ltd.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran. In Media.
- Wahyudi, A. (2014). Analisi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Anggota Koperasi Peternakan Sapi Perah. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.

Wahyuni, S. (2021). Strategi Bussiness Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku Usaha Samarinda Dalam Upaya Pengembangan Brand Dan Digitalisasi Produk. Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses ..., 1(2), 81–86.