

## EVALUASI DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS PETERNAKAN JASINGA DENGAN MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS

### *EVALUATION AND DESIGN OF BUSINESS MODEL FOR JASINGA FARM USING BUSINESS MODEL CANVAS*

Farhan Muzaki Darwin<sup>1</sup>, Farda Hasun<sup>2</sup>, Maria Dellarosawati Idawicaksakti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Telkom, Bandung

<sup>1</sup> farhanmuzakid@student.telkomuniversity.ac.id, <sup>2</sup> fardahasun@telkomuniversity.ac.id,

<sup>3</sup> mariadellarosawati@telkomuniversity.ac.id

---

#### Abstrak

Peternakan Jasinga merupakan usaha di bidang peternakan domba yang berlokasi di Kampung Setu Jasinga, kecamatan Jasinga, Kabupaten Bogor Barat, Jawa Barat. Sasaran segmen pelanggan saat ini adalah penduduk sekitar, pedagang hewan, rumah makan di daerah Jawa Barat dan DKI Jakarta. Dalam bisnis peternakan terdapat banyak cara perusahaan untuk dapat menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai-nilai. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi pada model bisnis saat ini yang diterapkan oleh peternakan Jasinga dengan menggunakan metode Business Model Canvas. Peternakan Jasinga mengalami beberapa kendala. Salah satu kendala terbesar yaitu *cost structure* perusahaan yang tergolong besar dan belum efisien. Hal ini disebabkan karena peternakan Jasinga masih bergantung kepada mitra bisnis untuk menjalankan aktivitas-aktivitas kunci sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan dalam industri peternakan. Selain itu perusahaan juga belum memaksimalkan sumber daya yang tersedia sehingga berakibat pada kegiatan produksi Peternakan Jasinga belum berjalan dengan baik. Dari permasalahan tersebut Peternakan Jasinga memiliki tantangan yang harus dihadapi untuk mengatasi masalah yang ada agar dapat mempertahankan bisnisnya. Langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah memetakan kanvas model bisnis saat ini, melakukan analisis lingkungan bisnis dan melakukan *customer profiling*. Langkah selanjutnya melakukan analisis SWOT, dan berdasarkan hasil analisis SWOT kemudian dirancanglah strategi bisnis baru yang diterjemahkan dalam bentuk kanvas model bisnis usulan. Terdapat beberapa perbaikan dalam ke sembilan blok bisnis baru, yaitu: mengembangkan *value proposition*, meningkatkan *channels*, *key resource*, *key activities*, dan *key partnership*. Dengan adanya business model canvas usulan, Peternakan Jasinga diharapkan dapat mengimplementasikan model bisnis baru yang telah diusulkan agar dapat bersaing dan lebih kompetitif dalam industri peternakan.

**Kata kunci:** *Business Model Canvas*, Analisis Lingkungan Bisnis, *Customer Profile*, SWOT, *Value Propositions*, Peternakan

---

#### Abstract

*Jasinga Farm is a sheep farming business located in Setu Jasinga Village, Jasinga District, West Bogor Regency, West Java. The current target customer segments are local residents, animal traders, restaurants in West Java and DKI Jakarta. In the livestock business there are many ways for companies to create, deliver, and capture value. This study aims to evaluate the current business model of the Jasinga farm using the Business Model Canvas. At this time, Jasinga farms experience several obstacles, and one of the biggest obstacles is the company's cost structure which is too large and not efficient. This is because Jasinga farms still depend on business partners to carry out key activities so that it affects the company's performance in the livestock industry. In addition, the company also has not maximized the available resources so that the Jasinga Ranch production activities have not run well. From these problems, Jasinga Farm has challenges that must be faced to overcome existing problems in order to maintain its business. The steps that need to be taken are mapping the current business model canvas, conducting business environment analysis and conducting customer profiling. The next step is to conduct a SWOT analysis. Based on the results of the SWOT analysis, then a new business strategy is designed and then translated into a proposed business model canvas. There are several improvements in the nine new business blocks, namely:*

*developing a value proposition, increasing channels, key resources, key activities, and key partnerships. With the proposed business model canvas, Jasinga Livestock is expected to be more competitive in the livestock industry.*

**Keywords :** *Business Model Canvas, Business Environment Analysis, Customer Profile, SWOT, Value Propositions, Farm*

---

## **I. Pendahuluan**

Industri peternakan di Indonesia merupakan sektor usaha yang menghasilkan produk konsumsi berupa daging yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Peternakan merupakan kegiatan yang dilakukan dalam proses pengembangbiakan hewan ternak dengan tujuan memperoleh keuntungan. Keberadaan peternakan tidak dapat dianggap sebelah mata, karena peternakan merupakan salah satu sumber utama dalam memenuhi kebutuhan pasokan makan yang bersumber dari hewani. Situasi ini mempengaruhi tingkat perekonomian yang semakin kompetitif. Bentuk persaingan tidak hanya dalam proses penyediaan produk melainkan juga persaingan dalam pemasaran produk akhir.

Usaha ternak domba merupakan salah satu usaha desa yang memiliki peluang tinggi, dikarenakan permintaan pasar akan kebutuhan domba yang tinggi dan masih sedikitnya pelaku usaha ternak domba. Menggeluti usaha ternak domba memang memiliki tingkat kesulitan tersendiri. Untuk memulai usaha ternak domba banyak hal yang harus diperhatikan. Pertama, pemilihan bibit domba yang unggul merupakan faktor penting dalam memproduksi domba-domba dengan kualitas tinggi. Kedua, menyediakan lahan untuk kandang domba. Ketiga, penyediaan pakan domba yang sesuai dan harus memenuhi kebutuhan domba sebagai sumber pertumbuhan, reproduksi dan produksi. Keempat, pemeliharaan ternak domba harus memperhatikan kesehatan dan kebersihan kandang agar domba yang ditanam terhindar dari wabah penyakit.

Peternakan Jasinga adalah perusahaan yang bergerak di bidang peternakan domba yang berlokasi di Desa Setu Jasinga, Kecamatan Jasinga, Kabupaten Bogor Barat, Jawa Barat. Peternakan Jasinga mulai berdiri pada Juli 2020, dengan tujuan utamanya adalah sebagai penyedia domba yang berkualitas dengan harga bersaing di pasaran, dengan target pasar para pedagang daging domba, rumah jagal, hewan untuk kurban, akikah, pembeli perorangan dan kerjasama perusahaan. Untuk mencapai tujuan utama, Peternakan Jasinga membuat siklus pemeliharaan atau yang lebih dikenal dengan proses fattening pada hewan ternak agar menghasilkan domba yang berkualitas.

Namun seiring berjalannya bisnis Peternakan Jasinga mengalami beberapa kendala. Salah satu kendala terbesar yaitu *cost structure* perusahaan yang tergolong besar dan belum efisien, hal ini disebabkan karena peternakan Jasinga masih bergantung kepada mitra bisnis dalam hal penyediaan bibit domba dan pakan hewan ternak sehingga biaya yang dikeluarkan tergolong tinggi. Selain itu perusahaan juga belum memaksimalkan sumber daya yang tersedia seperti lahan kosong yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan penanaman tumbuhan hijau sebagai sumber pakan hewan ternak dan memanfaatkan hasil limbah kotoran hewan ternak yang dapat dijual sebagai pupuk tumbuhan. Pada blok *channels* Peternakan Jasinga baru mengandalkan pemasaran dan penjualan secara *direct marketing*. Dari permasalahan di atas Peternakan Jasinga memiliki tantangan yang harus dihadapi untuk mengatasi masalah yang ada agar dapat mempertahankan bisnisnya.

Agar dapat bersaing di pasaran, peternakan Jasinga harus menerapkan dan implementasi model bisnis yang tepat agar dapat mempertahankan bisnisnya. Dengan adanya model bisnis yang tepat, maka usaha tersebut dapat menghasilkan kinerja yang lebih efektif. Karena dalam peluang bisnis peternakan tidak hanya membahas mengenai modal maupun keuntungan saja, tetapi juga lokasi serta perawatan hewan ternak berpengaruh pada kelangsungan bisnis ini. Menurut Osterwalder, model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui sembilan blok dasar yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana cara perusahaan menghasilkan uang. Sembilan blok tersebut diletakkan pada sebuah susunan yang disebut *Business Model Canvas*. BMC terbagi menjadi sembilan bagian utama, yaitu: *Customer Segments, Value Propositions, Channel, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost* (Osterwalder, 2012).

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi model bisnis saat ini dan merancang model bisnis yang baru bagi Peternakan Jasinga dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

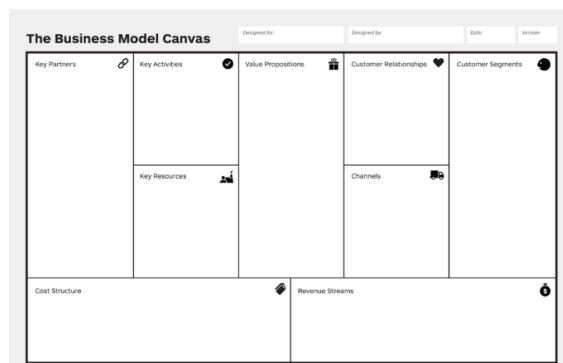
## II. Landasan Teori

### II.1 Model Bisnis

Menurut Osterwalder & Pigneur, Model bisnis merupakan suatu pemikiran yang didasari dalam menciptakan suatu organisasi, dimana model bisnis terdiri dari sembilan blok dasar yang memperlihatkan bagaimana sebuah perusahaan dapat menghasilkan uang atau keuntungan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

### II.2 Business Model Canvas

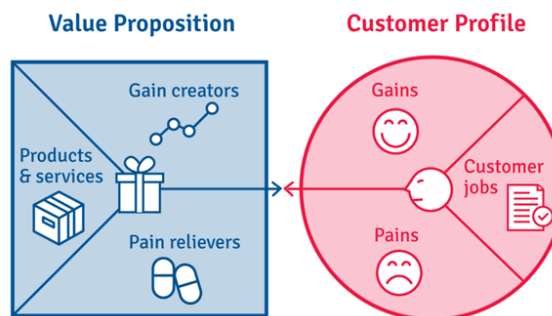
Menurut Alexander Osterwalder, Business Model Canvas merupakan suatu alat yang dapat digunakan dalam mendeskripsikan, menganalisa dan merancang model bisnis dalam suatu perusahaan. Business Model Canvas adalah alat bantu dalam menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis untuk menciptakan alternatif jenis strategi baru (Osterwalder & Pigneur, 2010).



Gambar 1 Business Model Canvas

### II.3 Value Proposition Canvas

Value proposition canvas merupakan cara sederhana untuk dapat mengetahui kebutuhan pelanggan, sehingga produk yang dirancang dan ditawarkan sesuai dengan target pasar dan memenuhi keinginan pelanggan. VPC terdiri dari dua sisi dimana terdapat *value proposition* dan *customer profile*. Keunggulan nilai proposisi bisa berbentuk secara kuantitatif dan kualitatif, mulai dari harga yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, desain dari produk yang dijual dan juga kesan atau pengalaman yang diterima oleh konsumen (Osterwalder, et al., 2014).



Gambar 2 Value Proposition Canvas

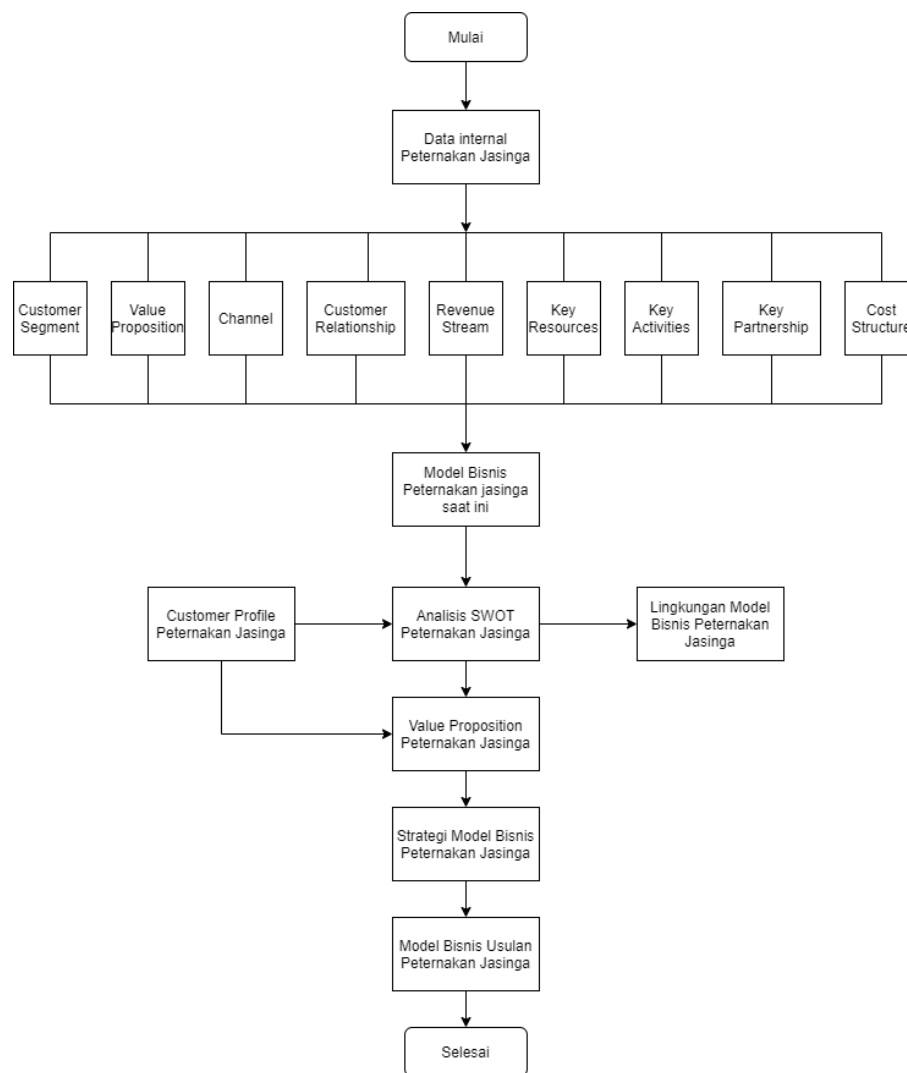
### II.4 Business Model Environment

Business Model Environment adalah salah satu metode yang dapat digunakan sebagai alat untuk memetakan lingkungan bisnis secara teratur serta dapat digunakan sebagai pemicu munculnya ide-ide model bisnis baru dan lebih baik. Terdapat empat elemen utama dalam menganalisis lingkungan model bisnis, yaitu *market forces*, *industry forces*, *key trends*, dan *macro economic forces*.

## II.5 Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari kata strengths, weaknesses, opportunities, threats dimana merupakan metode perencanaan strategis dalam mengevaluasi suatu perusahaan. Terdapat beberapa pengertian menurut para ahli mengenai analisis SWOT salah satunya Menurut Robinson, analisis SWOT adalah salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal pada suatu perusahaan yang dikenal luas. Sedangkan Menurut Kotler dan Keller, analisis SWOT merupakan keseluruhan evaluasi dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan tersebut

## III. Metode Penyelesaian Masalah



Gambar 3 Metode Penyelesain Masalah

Berdasarkan gambar di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu melakukan evaluasi dan perancangan model bisnis pada peternakan Jasinga menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Agar penelitian ini dapat dilakukan diperlukan data model bisnis saat ini pada peternakan Jasinga. Selanjutnya setelah membuat model bisnis eksisting, dilakukan analisis lingkungan dan customer profiling, yang mana semuanya akan menjadi input dalam analisis SWOT untuk dapat mengetahui hal apa saja yang dapat diperbaiki agar perusahaan bisa menjalankan proses bisnis yang lebih baik. Sehingga hasil dari analisis berupa usulan-usulan tersebut dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menjalankan bentuk model bisnis yang lebih baik.

#### IV. Pembahasan

##### IV.1 Model Bisnis Saat Ini

Berikut merupakan tabel yang menjelaskan model bisnis saat ini pada usaha Peternakan Jasinga

Business Model Canvas Peternakan Jasinga				
Key Partnership	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
Supplier bibit domba	Pemilihan bibit hewan	Menyediakan domba	<i>Personal assistance</i>	<b>Segmen individu/perorangan</b> 1. Kebutuhan harian 2. Kebutuhan akikah dan kurban  <b>Segmen Bisnis:</b> 1. Pedagang pasar hewan 2. Rumah jagal 3. Rumah makan/katering 4. Petani
Supplier domba	Pembelian domba	Harga bersaing di pasaran		
Supplier pakan	Pemeliharaan ternak	Jaminan kesehatan hewan	<b>Channels</b>	
	Pemeriksaan kesehatan	Menerima penukaran jika tidak sesuai		
	Penyediaan pakan		<i>Word of mouth</i>	
	Perawatan kandang			
	Pemasaran dan Penjualan		<i>Direct marketing di lokasi peternakan</i>	
	<b>Key Resources</b>			
	<b>Sumber daya manusia:</b> 1. Manager 2. Kepala kandang 3. Anak kandang <b>Aset Fisik</b> 1. Tanah 2. Bangunan 3. Kandang hewan 4. Gudang pakan 5. Mesin chopper pakan 6. Tong fermentasi pakan 7. Mesin cukur 8. Timbangan 9. Mesin genset			
<b>Cost Structure</b>			<b>Revenue Stream</b>	
Gaji karyawan Biaya bibit hewan ternak Biaya pembelian domba Biaya pakan Biaya operasional lain (listrik)			Penjualan produk hewan ternak Penjualan pupuk	

Gambar 4. Model Bisnis Peternakan Jasinga Saat Ini

Peternakan Jasinga bekerja sama dengan beberapa pihak yaitu, *supplier* domba dan bibit domba sebagai penyedia hewan ternak, *supplier* pakan untuk penyediaan rumput hijau sebagai sumber utama pakan domba.

Aktivitas utama Peternakan Jasinga yaitu penggemukan hewan ternak domba. Mulai dari bibit domba yang berumur 3-4 bulan dengan bobot 15 kg dilakukan proses *fattening* atau biasa dikenal dengan proses penggemukan hingga siap dipasarkan dengan bobot 25-30 kg dengan waktu penggemukan selama 3 bulan.

Pendapatan Peternakan Jasinga berasal dari hasil penjualan hewan domba. Untuk memperbesar keuntungan Peternakan Jasinga lebih berfokus menjual hewan domba pada saat mendekati musim kurban karena harga per ekornya dapat mencapai Rp.100.000-Rp.125.000,-per kilonya. Sedangkan

normalnya harga domba berkisar Rp. 80.000-Rp. 85.000,-per kilo. Selain itu pendapatan Peternakan Jasinga juga berasal dari penjualan limbah domba berupa kotoran hewan sebagai pupuk tanaman. Untuk menjaga loyalitas pembeli, Peternakan Jasinga selalu mementingkan standar kualitas. Apabila produk yang dikirim tidak sesuai dengan perjanjian awal, pihak Peternakan Jasinga siap menukar produk sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

#### IV.2. Customer Profile

Customer profile diperlukan untuk mendefinisikan dengan baik mengenai kebutuhan, keinginan dan perilaku konsumen terkait produk atau jasa yang ditawarkan oleh Peternakan Jasinga sehingga dapat diterima oleh konsumen dengan baik. Berikut ini merupakan jobs pelanggan yang berhasil diidentifikasi, yaitu:

1. Memenuhi kebutuhan hidup.  
Daging secara umum berperan penting untuk memenuhi kebutuhan nutrisi harian pada tubuh, karena merupakan salah satu sumber protein yang baik (daging sapi, ayam, kambing, domba dan lainnya).
2. Mencari domba dengan kualitas bagus, sehat dan bersih.  
Setiap orang tentunya memiliki standar kualitas yang berbeda-beda dalam memilih produk berupa hewan ternak. Beberapa faktor yaitu lingkungan, nutrisi, serta penanganan hewan tersebut.
3. Berbelanja dengan cara yang praktis dan mudah.  
Perkembangan zaman menuntut untuk mempermudah segala urusan, termasuk dalam transaksi jual beli. Semakin mudah penjual dicari atau dijangkau maka semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan pemesanan. Diilustrasikan dengan contoh kasus sebagai berikut: Perusahaan A dan B menjual produk yang sama dengan harga yang bersaing. Namun, perusahaan A menyediakan jasa pengiriman produk sedangkan tidak dengan perusahaan B. Kemudahan yang ditawarkan perusahaan A tentunya sedikit banyak juga mempengaruhi bagaimana pandangan pembeli terhadap penilaian kedua perusahaan tersebut.
4. Memenuhi kewajiban agama  
Sebagai umat muslim melaksanakan ibadah kurban disunnahkan, terutama bagi orang yang mampu dalam segi ekonomi. Selain menjalankan sunnah agama, berkorban juga dijadikan sebagai aksi sosial dan kemanusiaan untuk saling berbagi dengan yang lain.

Blok *pains* merupakan hal-hal yang tidak diinginkan atau dapat menghambat kebutuhan pelanggan dalam menjalankan pekerjaan dan kebutuhan mereka. Berikut ini merupakan beberapa hal yang dapat menghambat kebutuhan pelanggan dalam menyelesaikan pekerjaan, yaitu:

1. Stok hewan ternak yang diinginkan tidak tersedia.  
Ketersediaan produk merupakan hal penting yang harus selalu diperhatikan oleh perusahaan. Karena untuk memenuhi keinginan pelanggan, perusahaan Peternakan Jasinga harus mempersiapkan produk yang sesuai dengan kriteria kebutuhan pelanggan.
2. Layanan yang diberikan tidak memuaskan.  
Dalam melayani pelanggan, Peternakan Jasinga harus memahami kebutuhan konsumennya, selain itu perusahaan juga harus melayani dengan baik, ramah dan sopan untuk memberikan tingkat kepuasan yang lebih bagi konsumen.
3. Layanan pengiriman hewan ternak lama diproses.  
Pengiriman hewan ternak lama diproses berkisar antara 1-7 hari dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti tidak adanya penjadwalan pengecekan kondisi hewan saat hendak dikirim, kurangnya tenaga kerja yang tersedia dan jasa transportasi yang tidak tersedia.

Blok *gains* merupakan gambaran terhadap manfaat yang diinginkan konsumen untuk mencapai kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan pekerjaan mereka. Berikut ini merupakan beberapa hal data gains yang konsumen inginkan, yaitu:

1. Kebutuhan hidup terpenuhi  
Dengan kebutuhan hidup yang terpenuhi seperti kebutuhan protein hewani, konsumen dapat merasakan manfaat yang diberikan oleh perusahaan dari produk yang ditawarkan sehingga dapat menyelesaikan pekerjaan dan keinginan dari konsumennya.

2. Harga yang terjangkau  
Dengan harga yang terjangkau perusahaan dapat memberikan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumennya. Sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.
3. Pelayanan yang baik  
Pelayanan yang baik seperti respon yang cepat, memberikan informasi secara jelas dan keterbukaan dengan produk yang dijual adalah hal yang diinginkan pelanggan dalam mencapai kebutuhannya.
4. Pengiriman yang cepat  
Pengiriman yang cepat dengan kisaran waktu 1-2 hari akan menambah tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan.

### IV.3. Lingkungan Bisnis

Kekuatan pasar merupakan bagian dari lingkungan model bisnis yang memberikan gambaran mengenai pengaruh kekuatan pasar terhadap lingkungan model bisnis Peternakan Jasinga. Kekuatan pasar yang perlu diperhatikan oleh Peternakan Jasinga adalah adanya segmen pelanggan bisnis yang potensial namun belum digarap dengan baik. Selain itu, ada peningkatan kebutuhan akan daging domba. Industri peternakan menyumbang angka besar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengkonsumsi protein yang berasal dari hewani. Berdasarkan data dari situs Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, populasi hewan ternak di wilayah Kabupaten Bogor pada tahun 2016 terdapat populasi sebanyak 41.000 ekor sapi, 140.829 ekor kambing dan 238.190 ekor domba. Berdasarkan data tersebut populasi domba berada pada urutan pertama. Terkait dengan pendapatan, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik peternakan, harga jual hewan ternak rata-rata bobot domba yang dijual seberat 27 kilogram dengan harga perkilo sebesar Rp. 80.000, sedangkan di waktu mendekati hari raya kurban harga perkilo bisa meningkat hingga Rp. 110.000 per kilonya. Waktu yang dibutuhkan untuk penggemukan domba yaitu selama 6 bulan. Biaya pakan per harinya sebesar Rp.3.000,-, sehingga biaya pakan yang dikeluarkan untuk penggemukan domba sampai siap dijual kurang lebih sebesar Rp. 540.000,- per ekornya. Dari data ini, maka bisnis domba ini menarik, apalagi jika dapat dilakukan efisiensi untuk menekan biaya pakan dan operasional.

*Industry forces* merupakan bagian dari lingkungan model bisnis yang memberikan gambaran terhadap pengaruh kekuatan industri pada perusahaan Peternakan Jasinga. Saat ini Peternakan Jasinga memiliki beberapa pesaing yang menawarkan model produk serupa, diantaranya yaitu Mitra Tani Farm, Widya Barokah Farm dan Kambing Bagus Farm. Kambing Bagus Farm yang berlokasi di Kampung Dukuh, Kabupaten Bogor merupakan peternakan yang berfokus dalam penjualan hewan domba dan kambing yang cocok untuk kebutuhan kuliner, akikah dan kurban. Kambing Bagus Farm juga bekerja sama dengan petani lokal sebagai penampung pasokan hewan ternak dan bibit hewan ternak untuk dipasarkan oleh Kambing Bagus Farm. Terkait produk pengganti, banyak alternatif lain yang dipilih masyarakat untuk memenuhi kebutuhan protein hewani antara lain seperti daging ayam, kambing, sapi, kerbau dan lain-lain. Untuk supplier, Peternakan Jasinga bekerja sama dengan beberapa pihak untuk membantu dalam menjalankan kegiatan bisnis, seperti supplier bibit hewan ternak. Dalam penentuan supplier hewan ternak diperlukan pemilihan yang baik agar bisnis yang dijalankan dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Pemilihan supplier yang tepat tentu saja akan memberikan kepuasan bagi perusahaan atas layanan dan kualitas produk yang ditawarkan. Saat ini Peternakan Jasinga bekerja sama dengan beberapa peternak di daerah kabupaten Bogor yaitu, Kambing Bagus Farm dan MT Farm sebagai pemasok bibit hewan ternak domba. Peternakan Jasinga memilih kedua perusahaan di atas karena layanan dan produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan Peternakan seperti kondisi fisik hewan sehat, bibit hewan ternak berasal dari induk yang bagus sehingga pertumbuhan bibit domba tumbuh besar dan sehat, dan pelayanan pengiriman yang aman dan cepat. Untuk supplier pakan hewan ternak, Peternakan Jasinga bekerjasama dengan petani rumput di daerah Jasinga untuk memasok rumput hijau. Untuk kedepannya, ada peluang bagi Peternakan Jasinga berupaya untuk menanam sendiri kebutuhan pakan ternak agar dapat mengurangi biaya pembelian pakan dan mencari supplier yang dapat memenuhi kebutuhan pakan konsentrat.

Faktor ketiga adalah key trends. Yang perlu diperhatikan adalah trend teknologi pengolahan pakan, yang difokuskan pada penggunaan pakan hijau dan konsentrat. Terkait pemasaran, maka teknologi yang tersedia untuk membantu pemasaran secara online dapat digunakan. Faktor lain adalah trend masyarakat dan budaya terkait pola belanja digital.

Faktor keempat adalah *macro economic forces*. Yang perlu diperhatikan adalah adanya peluang ekspor domba yang berkelanjutan ke pasar Asia Timur dan Tenggara.

#### IV.4. Analisis SWOT dan Strategi

Analisis SWOT dilakukan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki Peternakan Jasinga dari empat aspek yaitu proposisi nilai, biaya dan pendapatan, infrastruktur dan hubungan pelanggan.

Pada bagian proposisi nilai hasil analisis matriks SWOT berada pada kolom II (S-O). Adapun kekuatan pada proposisi nilai yang dimiliki perusahaan yaitu perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan pada konsumen. sedangkan untuk kelemahan yaitu perusahaan masih menyediakan variasi hewan ternak yang sedikit. Pada indikator peluang, Peternakan Jasinga dapat mengintegrasikan produk secara baik dan dapat memenuhi tambahan kebutuhan yang diinginkan konsumennya. Adapun ancaman pada perusahaan yaitu terdapat jasa atau produk pengganti di pasaran dan ancaman dari para pesaing yang menawarkan harga dan nilai yang lebih baik.

Pada bagian Biaya dan pendapatan hasil analisis matriks SWOT berada pada kolom II (S-O). Adapun kekuatan pada biaya dan pendapatan yang dimiliki perusahaan yaitu terdapat pembelian berulang dari konsumen dan harga yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan consumer willingness to pay. sedangkan untuk kelemahan yang dimiliki perusahaan yaitu, pendapatan margin perusahaan masih kecil dan biaya yang dikeluarkan perusahaan belum terbilang efisien. Pada indikator peluang, Peternakan Jasinga dapat menciptakan arus pendapatan lain, dan dapat melakukan evaluasi terhadap biaya yang dikeluarkan perusahaan. Adapun ancaman pada perusahaan yaitu perusahaan masih bergantung pada satu arus pendapatan dan terdapat ancaman oleh pesaing dan teknologi.

Pada bagian infrastruktur hasil analisis matriks SWOT berada pada kolom II (S-O). Adapun kekuatan pada infrastruktur yang dimiliki perusahaan yaitu Peternakan Jasinga memiliki sumber daya yang bagus hanya saja terdapat kelemahan dalam menjalankan aktivitas- aktivitas kunci yang belum efisien. Pada indikator peluang, perusahaan dapat melakukan cross selling dengan mitra atau partner serta bekerja sama dengan mitra dalam menjangkau konsumen di pasaran. Adapun ancaman pada perusahaan yaitu Peternakan Jasinga masih bergantung pada satu mitra tertentu dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Pada bagian hubungan pelanggan hasil analisis matriks SWOT berada pada kolom II (S-O). Adapun kekuatan pada hubungan pelanggan yang dimiliki perusahaan yaitu Peternakan Jasinga mendapatkan konsumen baru secara berkala dan terdapat hubungan yang kuat dengan para konsumennya. Namun terdapat kelemahan seperti jangkauan terhadap konsumen yang belum luas. Pada indikator peluang, perusahaan dapat meningkatkan hubungan dengan konsumen dengan cara melayani segmen pasar baru. Adapun ancaman pada perusahaan yaitu terdapat persaingan yang kuat di pasaran.

#### IV.5. Business Model Canvas Usulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas dapat dilihat *business model canvas* Peternakan Jasinga yang digambarkan pada tabel 1 dibawah ini.



Tabel 1 Business Model Canvas Usulan

Business Model Canvas Peternakan Jasinga				
Key Partnership	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
Supplier bibit domba	Pemilihan bibit hewan	Menyediakan domba	Personal assistance	Segmen individu/perorangan
Supplier domba	Pembelian domba	Bibit domba	Forum diskusi peternakan di facebook	1. Kebutuhan harian
Supplier pakan	Pemeliharaan ternak	Daging domba		2. Kebutuhan akikah dan kurban
Peternakan	Pemeriksaan kesehatan	Harga bersaing di pasaran		Segmen Bisnis:
Pedagang/ calo hewan ternak	Penyediaan pakan	Jaminan kesehatan hewan		1. Pedagang pasar hewan
	Perawatan kandang	Menerima penukaran jika tidak sesuai		2. Rumah jagal
	Pemasaran dan Penjualan	Layanan antar	Channels	3. Rumah makan/katering
	Melakukan perkembangan mandiri		Word of mouth	4. Petani
	Melakukan penanaman tumbuhan hijau dan mengolahnya menjadi pakan		Direct marketing di lokasi peternakan	
	Melakukan proses pemotongan hewan ternak		Media Sosial (facebook dan instagram) dan Digital Marketplace (Shopee dan Tokopedia)	
	Mengantar pesanan hewan ternak			
	Key Resources			
	Sumber daya manusia:			
	1. Manager			
	2. Kepala kandang			
	3. Anak kandang			
	Aset Fisik			
	1. Tanah			
	2. Bangunan			
	3. Kandang hewan			
	4. Gudang pakan			
	5. Mesin chopper			
	6. Tong fermentasi pakan			
	7. Mesin cukur			
	8. Timbangan			
	9. Mesin genset			
	10. Kendaraan Pickup			
Cost Structure		Revenue Stream		
Gaji karyawan		Penjualan produk hewan ternak		
Biaya bibit hewan ternak		Penjualan bibit domba		
Biaya pembelian domba		penjualan daging domba segar		
Biaya pakan		Penjualan pupuk		
Biaya operasional lain (listrik)				

*Business model canvas* usulan untuk Peternakan Jasinga dibuat dengan mempertimbangkan hasil analisis SWOT, *customer profile* dan *business model environment*. Dengan adanya strategi usulan ini perusahaan dapat bersaing dipasaran. Dibawah ini merupakan hasil analisis perancangan *business model canvas* pada Peternakan Jasinga:

1. Menambahkan usulan pada blok *value proposition* seperti menjual produk dengan varian baru yaitu bibit domba, dan daging domba segar, dan menyediakan layanan pengiriman dengan kendaraan pickup. Dengan menambahkan usulan ini akan mempengaruhi blok *key activities* dan *revenue stream*. Untuk masa mendatang Peternakan Jasinga juga berpeluang mengembangkan produknya seperti menjual daging olahan domba, hanya saja saat ini sumber daya manusia yang belum memadai menjadi kendala saat ini, oleh sebab itu usulan ini masuk kedalam rencana jangka panjang untuk mengembangkan aktifitas bisnis dari Peternakan Jasinga.

2. Menambahkan usulan pada blok *channels* yaitu membuat sosial media facebook, instagram dan pemasaran melalui marketplace seperti tokopedia dan shopee agar mempermudah konsumen untuk menjangkau Peternakan Jasinga. dengan menambahkan usulan ini akan mempengaruhi blok customer relationship yaitu memberi informasi tambahan Peternakan Jasinga
3. Meningkatkan blok *revenue stream* dengan penjualan varian produk baru yang lebih beragam seperti bibit domba, domba, dan daging domba segar.
4. Menambahkan usulan pada blok *key resource* yaitu kendaraan pickup untuk menunjang Aktivitas pengiriman produk, sehingga akan mempengaruhi key activities dari Peternakan Jasinga.
5. Menambahkan usulan pada blok *key activities* yaitu melakukan perkebangbiakan mandiri dan menanam tumbuhan hijau untuk mengurangi pengeluaran biaya yang akan mempengaruhi cost structure. selain itu melayani pengiriman hewan ternak sehingga memberikan tingkat kepuasan yang baik ke konsumen.
6. Menambahkan usulan pada blok *key partnership* yaitu bekerja sama dengan peternakan, pedagang hewan sebagai mitra bisnis dalam memenuhi kebutuhan usaha mitra.

## V. Kesimpulan

Berdasarkan model bisnis saat ini, yang dilengkapi dengan peta customer profile dan peta lingkungan bisnis perusahaan, dilakukan analisis SWOT dan perumusan strategi, yang kemudian digunakan untuk merancang value proposition dan juga business model canvas. Berikut ini merupakan usulan peningkatan model bisnis usulan Peternakan Jasinga:

1. Value proposition: Menambahkan jenis varian produk baru, yaitu bibit domba, daging domba. dan menambah layanan pengiriman dengan kendaraan pickup.
2. Channels: melakukan pemasaran menggunakan media sosial dan marketplace.
3. Key resource: menambahkan aset fisik berupa kendaraan pickup.
4. Key activities: mengurangi Aktivitas pembelian bibit dan domba, melakukan perkebangbiakan mandiri, melakukan penanaman tumbuhan hijau dan mengolahnya. Melakukan proses pematangan hewan, mengantar pesanan hewan ternak.
5. Key partnership: bekerja sama dengan peternakan, pedagang hewan ternak.
6. Cost structure: mengurangi biaya pembelian bibit hewan ternak, domba dan pakan.

## REFERENSI

- [1] Badan Pusat Statistik. (2019). Output Tabel Dinamis. Badan Pusat Statistik, 2012. Diambil kembali dari <https://www.bps.go.id/indicator/24/473/1/populasi-domba-menurut-provinsi.html>
- [2] Osterwalder, Alex. (2012). Business Model Generation. PT. Elex Media Komputindo.
- [3] Osterwalder, Alexander, & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation.
- [4] Simatupang, P, & Hadi, P. (2020) DAYA SAING PETERNAKAN MENUJU 2020.
- [5] Osterwalder, Alexander, Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. J. Willey & Sons