

## **Pengembangan Usaha Susu Sapi Perah (Studi Kasus UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan Jember)**

**Krisdavid Batubara<sup>1)</sup>, Illia Seldon Magfiroh<sup>2)</sup>, Ati Kusmiati<sup>3)</sup>, Titin Agustina<sup>4)</sup>**

*Fakultas Pertanian, Universitas Jember, Jember, Indonesia*

**Email: krisdavid323@gmail.com, illia.faperta@unej.ac.id, ati.faperta@unej.ac.id, agustina.faperta@unej.ac.id**

### **Abstract**

*This study aims to identify the business model of the dairy cow milk enterprise at UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan and to determine the development strategies for the dairy cow milk enterprise at the same center. The research area was deliberately chosen (purposive method) at UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. The respondent selection method was purposive sampling. The study employed a descriptive method with Business Model Canvas and SWOT analysis tools. The research findings include a business model map, and it was determined that the UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan is located in quadrant I, indicating that the Strength-Opportunities (S-O) strategy can be applied. This strategy consists of maintaining the quality of milk sold at affordable prices, expanding partnerships to reach a broader consumer base, and providing training and education to workers on the use of advanced technology in dairy cow milk production activities.*

**Keywords: Dairy Cow Milk, BMC, SWOT Analysis**

### **PENDAHULUAN**

Menurut Sutaryono (2021), salah satu subsektor pertanian adalah peternakan. Usaha peternakan merupakan salah satu subsektor pertanian yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat Indonesia. Peternakan memiliki peran penting bagi perekonomian di wilayah lokal khususnya di pedesaan. Pedesaan di mana lapangan kerja sangat terbatas, usaha peternakan merupakan salah satu penggerak perekonomian. Bagi masyarakat desa, mempunyai ternak akan memberikan rasa aman karena ternak dapat menjadi alternatif untuk pembiayaan yang bersifat darurat. Hasil atau produk dari peternakan diantaranya yaitu susu, daging, telur, dan anakan.

Menurut Kentjonowaty (2019), sapi perah adalah salah satu hewan ternak yang memproduksi susu. Jenis sapi perah dengan produksi paling tinggi adalah sapi jenis Fries Holland (FH). Sapi perah Fries Holland memiliki bulu belang putih dan hitam dan kepala agak panjang. Menurut Nurtini & Anggraini (2014), Indonesia beriklim tropis dan musim penghujan di antara bulan November hingga April serta musim kemarau pada bulan Mei hingga bulan Oktober. Pada bulan Agustus rata-rata kelembapan relatif terendah adalah 74% dan tertinggi pada Maret sekitar 87%. Kondisi iklim ini cukup mendukung untuk pengembangan usaha ternak sapi perah secara khusus sapi perah jenis Fries Holland karena sapi perah Fries Holland tahan terhadap cekaman panas.

Menurut Malika & Adiwijaya (2017), Jawa Timur adalah sentra populasi sapi perah tertinggi di Indonesia karena kecocokan wilayah untuk beternak sapi perah. Kabupaten Jember adalah salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang terdiri dari 31 Kecamatan. Menurut BPS (2021), Kecamatan Arjasa merupakan kecamatan dengan produksi susu sapi perah terbesar kedua setelah Kecamatan Sumberbaru. Produksi susu sapi perah di Kecamatan Sumberbaru pada tahun 2020 adalah sebesar 597.665 kg dan produksi susu sapi perah di Kecamatan Arjasa adalah sebesar 476.598 kg. Salah satu usaha susu sapi perah yang ada di Kecamatan Arjasa adalah UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Ternak Rembangan yang dinaungi oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan Jember. UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Ternak Rembangan terletak di Desa Kemuning Lor, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Menurut Budi Santoso selaku Kepala UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan, kelemahan yang ada pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan adalah belum adanya pemetaan model bisnis yang menjadi acuan bagaimana perusahaan menjalankan usahanya sehingga tidak memiliki fokus ke arah mana bisnis akan dikembangkan. Selain itu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan terdapat beberapa kekurangan yaitu produk olahan hanya terbatas pada susu mentah, dan pemasaran hanya melalui satu outlet. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti melakukan pemetaan model bisnis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Selanjutnya peneliti melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan

Pakan Ternak Rembangan menggunakan analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat.

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan alat analisis Business Model Canvas dan SWOT. Penelitian dilakukan UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Ternak Rembangan yang terletak di Desa Kemuning Lor, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember. Penentuan responden menggunakan purposive sampling. Responden terkait permasalahan pemetaan model bisnis adalah Bendahara dan Kepala UPT Pembibitan dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Responden terkait permasalahan strategi pengembangan adalah Kepala UPT Pembibitan dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan serta Pengawas karyawan pemeliharaan dan produksi susu sapi perah yang bekerja di UPT Pembibitan dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Data yang digunakan bersumber dari data primer dan sekunder.

Alat analisis yang digunakan untuk permasalahan pemetaan model bisnis adalah Business Model Canvas. Hasil pengumpulan data dari responden dianalisis dan dideskripsikan dan dituangkan ke dalam sembilan komponen BMC yakni Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnership dan Cost Structure. Identifikasi masing-masing elemen diperoleh melalui wawancara dengan responden dan selanjutnya data tersebut direduksi sehingga menghasilkan deskripsi pada sembilan elemen BMC.

Alat analisis yang digunakan untuk permasalahan strategi pengembangan adalah analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2006), kinerja suatu perusahaan ditentukan oleh kombinasi antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). SWOT adalah salah satu analisis yang dapat mempertimbangkan kedua faktor tersebut untuk proses pengambilan keputusan strategis. Pada tahap awal dilakukan analisis pada faktor internal dan eksternal menggunakan matriks IFAS dan EFAS. Menurut Astuti & Ratnawati (2020), matriks IFAS dan matriks EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar faktor internal dan eksternal perusahaan mempengaruhi jalannya usaha. Matriks IFAS dan matriks EFAS menunjukkan kondisi internal dan eksternal perusahaan berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihitung berdasarkan rating dan bobot. Data tersebut diolah kemudian dianalisis menggunakan Diagram Kuadran Analisis SWOT untuk menentukan posisi perusahaan sehingga kemudian dapat dihasilkan strategi pengembangan yang tepat sesuai posisi UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan dalam Diagram Kuadran Analisis SWOT.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Business Model Canvas (BMC)

#### 1. Customer Segment

*Customer Segment* adalah sasaran atau segmentasi pelanggan yang akan dituju oleh suatu perusahaan. Tidak ada perbedaan segmentasi pelanggan secara geografis maupun demografis pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Pelanggan susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan adalah orang-orang yang berkunjung dan membeli produk susu di outlet. Segmentasi pelanggan susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan mencakup berbagai kalangan baik berdasarkan jenis kelamin, usia (anak-anak minimal 3 tahun hingga lansia).

#### 2. Value Propositions

*Value Propositions* adalah nilai-nilai pada produk susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan yang menjadi keunggulan untuk ditawarkan kepada konsumen. *Value Propositions* tersebut terdiri dari produk susu yang berkualitas tinggi dengan Total Solid 12%-13%, harga cukup terjangkau, dan telah bersertifikasi halal.

#### 3. Channels

*Channels* adalah saluran yang digunakan oleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan baik itu saluran komunikasi maupun pemasaran untuk menjangkau konsumen. *Channels* UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan dilakukan secara langsung yaitu melalui outlet. Selain itu saluran pemasaran juga dapat melalui pedagang pengecer.

#### 4. Customer Relationship

*Customer Relationship* pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan adalah dengan membangun hubungan pelanggan yang lebih kuat, meningkatkan pengalaman pelanggan, serta menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pembeli dapat berkomunikasi secara langsung dengan petugas outlet untuk mendapatkan pelayanan informasi, melakukan pembelian maupun untuk menyampaikan kritik dan saran. Hal tersebut dilakukan untuk membangun hubungan baik antara UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan dengan konsumen. Konsumen yang berkunjung dan membeli susu di outlet juga akan mendapatkan pengalaman meminum susu sembari menikmati pemandangan di Rembangan. UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan juga melakukan quality control pada produk untuk menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen

5. Revenue Stream

Revenue Stream adalah semua sumber pendapatan yang diperoleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Pendapatan yang diperoleh berasal dari hasil penjualan produk susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Produk susu yang dijual oleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan adalah susu mentah segar. Harga produk susu untuk kemasan 500ml adalah Rp6.500,- dan untuk kemasan 1L adalah Rp11.000,-. Rata-rata penerimaan yang diperoleh oleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan adalah sebesar Rp660.000.

6. Key Resources

*Key Resources* adalah segala sumber daya agar UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan dapat menjalankan usahanya. Sumber daya pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan terdiri dari sumber daya keuangan yang bersumber dari APBD, sumber daya manusia meliputi tenaga kerja yang berjumlah 16 orang, serta sumber daya fisik yang terdiri dari sapi perah, mesin chopper, mesin perah, mesin sealer, dan mesin pendingin.

7. Key Activities

*Key Activities* adalah aktivitas kunci yang dilakukan oleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan value proportions terpenuhi. Aktivitas kunci dalam usaha susu sapi perah di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan terdiri dari perawatan kebersihan kandang dan pemeliharaan sapi perah, produksi (pemerahan dan pengemasan), dan pemasaran melalui outlet.

8. Key Partnership

UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan dalam menjalankan usaha susu sapi perah bermitra dengan pedagang pengecer. Pedagang pengecer tersebut membeli susu untuk dijual kembali. Target pasar pedagang pengecer tersebut adalah konsumen yang tidak bertempat tinggal di sekitar outlet UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Tidak ada ketetapan atau peraturan baku yang mengatur sistem kemitraan antara UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan dengan pedagang pengecer. Namun, UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan melakukan pembatasan di mana total penjualan untuk pedagang pengecer adalah maksimal 50% dari hasil total dalam sekali produksi.

9. Cost Structure

Cost Structure menggambarkan keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya. Cost Structure meliputi keseluruhan biaya dari Key Resources dengan Key Activities yang dilakukan. Struktur biaya pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi upah tenaga kerja, mesin perah, sapi perah, karpet sapi, mesin chopper, mesin sealer, mesin pendingin, dedak, konsentrat, premix, starbio, dan IPAL. Sedangkan biaya variabel terdiri dari biaya plastik dan tabung gas.

Key Partners <ul style="list-style-type: none"><li>• Reseller</li></ul>	Key Activities <ul style="list-style-type: none"><li>• Perawatan dan pemeliharaan sapi perah</li><li>• Produksi (pemerahan &amp; pengemasan)</li><li>• Pemasaran</li></ul>	Value Proporsition <ul style="list-style-type: none"><li>• Susu berkualitas tinggi</li><li>• Harga terjangkau</li><li>• Sertifikasi halal</li></ul>	Customer Relationship <ul style="list-style-type: none"><li>• Menjaga kepuasan pembeli, layanan informasi dan transaksi secara langsung melalui petugas outlet.</li></ul>	Customer Segment <ul style="list-style-type: none"><li>• Laki-laki dan perempuan, dengan usia minimal 3 tahun hingga lansia</li></ul>
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"><li>• Sumber daya keuangan: APBD</li><li>• Sumber daya manusia: pakan hijauan, perawatan &amp; pemerahan, dan penjualan.</li><li>• Sumber daya fisik: sapi perah, mesin pemerah, mesin sealer, dan pendingin</li></ul>		Channels <ul style="list-style-type: none"><li>• Outlet</li><li>• Reseller</li></ul>	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"><li>• Biaya tetap: Upah tenaga kerja, sapi perah, karpet sapi, mesin perah, mesin sealer, mesin pendingin, dedak, premix, starbio, konsentrat, IPAL</li><li>• Biaya Variabel: Tabung gas, kemasan plastik</li></ul>			Revenue Stream <ul style="list-style-type: none"><li>• Penjualan produk susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Makanan Ternak Rembangan</li></ul>	

Gambar 1. BMC UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan

### Strategi Pengembangan Usaha Susu Sapi Perah UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan Menggunakan Analisis SWOT

#### Faktor Internal UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan

##### Kekuatan:

1. Produk berkualitas tinggi dan selalu terjaga dengan baik. Produk susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan mengandung Total Solid sebesar 12%-13% yang mana syarat minimal Total Solid dalam susu berdasarkan SNI 3141.1:2011 adalah sebesar 11%. Total Solid adalah komponen susu yang terdiri dari lemak, protein, dan laktosa.
2. Harga cukup terjangkau dengan kualitas yang lebih tinggi dari produk sejenis. Produk susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan dijual Rp11.000,- untuk kemasan 1 liter dan Rp6.500,- untuk kemasan 500 mililiter. Harga jual yang ditetapkan oleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan tidak pernah mengalami perubahan harga. Mekanisme penetapan harga tersebut adalah berdasarkan perhitungan biaya operasional dan harga produk sejenis di pasaran.
3. Lokasi pemasaran dekat dengan lokasi pemerahan. Produk susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan tidak memiliki outlet cabang dan pusat pemasaran hanya ada di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan yang terletak di Desa Kemuning Lor, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Pemilihan lokasi tersebut adalah karena dekat dengan lokasi pemerahan susu sapi.
4. Tenaga kerja memadai baik dari kualitas maupun kuantitas. Tenaga kerja UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan terdiri dari tenaga kerja bagian pengumpulan pakan hijauan, pemeliharaan dan perawatan, pemerahan, pengemasan, hingga pemasaran.

5. Produksi susu tidak membutuhkan waktu yang lama. Setelah diperah, susu diangkut ke outlet dan memasuki tahap filtrasi. Susu steril yang sudah memasuki tahap filtrasi kemudian dikemas dalam kemasan plastik 500 ml maupun 1 liter. Susu yang telah dikemas kemudian disimpan dalam mesin pendingin agar susu tidak rusak.
6. Pengemasan aman dan rapi. UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan menggunakan kemasan berbahan plastik. UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan senantiasa memastikan produk susu yang dipasarkan telah terkemas dengan baik.

**Kelemahan:**

1. Lokasi penjualan cukup jauh dari pusat keramaian. Penjualan dilakukan terpusat melalui outlet yang berada di Desa Kemuning Lor, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember. Lokasi penjualan kurang strategis karena cukup jauh dari pusat keramaian Kabupaten Jember.
2. Tidak adanya pemasaran melalui sosial media. Susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan tidak memiliki sosial media untuk media informasi, promosi, dan penjualan. Promosi produk susu UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan hanya melalui *mouth to mouth* dari para konsumen yang pernah membeli.

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal UPTPT-HPT Rembangan

No.	Faktor-faktor Internal	
<b>Kekuatan</b>	1	Produk berkualitas tinggi dan selalu terjaga dengan baik
	2	Harga cukup terjangkau dengan kualitas yang lebih tinggi dari produk sejenis
	3	Lokasi pemasaran dekat dengan lokasi pemerahan
	4	Tenaga kerja memadai baik dari kualitas maupun kuantitas
	5	Produksi susu tidak membutuhkan waktu yang lama
	6	Pengemasan aman dan rapi.
<b>Kelemahan</b>		
	1	Lokasi penjualan cukup jauh dari pusat keramaian
	2	Tidak adanya pemasaran melalui sosial media

Sumber: Data Primer diolah (2023)

**Faktor Eksternal UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan**

Menurut Hamdilah et al., (2021), lingkungan eksternal terdiri dari perubahan kebijakan, persaingan antar pesaing, ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, dan bargaining power pembeli. Berdasarkan hasil diskusi dan wawancara dengan Kepala UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan, peluang yang dimiliki oleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan adalah segmen pasar yang luas, hubungan kemitraan yang dapat memperluas pasar, serta perkembangan teknologi yang memudahkan dalam produksi penjualan susu sapi. Sedangkan ancaman meliputi musim kemarau yang dapat menurunkan volume produksi susu sapi perah serta menurunnya minat masyarakat terhadap produksi susu sapi perah.

Tabel 2. Identifikasi Faktor Eksternal UPTPT-HPT Rembangan

No.	Faktor-faktor Eksternal	
<b>Peluang</b>	1	Segmen pasar yang luas
	2	Hubungan kemitraan dapat memperluas pasar
	3	Perkembangan teknologi yang memudahkan dalam produksi dan penjualan susu sapi
<b>Ancaman</b>		
	1	Lokasi penjualan cukup jauh dari pusat keramaian
	2	Tidak adanya pemasaran melalui sosial media

Sumber: Data Primer diolah (2023)

### Analisis IFAS dan EFAS

Analisis IFAS digunakan untuk menganalisis seberapa kuat kekuatan dan kelemahan mempengaruhi perusahaan, sedangkan analisis EFAS digunakan untuk menganalisis seberapa kuat peluang dan ancaman mempengaruhi perusahaan. Hasil perhitungan nilai IFAS didasarkan pada skor rating dan bobot pada setiap pernyataan faktor internal, sedangkan hasil perhitungan nilai EFAS didasarkan pada skor rating dan bobot pada setiap pernyataan faktor eksternal. Skor rating dan bobot yang telah diperoleh kemudian dikalikan untuk memperoleh total skor pada masing-masing responden. Responden yang diwawancarai adalah Bapak Budi Santoso selaku Kepala UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan dan Rifqi Thufail A.W selaku karyawan di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan.

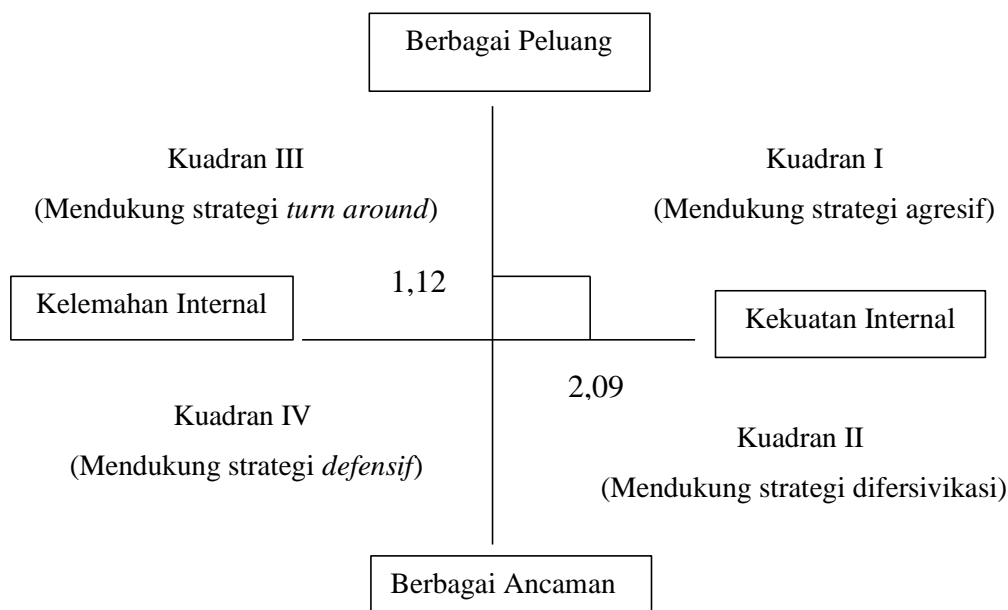
Tabel 3. Hasil Total IFAS dan EFAS

No	Nama	Faktor Internal		Total IFAS	Faktor Eksternal		Total EFAS
		Total Kekuatan	Total Kelemahan		Total Peluang	Total Ancaman	
1	Budi Santoso	2,90	0,77	3,66	2,40	1,00	3,40
2	Rifqi Thufail	2,67	0,63	3,30	2,20	1,36	3,56
	<b>Rata-rata</b>	<b>2,79</b>	<b>0,70</b>	<b>3,48</b>	<b>2,30</b>	<b>1,18</b>	<b>3,48</b>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

### Diagram Kuadran Analisis SWOT

Diagram kuadran analisis SWOT digunakan untuk menentukan posisi UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan yang mana posisi tersebut menentukan strategi pengembangan apa yang tepat bagi UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Penentuan letak titik koordinat didapatkan melalui hasil selisih antara nilai subtotal pada faktor IFAS dan EFAS. Hasil perhitungan IFAS terdiri dari total kekuatan sebesar 2,79 dan total kelemahan sebesar 0,70 sehingga diperoleh selisih yaitu sebesar 2,09. Hasil perhitungan EFAS terdiri dari total peluang sebesar 2,30 dan total ancaman sebesar 1,18 sehingga diperoleh selisih yaitu sebesar 1,12. Hasil selisih total kekuatan dan kelemahan untuk sumbu x sedangkan selisih total peluang dan ancaman untuk menentukan sumbu y. Berdasarkan letak koordinat tersebut maka akan dapat diketahui posisi perusahaan melalui diagram kuadran SWOT.



Gambar 2. Diagram Kuadran Analisis SWOT UPTPT-HPT Rembangan

### Matriks SWOT UPTPT-HPT Rembangan

Pembentukan alternatif strategi pengembangan usaha susu sapi perah di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan yaitu dengan menyusun matriks SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal.

Tabel 4. Matriks SWOT UPTPT-HPT Rembangan

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	1. Produk berkualitas tinggi dan selalu terjaga dengan baik	1. Lokasi penjualan cukup jauh dari pusat keramaian
	2. Harga cukup terjangkau dengan kualitas yang lebih tinggi dari produk sejenis	2. Tidak adanya pemasaran melalui sosial media
	3. Lokasi penjualan dekat dengan lokasi pemerahan	
	4. Tenaga kerja memadai baik dari kualitas maupun kuantitas	
	5. Produksi susu tidak membutuhkan waktu yang lama	
EFAS	6. Pengemasan aman dan rapi	
OPPORTUNITIES	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
1. Segmen pasar yang luas	Mempertahankan kualitas susu yang dijual dengan harga terjangkau dan memperluas kemitraan guna menjangkau konsumen lebih luas (S1, S2, O1, O2, S3, S4,)	Menambah outlet cabang yang berada di pusat keramaian guna menjangkau lebih banyak konsumen (W1, O1, O2)
2. Hubungan kemitraan dapat memperluas pasar	Penyuluhan dan pelatihan kepada tenaga kerja terkait penggunaan teknologi mutakhir dalam kegiatan produksi susu sapi perah (S5, S6, O3)	Memanfaatkan teknologi sosial media sebagai media promosi dan penjualan (W2, O3)
3. Perkembangan teknologi yang memudahkan dalam produksi dan penjualan susu sapi		
THREATS	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
1. Musim kemarau berpotensi menurunkan volume dan kualitas susu sapi perah	Menjaga kuantitas dan kualitas pakan dan suhu lingkungan sapi. (S1, S3, S4,)	Melakukan pengenalan produk melalui media sosial dan menjaga kualitas susu tetap tinggi di segala musim sehingga minat dan kepercayaan masyarakat tetap terjaga (W1, W2, T1, T2)
2. Menurunnya minat masyarakat terhadap produk susu sapi perah	Menjual produk dengan harga terjangkau dengan pengemasan yang aman, rapi, serta menarik minat pembeli (S2, S5, S6, O1, O2)	

Setelah alternatif strategi pada matriks SWOT disusun, selanjutnya adalah menentukan strategi mana yang paling tepat untuk diterapkan oleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Berdasarkan diagram kuadran analisis SWOT telah diketahui bahwa UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan berada di posisi kuadran I dengan titik koordinat 2,09 pada garis absis dan 1,12 pada garis ordinat sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi Strength-Opportunities (S-O). Adapun strategi-strategi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Mempertahankan kualitas susu yang dijual dengan harga terjangkau dan memperluas kemitraan guna menjangkau konsumen lebih luas.
2. Penyuluhan dan pelatihan kepada tenaga kerja terkait penggunaan teknologi mutakhir dalam kegiatan produksi susu sapi perah.

### Kesimpulan

Hasil analisis *Business Model Canvas* pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan menghasilkan sembilan komponen yaitu *Customer Segments*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership* dan *Cost Structure* dan diketahui pada beberapa komponen perlu ada perbaikan seperti pada aspek *Value Proposition*, UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan diharapkan dapat melakukan diversifikasi produk untuk menarik minat pembeli. Pada aspek *Channels*, dapat menambah media promosi dan pemasaran secara daring agar produk lebih dikenal masyarakat luas. Pada aspek *Revenue Stream*, UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan diharap melakukan pencatatan keuangan yang masuk untuk mengetahui kondisi keuangan yang nantinya dapat menjadi bahan evaluasi dan acuan dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan analisis SWOT diketahui bahwa posisi usaha UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan Jember berada pada kuadran I. Strategi yang dapat diterapkan adalah strategi S-O yang yaitu mempertahankan kualitas susu yang dijual dengan harga terjangkau, memperluas kemitraan guna menjangkau konsumen lebih luas, penyuluhan dan pelatihan kepada tenaga kerja terkait penggunaan teknologi mutakhir dalam kegiatan produksi susu sapi perah.

### REFERENSI

- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Hamdilah, S. R. N., Maulidian, & Baksh, R. (2021). Pengembangan Model Bisnis Peternakan Susu Sapi Perah Melalui Perspektif Blue Ocean (Studi Kasus: Peternakan Sapi Perah Cibugary di Pondok Ranggon Cipayung Jakarta Timur). *Jurnal Bioindustri*, 4(1), 25–40.
- Kentjonowaty, I. (2019). *Manajemen Pemeliharaan Pedet dan Sapi Dara*. Malang : Media Nusa Creative.
- Malika, U. E., & Adiwijaya, J. C. (2017). Potensi Agribisnis Sapi Perah di Kabupaten Jember, Jawa Timur. *Jurnal Agribisnis*, 19(2), 155–161.
- Nurtini, S., & Anggraini, M. (2014). *Profil Peternakan Sapi Perah Rakyat di Indonesia*. Yogyakarta : UGM Press.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sutaryono, Y. . (2021). *Pengelolaan Hijauan Pakan Ternak dalam Sistem Peternakan Tradisional*. Yogyakarta : Deepublish.