

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK SAPI MADURA BERDASARKAN BUSINESS MODEL CANVAS

M Fahmi Eko Saputro, Novi Diana Badrut Tamami*
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura,
Bangkalan, Indonesia
novi@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Desa Waru Barat adalah salah satu tempat sentra sapi Madura. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi karakteristik peternak serta mengidentifikasi model bisnis yang sedang dijalankan, mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal usaha ternak sapi Madura, memberikan alternatif strategi menggunakan analisis SWOT, serta memberikan usulan model bisnis yang baru untuk pengembangan usaha ternak sapi Madura. Metode analisis yang digunakan deskriptif kualitatif dengan Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT. Hasil penelitian ini yaitu peternak di Desa Waru Barat tergolong usia produktif, pendidikan yang rendah, dan pengalaman beternak yang cukup lama. Dari hasil identifikasi faktor internal eksternal usaha ternak sapi Madura, diketahui beberapa alternatif strategi dari Strategi SO (Strength-Opportunity), Strategi WO (Weakness-Opportunity), Strategi ST (Strength-Threat), dan Strategi WT (Weakness-Threat). Pengembangan model bisnis pada Customer segments melalui jaringan pasar yang menjangkau lebih luas seperti masyarakat umum, memanfaatkan kotoran hewan dijadikan kompos pada Value proposition, pada Channels melakukan penjualan khusus hari raya Idul Adha, pada Customer relationship memberikan potongan harga, pada Revenue Stream penjualan kompos, teknologi berupa mesin pencacah pakan pada Key resources, pada Key activities pengecekan kesehatan hewan ternak secara berkala, pada Key Partnership kerjasama dengan pihak Pemerintah dan tergabung kelompok ternak, sedangkan pada Cost Structure pembelian konsentrat.

Kata kunci : Sapi Madura, Strategi Pengembangan, SWOT, BMC

MADURA CATTLE BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY BASED ON CANVAS BUSINESS MODEL

ABSTRACT

Waru Barat Village is one of the centers for Madura cattle. The purpose of this study is to identify the characteristics of breeders and identify the business model that is being run, identify the internal and external environment of the Madura cattle business, provide alternative strategies using SWOT analysis, as well as propose a new business model for the development of the Madura cattle business. The analytical method used is descriptive qualitative with Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis. The results of this study are that farmers in Waru Barat Village are classified as productive age, low education, and long experience in raising livestock. From the results of the identification of external internal factors of the Madura cattle business, several alternative strategies are known from the SO Strategy (Strength-Opportunity), WO (Weakness-Opportunity) Strategy, ST (Strength-Threat) Strategy, and WT Strategy (Weakness-Threat). Business

model development in Customer Segments through a market network that reaches a wider audience such as the general public, utilizing animal manure as compost in the Value proposition, Channels special sales for Eid al-Adha, Customer relationship giving discounts, Revenue Stream selling compost, technology in the form of a feed chopper at Key resources, in Key activities checking the health of livestock regularly, in Key Partnerships in collaboration with the Government and joining livestock groups, while in the Cost Structure the purchase of concentrates.

Keywords : Madura Cattle, Development Strategy, SWOT, BM

PENDAHULUAN

Subsektor peternakan merupakan kegiatan pengembangbiakan ataupun pemeliharaan hewan ternak dengan tujuan untuk memperoleh sebuah hasil dari adanya kegiatan tersebut. Pengembangan subsektor peternakan ini mempunyai nilai penting dalam pemenuhan kebutuhan manusia yang selalu meningkat seiring dengan jumlah penduduk yang terus meningkat, pendapatan per kapita, serta taraf hidup masyarakat yang meningkat pula. Peranan penting dari subsektor peternakan yaitu memenuhi kebutuhan daging, susu, dan telur pada masyarakat. Dengan maksud untuk memenuhi permintaan masyarakat baik untuk konsumsi ataupun sebagai bahan baku dalam industri. Daging sapi merupakan salah satu hasil dari subsektor peternakan. Permasalahan yang ada di Indonesia produksi daging sapi tidak seimbang dengan konsumsi masyarakat. Dalam memenuhi kebutuhan daging saat ini, Indonesia masih bergantung pada pasokan daging impor. Penyebab Indonesia masih bergantung pada impor daging yaitu karena adanya ketidakseimbangan antara tingkat produksi daging dengan tingkat konsumsi daging (Ariningsih, 2014). Upaya Pemerintah Jawa Timur mengambil kebijakan program Sapi Berlian (sapi beranak yang mampu menghasilkan lima juta ekor sapi dalam lima tahun) dalam rangka untuk langkah percepatan swasembada daging di Jawa (Rahmawati, Harijani, & Lamid, 2015). Menurut Nurgiartiningsih (2011), program Sapi Berlian difokuskan di Pulau Madura karena memiliki peluang dan potensi pengembangan sapi Madura.

Sapi Madura merupakan salah satu jenis hewan ternak yang memiliki potensi yang cukup baik untuk dikembangkan. Sapi Madura adalah hasil persilangan antara sapi Bali (*Bos sondaicus*) dengan sapi Zebu dari India (*Bos indicus*). Seiring berjalannya waktu sehingga sapi tersebut dapat tersebar di Pulau Madura dan di wilayah-wilayah dimana orang Madura berada. Sapi Madura sendiri sudah ditetapkan oleh Keputusan Menteri Pertanian Nomor 3735/Kpts/HK.040/11/2010 sebagai rumpun ternak lokal Indonesia. Selain itu standar mutu sapi Madura telah diterbitkan oleh Kementerian Pertanian yakni SNI 7651.2:2013/Badan Standarisasi Nasional ICS 65.020.30 mengenai penetapan sapi Madura.

Menurut Rusnan, Kaunang, & Tulung, (2015), pengembangan peternakan memiliki keterkaitan dengan pembangunan suatu wilayah. Faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada pengembangan usaha ternak sapi seperti sumber daya alam (SDA), sumber daya manusia (SDM) dan proses budidaya juga perlu diperhatikan yang meliputi bibit, ekologi dan teknologi. Secara langsung ataupun tidak langsung lingkungan strategis juga dapat mempengaruhi keberhasilan pengembangan usaha ternak sapi termasuk sapi Madura. Keberhasilan peternakan berhubungan dengan kualitas sumberdaya manusia, dan tingkat pendidikan yang rendah sehingga menghambat dalam pola pengembangan usaha ternak.

Karakteristik geografis pulau Madura yang sebagian besar berbukit, berbatu, dan berupa lahan kering merupakan salah satu faktor penentu bahwa sapi Madura merupakan komoditi dominan di dalam sistem usahatani di wilayah pulau Madura. Pemanfaatan potensi sapi Madura ini belum optimal, hal ini dapat dilakukan dengan adanya perbaikan pada manajemen pemeliharaan. Sapi potong merupakan salah satu sumberdaya yang dapat diperbaharui dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sehingga sangat

berpotensi dalam memperbaiki bahkan meningkatkan perekonomian masyarakat. Adapun data populasi sapi potong di Provinsi Jawa Timur pada 2019-2021 dalam tabel 1.

Tabel 1
Jumlah populasi sapi potong di Jawa Timur

Tahun	Jumlah (Ekor)
2019	4.705.067
2020	4.823.970
2021	4.938.874

Sumber : Badan Pusat Statistika, 2021

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah sapi potong yang ada di Provinsi Jawa Timur dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Jumlah sapi terbanyak ada pada tahun 2021, yakni sebanyak 4.938.874 ekor. Dengan jumlah populasi sapi potong tersebut, Provinsi Jawa Timur adalah salah satu provinsi penyumbang sapi potong paling banyak di Indonesia. Salah satu wilayah sentra sapi Jawa Timur yakni Pulau Madura.

Kabupaten Pamekasan adakah salah satu kabupaten di pulau Madura dan dikenal sebagai sentra produksi sapi potong. Hal tersebut sesuai dengan data (Badan Pusat Statistika, 2020) yang menyebutkan bahwa Kabupaten Pamekasan menyumbang 194.286 ekor sapi potong terhadap Provinsi Jawa Timur. Salah satu tempat sentra sapi potong di Kabupaten Pamekasan yakni di Desa Waru Barat Kecamatan Waru. Hampir semua peternakan yang dikelola masyarakat di Desa Waru Barat menggunakan jenis sapi lokal Madura, dan usaha ternak tersebut dijadikan sebagai pekerjaan sampingan dikarenakan pekerjaan utamanya mayoritas sebagai petani. Lahan pertanian yang dimiliki para peternak dimanfaatkan sebagai tempat penyedia pakan ternak, hal tersebut dilakukan dengan cara memanfaatkan limbah pertanian ataupun dengan cara menanam hijauan seperti rumput gajah atau jenis lainnya.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan di Desa Waru Barat Kecamatan Waru, usaha ternak disana masih menggunakan sistem tradisional yang bercirikan dengan para peternak melakukan usaha ternak sapi hanya sebagai usaha keluarga atau sebagai pekerjaan sampingan dan skala yang kecil dengan jumlah kepemilikan satu hingga tiga ekor. Permasalahan yang di hadapi para peternak di Desa Waru Barat yakni budidaya yang dilakukan masih secara tradisional, kurangnya peran dari pemerintah, dan belum mampu menerapkan teknologi dalam usaha ternak sapi Madura. Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, maka penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mengidentifikasi karakteristik peternak pelaku usaha ternak sapi Madura, serta mengidentifikasi model bisnis yang sedang dijalankan pada usaha ternak sapi Madura dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) (2) Mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal usaha ternak sapi Madura , serta memberikan alternatif strategi yang dapat diimplementasikan pada usaha ternak sapi Madura dengan menggunakan analisis SWOT, (3) Memberikan usulan model bisnis yang baru untuk pengembangan usaha ternak sapi Madura dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

TINJAUAN PUSTAKA

Sapi Madura adalah salah satu sapi lokal yang wilayah pengembangannya di pulau Madura. Sapi Madura memiliki beberapa keunggulan yaitu mampu

beradaptasi pada iklim yang tropis, tahan terhadap penyakit, memiliki adaptasi yang baik terhadap pakan yang kualitasnya rendah serta kebutuhan pakan Sapi Madura lebih rendah dibandingkan sapi lainnya atau impor (Nurgartiningih, 2011). Sapi Madura sangat erat dengan sosial budaya dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat terutama masyarakat agraris atau tempat wisata, tabungan, dan sarana olahraga dan sebagai hiburan. Perkembangan penyebaran sapi Madura di luar Pulau Madura tidak signifikan, hal ini yang membuat sapi Madura dalam pelestariannya akan lebih diutamakan di Pulau Madura dan selama ini masih dilindungi dan diatur dalam perundang-undangan (Zali et al, 2019).

Pengembangan usaha dalam setiap daerah disesuaikan dengan potensi dan ciri khas yang dimiliki daerah tersebut, hal ini dapat membuat setiap daerah untuk membuktikan kemampuannya dalam mengembangkan dan memajukan daerahnya. Berkembangnya suatu daerah ditentukan oleh kemampuan dan keinginan masyarakat di daerah tersebut dalam memanfaatkan potensi yang ada. Masyarakat secara bebas dapat menuangkan ide dan kreatifitas yang dimiliki dalam rangka mengembangkan daerahnya, kegiatan pengembangan tersebut dilakukan sebaik mungkin dan tidak melanggar hukum yang berlaku (Maharani, 2014).

Menurut (Juliansyah, 2017), menyatakan bahwa strategi bertujuan untuk mempengaruhi keadaan dimasa mendatang sesuai dengan harapan ataupun tujuan yang telah ditentukan dengan menggunakan pendekatan atau metode yang direncanakan. Perumusan strategi merupakan rencana untuk mengelola secara efektif yang ada pada lingkungan internal dan eksternal suatu usaha. Dalam perumusan strategi diperlukan beberapa langkah, yakni mulai identifikasi permasalahan ataupun kendala yang dihadapi, membuat strategi alternatif yang mempertimbangkan faktor internal dan eksternal, melakukan evaluasi berdasarkan alternatif strategi yang telah dibuat, serta menentukan strategi utama sebagai prioritas dari alternatif strategi sebelumnya (Fitriadi, Soekarto, & Sunarti, 2013).

Strategi bisnis sebagian besar ditentukan dalam model bisnis yang digunakan perusahaan (Wrigley, Bucolo, & Straker, 2016). Salah satu jenis model bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC), model bisnis ini mampu memberikan gambaran secara sederhana dan menyeluruh terhadap sembilan elemen esensial suatu usaha/bisnis (Rainaldo, Wibawa, & Rahmawati, 2017). BMC memiliki sembilan komponen elemen terdiri dari *customer segments*, *value propositions*, *customer relationships*, *channels*, *revenue stream*, *key activities*, *key resources*, *key partners*, dan *cost structure* (Osterwalder et al, 2012).

Abdel-Basset, Mohamed, & Smarandache (2018), mengemukakan bahwa analisis SWOT merupakan metode praktis yang digunakan oleh manajer untuk memetakan strategi yang baik dan tepat dengan merumuskan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dari rumusan tersebut dapat memberikan referensi strategi yang tepat dan akurat. Dengan menggunakan metode analisis SWOT dalam penelitian ini memberikan gambaran bahwa kinerja bisnis dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan terlebih dahulu dalam analisis SWOT. Sedangkan menurut Gurel & Tat (2017), analisis SWOT melakukan perbandingan antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang pada saat ini dan

dimasa mendatang. Semakin jelas pengetahuan akan kekuatan dan kelemahan, maka semakin besar pula peluang untuk tercapai.

Menurut penelitian Anari (2018), Kabupaten Manokwari merupakan daerah yang memiliki potensi tinggi dalam peningkatan usaha ternak sapi, hal ini didukung oleh Kabupaten Manokwari yang merupakan daerah pemeliharaan sapi potong mulai dari penyediaan bibit sapi, penyediaan pakan, dan penyediaan sarana produksi ternak. Penelitian yang dilakukan oleh Anari ini menggunakan analisis SWOT dengan hasil penelitian menunjukkan strategi yang dapat diterapkan yaitu melakukan perluasan pengembangan sapi potong, modal beternak lebih ditingkatkan lagi agar mampu bersaing, meningkatkan mutu hasil ternak, meningkatkan kuantitas penjualan sapi potong, menyediakan layanan informasi guna meningkatkan penjualan sapi potong, mengembangkan usaha ternak sapi berbasis lokal, meningkatkan pelayanan dalam pemasaran ternak sapi potong, menciptakan suasana kondusif pada sistem pemasaran ternak sapi potong, menyusun sistem informasi pemasaran ternak sapi potong, meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, dan meningkatkan jaringan kemitraan.

Menurut penelitian Musdar (2017), perluasan pengembangan sapi potong dilakukan dengan meningkatkan populasi ternak yang ditunjang dengan adanya pengadaan bibit sapi yang bermutu, adanya pengendalian penyakit, perlunya kegiatan penyuluhan dan pembinaan kepada para peternak sapi, peningkatan akses modal melalui bantuan pengkreditan, pakan yang bermutu, dan pemasaran yang tepat. Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam usaha sapi potong yaitu pengoptimalan dan mengembangkan kemampuan Internal peternak sapi potong, SDA termanfaatkan secara maksimal, diadakannya program penyuluhan dan pendampingan secara intensif kepada para peternak, adanya demonstrasi penyuluhan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan beternak, membangun kemitraan dengan pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran sapi, pengimplementasian teknologi pengolahan pakan yang berbasis limbah pertanian serta adanya kerjasama dengan pemerintah dalam pengadaan input usaha ternak sapi potong.

Menurut penelitian Iman *et al* (2021), tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengevaluasi program pemerintah Sapi Kerbau Komoditas Andalan Negeri (SIKOMANDAN) yang menjadi program unggulan pemerintah tahun 2020. Setelah dilakukan identifikasi model bisnis yang sedang dijalankan, serta telah dilakukan analisis faktor internal eksternal maka perlu adanya perbaikan model bisnis pada program SIKOMANDAN. Penelitian yang dilakukan menghasilkan sembilan elemen, yang mana setiap elemen pada model bisnis menunjukkan perlunya adanya perbaikan. Berikut sembilan elemen dari hasil penelitian yaitu : (1) *Co-Creator* menggunakan teknologi sinkronisasi birahi, (2) *Value proposition* dengan mengikutsertakan pemerintah daerah dalam hal anggaran ataupun kegiatan lainnya, (3) *Channels* dengan menetapkan peraturan yang dapat memberikan kemudahan bagi pemerintah dalam mendapatkan informasi terkait program SIKOMANDAN, (4) *Relations* dilakukan melalui pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah serta dengan peternak, (5) *Value Stream>Returns* dilakukan dengan menciptakan sistem yang dapat mensinergikan laporan bisnis, (6) *Key Resources* dilakukan dengan pengoptimalan dan pemanfaatan sumber

daya di masing-masing provinsi/kabupaten/ kota, (7) *Key Activities* dengan mengintegrasikan semua proses bisnis yang ada, (8) *Key Patnership* dengan ikut serta dalam proses penyusunan peraturan pemerintah, (9) *Value Stream-Outlay and Costs* dengan menjadikan sebagai program prioritas.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Waru Barat Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan pada bulan September – Desember 2021. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja atau *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa Desa Waru Barat Kecamatan Waru adalah salah satu wilayah konservasi sapi Madura, pada wilayah ini kualitas sapi Madura yang dimiliki para peternak tergolong unggul serta mampu berkontribusi dalam menjaga ketersediaan sapi lokal madura.

Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Penentuan pemilihan sampel pada penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa responden memelihara sapi potong Madura. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, serta kuesioner, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari pemerintah desa, BPS, buku ataupun artikel terkait dan dokumen yang relevan. Untuk penentuan informan kunci (*key informan*) dilakukan secara sengaja (*purposive*) yakni Dinas Peternakan, Pemerintah Desa, dan Ketua Kelompok Tani (Putra, 2011). Sedangkan penentuan sampel penelitian menggunakan metode Lemeshow karena jumlah populasi peternak sapi Madura di Desa Waru Barat tidak diketahui. Menurut Lemeshow et al (1990), dalam Hasan, (2020) persamaan rumus Lemeshow dapat ditulis:

$$n = p \cdot q \left(\frac{Z_{\alpha}}{e} \right)^2$$

$$n = p(1 - p) \left(\frac{Z_{\alpha}}{e} \right)^2$$

$$n = 0,5 \cdot (1 - 0,5) \left(\frac{1,960}{0,15} \right)^2$$

$$n = 0,5 \cdot (0,5)(13,067)^2 = 42,68 = 43$$

Dimana n merupakan jumlah sampel, Z_{α} adalah skor pada kurva normal untuk simpangan 5% sebesar 1,960, p diartikan proporsi populasi yang diharapkan, namun jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti maka menggunakan pendekatan $p = q = 0,5$ dan e yaitu batas kesalahan yang akan digunakan peneliti (15%). Penentuan batas kesalahan (e) merujuk pada penelitian (Sunyigono, Suprapti, & Arifiyanti, 2020), terkait industri sapi potong Madura dimana tingkat presisi yang digunakan sebesar 15 persen. Hasil perhitungan metode Lemeshow diperoleh jumlah sampel sebesar 43.

Metode Analisis Data

Tahapan analisis data dimulai dengan mengidentifikasi karakteristik peternak, dan mengidentifikasi model bisnis yang dijalankan pelaku usaha ternak sapi Madura. Selanjutnya mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal pada usaha ternak sapi Madura, matriks IE (Internal-eksternal) dan Matriks SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mendapatkan alternatif strategi yang tepat diterapkan dalam pengembangan usaha

ternak sapi Madura di Desa Waru Barat. Tahap terakhir yakni memberikan usulan model bisnis baru untuk pengembangan usaha ternak sapi Madura.

Analisis model bisnis dapat menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk menggambarkan kondisi model bisnis yang sedang digunakan oleh para peternak dalam usahanya, sehingga menyederhanakan konsep kompleks menjadi konsep sederhana yang dapat digunakan untuk pengembangan bagi perusahaan ataupun suatu usaha. *Business Model Canvas* (BMC) merupakan metode yang efektif karena mampu menganalisis secara menyeluruh baik dari segi pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, serta nilai atau produk yang ditawarkan. Sehingga pemilik usaha dapat menentukan arah dari bisnis yang dijalani serta dapat mengidentifikasi pesaing bagi perusahaan serta mengetahui keunggulan bersaing yang ada pada bisnis yang sedang dijalanannya. Selain itu, BMC memahami bagaimana setiap elemen berhubungan satu sama lain. Analisis BMC ini digunakan untuk identifikasi model bisnis yang ada serta memberikan masukan model bisnis dalam pengembangan usaha budidaya sapi Madura di Desa Waru Barat Kecamatan Waru.

Analisis SWOT terdapat beberapa rangkaian analisis yang dimulai dari menganalisis faktor internal dan eksternal suatu usaha budidaya sapi Madura. Matriks IFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan, sedangkan matriks EFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman. Setelah mengidentifikasi IFE EFE maka selanjutnya melakukan analisis dengan menggunakan matriks IE (internal eksternal) untuk mencocokkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat menentukan posisi usaha sebagai dasar pengembangan strategi. Untuk tahapan terakhir yakni menggunakan matriks SWOT untuk memperoleh alternatif strategi yang akan diterapkan pada usaha ternak sapi Madura di Desa Waru Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Peternak

Penelitian ini terdiri dari 43 orang peternak yang memelihara sapi potong Madura. Karakteristik peternak ditinjau dari aspek usia, tingkat pendidikan, pengalaman.

Tabel 2
Sebaran Peternak Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
23 - 43	15	34.88
44 - 62	19	44.19
63 - 81	9	20.93
Jumlah	43	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Menurut (Kementerian Ketenagakerjaan, 2021), usia produktif yaitu usia seseorang yang berada pada kisaran 15 hingga 64 tahun. Rata-rata usia peternak di lokasi penelitian yaitu 51 tahun dan tergolong usia produktif yang mana kondisi tersebut membuktikan bahwa usia dapat mempengaruhi cara berpikir dan perilaku peternak, serta dapat mempengaruhi tingkat produktivitas dalam menjalankan usaha. Hal ini sesuai dengan pendapat (Far-far, 2011), yang menyatakan bahwa pada usia produktif peternak diharapkan dapat melakukan suatu usahanya secara maksimal. Sementara peternak yang memiliki usia lebih

dari 64 tahun diduga kurang produktif dikarenakan keadaan fisik yang sudah menua yang mengakibatkan produktivitasnya menurun, sehingga dapat memperlambat kemajuan usaha ternaknya.

Tabel 3
Sebaran Peternak Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
Tidak sekolah	14	32.56
SD	24	55.81
SMP	0	0.00
SMA	5	11.63
Jumlah	43	100.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Mayoritas peternak pada lokasi penelitian rata-rata hanya menempuh pendidikan sekolah dasar dan masih banyak pula peternak yang tidak pernah menempuh dunia pendidikan. Tingkat pendidikan adalah salah satu penentu keberhasilan seseorang dalam melakukan pengembangan usaha. Pendidikan yang dimaksud dalam hal ini adalah pendidikan formal, karena tingkat pendidikan dapat mempengaruhi daya tanggap peternak terhadap inovasi teknologi terbaru. Lebih lanjut (Hidayah, Arditha, & Lestari, 2019) menyatakan bahwa tingkat pendidikan yang rendah berpengaruh terhadap cepat lambatnya peternak dalam mengadopsi teknologi.

Tabel 4
Sebaran Peternak Berdasarkan Pengalaman Beternak

Pengalaman (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1 - 17	22	51.16
18 - 34	14	32.56
35 - 51	5	11.63
52 - 68	2	4.65
Jumlah	43	100.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Pengalaman beternak juga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan suatu usaha. Semakin lama pengalaman yang dimiliki dalam suatu usaha maka akan semakin tinggi pula peluang untuk mencapai tingkat keberhasilan. Hal tersebut dipengaruhi oleh peternak yang sudah menjalankan usaha ternak mulai dari kecil secara turun temurun dari orang tuanya yang mengajarkan terkait budidaya sapi Madura. Peternak dengan pengalaman yang lebih lama cenderung lebih mengetahui teknik budidaya sapi Madura dibandingkan peternak yang baru memulai usaha ternak. Hal ini sependapat dengan (Halim, 2017), yang menyatakan bahwa faktor yang paling penting dan harus dimiliki oleh setiap peternak guna meningkatkan produktivitas dan kinerjanya dalam menjalankan usaha peternakan.

Identifikasi Bisnis Model Canvas Usaha Ternak Sapi Madura Saat Ini

Hasil dari identifikasi dilakukan untuk mengumpulkan dan memetakan model bisnis usaha ternak sapi Madura ke dalam sembilan elemen *Business Model*

Canvas (BMC) yang digunakan pada usaha tersebut. Pemetaan terhadap 9 (sembilan) elemen BMC dilakukan berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan.

Tabel 5

Model Bisnis Kanvas Pada Usaha Budidaya Sapi Madura di Desa Waru Barat

Key Partners - Peternak sapi - Blantik - Dinas Peternakan	Key Activities - Pemilihan sapi bakalan - Perawatan penggemukan - Penjualan	Value Proposition - Sapi kondisi sehat - Berkualitas - Harga bersaing	Customer Relationship - Layanan personal	Customer Segmen - Konsumen lokal - Masyarakat umum
	Key Resources - SDM - Lahan pakan ternak - Kandang ternak		Channels - Pasar ternak - Kunjungan konsumen	
Cost Structure - Biaya Tetap = Kandang, Transportasi, Alat Peternakan - Biaya Variabel = Pakan, Obat-Obatan, Vitamin, Tenaga Kerja			Revenue Streams - Hasil penjualan sapi	

Berdasarkan hasil identifikasi yang telah dilakukan, diketahui model bisnis yang sedang dijalankan pada usaha ternak sapi Madura di Desa Waru Barat saat ini yakni :

Customer segments

Merupakan seseorang yang menggunakan jasa atau produk yang dihasilkan oleh usaha dan berkontribusi dalam memberikan penghasilan kepada usaha ternak sapi Madura. Pelanggan yang ada pada budidaya sapi Madura antara lain adalah (1) konsumen lokal, yang dimaksud konsumen lokal yakni masyarakat setempat ataupun peternak setempat. (2) masyarakat umum secara luas yang berada diluar wilayah Kecamatan Waru bahkan sampai Luar Kabupaten Pamekasan yang dapat langsung melakukan transaksi jual beli kepada peternak.

Value proposition

Nilai yang diberikan peternak kepada pelanggannya. Usaha ternak sapi Madura yang ada di Desa Waru Barat memberikan suatu nilai dari hasil hewan ternaknya yang mana sangat tepat untuk dipilih para pelanggan/konsumen antara lain sapi kondisi sehat, berkualitas, dan harga yang sesuai dengan kualitas sapi tersebut.

Channels

Merupakan suatu saluran yang digunakan perusahaan dalam menjangkau pelanggan dan menyampaikan nilai dari perusahaan tersebut. Saluran yang digunakan pada budidaya sapi Madura di Desa Waru Barat yakni (1) pasar hewan, yang mana pada saat di pasar hewan semua elemen dapat berinteraksi baik itu sesama peternak ataupun masyarakat biasa yang membutuhkan hasil ternaknya. (2) kunjungan konsumen, yang mana peternak tidak hanya menjual

hewan ternaknya ke pasar ternak, akan tetapi juga menjual hewan ternaknya kepada konsumen yang langsung datang ke rumah.

Customer relationship

Merupakan hubungan antara perusahaan dan pelanggan dengan harapan mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, hubungan yang diterapkan peternak dengan konsumen melalui pelayanan komunikasi dengan baik terhadap konsumennya baik komunikasi secara langsung maupun tidak langsung.

Revenue Stream

Merupakan pendapatan yang didapat oleh peternak sapi dari hasil usaha peternakannya. Sumber pendapatan peternak sapi Madura dari hasil usaha ternak nya yaitu hanya dari penjualan sapi saja, hal tersebut sangat disayangkan ketika peternak kurang memanfaatkan hal-hal lainnya yang dapat menambah pendapatan peternak.

Key resources

Merupakan sumberdaya yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan pengoperasian model bisnis, sumberdaya yang ada pada usaha ternak meliputi SDM, lahan pakan ternak, dan kandang ternak.

Key Activities

Merupakan kegiatan yang dilakukan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Kegiatan yang dilakukan pada budidaya sapi Madura yakni mulai dari pemilihan sapi bakalan, perawatan penggemukan, dan juga penjualan.

Key Partnership

Merupakan kerja sama yang sudah disepakati antar dua belah pihak atau lebih. Usaha budidaya sapi Madura menjalin kerjasama dengan sesama peternak dengan maksud saling tukar informasi mengenai hal budidaya sapi Madura. Selain itu juga menjalin kerjasama dengan blantik, yang mana sangat dibutuhkan jasa blantik untuk mempermudah dalam penyedia sapi bakalan ataupun dalam hal penjualan hasil hewan ternaknya. Menjaln kerjasama dengan pihak Dinas Peternakan untuk meningkatkan jumlah kepemilikan ternak melalui Inseminasi Buatan (IB).

Cost Structure

Merupakan total biaya yang dikeluarkan peternak pada budidaya sapi Madura terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi pembuatan kandang, biaya transportasi, dan pembelian alat peternakan, sedangkan biaya variabel meliputi pembelian pakan, pembelian obat-obatan serta vitamin, dan upah tenaga kerja.

Setelah diketahui model bisnis yang telah dijalankan pada usaha ternak sapi Madura di Desa Waru Barat, selanjutnya yaitu melakukan analisis SWOT terhadap setiap elemen *Business Model Canvas* (BMC) agar dapat diketahui keterkaitan antara setiap elemen BMC terhadap SWOT.

Tabel 6
Analisis SWOT Terhadap *Business Model Canvas*

Aspek	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
-------	----------	-----------	---------	---------

<i>Customer Segments</i>	Potensi jumlah pelanggan atau pembeli tinggi	Tidak ada perbedaan secara spesifik dalam membedakan segmen pelanggan	Kebutuhan daging sapi terus meningkat dikalangan masyarakat	Pelaku usaha sejenis sudah sangat banyak
<i>Value Propositions</i>	Prioritas kualitas sapi yang dihasilkan	Sulitnya menambah produk baru	Dapat dikembangkan dengan baru seperti kompos	Adanya sapi dari peternak lain dengan kualitas yang lebih baik
<i>Channels</i>	Penyedia sapi berkualitas dan menawarkan akses	Terbatasnya SDM sehingga tidak dapat menjangkau konsumen secara luas	Semakin berkembang teknologi internet yang dapat dimanfaatkan peternak	Pesaing melakukan cara yang lebih efisien
<i>Customer Relationships</i>	SDM yang ramah terhadap pelanggan serta memberikan pelayanan terbaik	Kurangnya memahami apa yang diinginkan konsumen	Potensi yang besar untuk menambah jumlah konsumen	Adanya penawaran dan pelayanan yang lebih menarik dari pesaing
<i>Revenue Streams</i>	Pendapatan peternak dari penjualan sapi	Pendapatan yang diterima terbatas karena hanya dari penjualan sapi	Meningkatkan pendapatan dari pengolahan pupuk kompos	Harga jual sapi tidak sesuai yang diinginkan
<i>Key Resources</i>	Pengalaman beternak tergolong tinggi	Kualitas pendidikan tergolong rendah	Meningkatkan pendidikan melalui pelatihan, penyuluhan, atau bergabung dengan kelompok ternak	Semakin tertinggal mengenai teknologi terbaru terkait dengan peternakan sapi
<i>Key Activities</i>	Memberikan perawatan dan pemeliharaan terbaik	Peternak belum memahami pemeliharaan ternak sesuai <i>good farming practice (GFP)</i>	Meningkatkan perawatan dengan memanfaatkan teknologi terbaru yang ada	Peternak gagal mendapatkan kualitas sapi terbaik
<i>Key Partnerships</i>	Penambahan nilai pengembangan modal usaha peternakan sapi	Manajemen usaha ternak sapi Madura tidak sepenuhnya dipegang kendali oleh peternak	Mengembangkan usaha ternak sapi Madura dengan menjalin kerjasama terhadap pelaku usaha lain	Pemutusan kerjasama sepihak oleh mitra
<i>Cost Structure</i>	Memahami biaya tetap dan biaya variabel untuk dilakukan pengelolaan yang efisien	Kurangnya pendapatan yang didapat	Menggunakan sumber daya dan jalinan mitra yang secara optimal	Biaya operasional yang terus meningkat

Dari analisis SWOT terhadap setiap elemen *Business Model Canvas* (BMC), diketahui bahwa setiap elemen BMC memiliki keterkaitan baik itu terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman. Kemudian dilakukan penilaian lebih lanjut terhadap kondisi usaha ternak sapi Madura yang meliputi faktor internal eksternal usaha dan nantinya akan mengetahui alternatif strategi

apa saja yang dapat diterapkan pada usaha ternak sapi Madura tersebut menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui besarnya peranan faktor-faktor internal usaha ternak sapi Madura. Analisis faktor-faktor internal tersebut menggunakan analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*). Matriks IFE digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha ternak sapi Madura di Desa Waru Barat serta juga menggambarkan kondisi internal usaha ditinjau dari segi kelemahan dan kekuatan yang dimiliki. Kelemahan dan kekuatan dihitung berdasarkan rating dan bobot yang diambil dari rata-rata hasil pengisian dari informan. Matriks IFE pada tabel 7 menunjukkan hasil analisis faktor kunci internal yang terdiri dari delapan kekuatan dan enam kelemahan.

Tabel 7
Hasil analisis matriks IFE usaha ternak sapi Madura

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan			
1.	Pengalaman beternak cukup lama	0,031	4	0,125
2.	Kualitas sapi potong	0,048	4	0,192
3.	Budidaya yang mudah	0,057	3	0,171
4.	Sapi bakalan mudah didapat	0,066	3	0,199
5.	Akses untuk mendapatkan pelayanan kesehatan hewan ternak	0,091	4	0,365
6.	Potensi SDA yang ada	0,109	4	0,437
	Kelemahan			
1.	Perkembangan sarana prasarana dalam budidaya beternak	0,102	2	0,205
2.	Terbatasnya modal	0,142	3	0,427
3.	Pendidikan peternak relatif rendah	0,153	3	0,458
4.	Menjadikan usaha ternak sapi sebagai pekerjaan sampingan	0,199	2	0,398
Total		1.0		2,978

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan utama adalah potensi sumber daya alam yang ada dengan perolehan skor 0.437, sedangkan kelemahan utama yaitu pendidikan peternak relatif rendah dengan skor 0.458. Total skor matriks IFE adalah 2.978. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi internal pada posisi sedang atau rata-rata dalam merespon kekuatan dan kelemahan. Selain mengidentifikasi kondisi internal, dilakukan juga identifikasi pada kondisi eksternal usaha ternak sapi Madura.

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) adalah matriks untuk melakukan evaluasi peluang dan ancaman yang dimiliki usaha ternak sapi Madura di Desa Waru Barat. Matriks EFE memberikan gambaran mengenai peluang dan ancaman yang dimiliki oleh usaha ternak sapi Madura. Matriks EFE dihitung berdasarkan bobot dan rating diambil dari rata-rata hasil pengisian dari informan. Matriks EFE pada tabel 8 menunjukkan hasil analisis faktor kunci eksternal yang terdiri dari lima peluang dan tiga ancaman.

Tabel 8
Hasil analisis matriks EFE usaha ternak sapi Madura

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang			
1.	Kebutuhan daging sapi di masyarakat meningkat	0,051	3	0,154
2.	Adanya program bantuan dari Pemerintah terhadap usaha ternak sapi Madura	0,062	2	0,125
3.	Peningkatan pendapatan masyarakat	0,080	2	0,160
4.	Teknologi semakin berkembang	0,105	3	0,316
5.	Kebiasaan masyarakat untuk membeli ternak sapi pada Idul Adha	0,137	3	0,410
	Ancaman			
1.	Program penyuluhan yang kurang optimal	0,159	2	0,318
2.	Masih lemahnya kelembagaan petani ternak	0,187	3	0,562
3.	Masuknya jenis sapi lain dari luar	0,218	2	0,435
Total		1.0		2,481

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis matriks EFE pada Tabel 8 menunjukkan bahwa peluang utama dalam usaha ternak sapi Madura yaitu kebiasaan masyarakat membeli sapi saat Idul Adha dengan perolehan skor sebesar 0,410 sedangkan ancaman yang dimiliki yaitu kelembagaan yang dimiliki oleh peternak sapi dengan skor 0,562. Total skor matriks EFE adalah 2.481. Hal ini mengindikasikan bahwa kondisi eksternal pada posisi sedang atau rata-rata dalam merespon peluang dan ancaman. Setelah diketahui total skor pada matriks IFE dan EFE, maka dilanjutkan dengan analisis matriks IE yang dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9
Analisis matriks IE usaha ternak sapi Madura

	Kuat 4.0	Sedang 3.0	Lemah 2.0	1.0
Tinggi 3.0 - 4.0	I (Grow and Build)	II (Grow and Build)	III (Hold and Maintain)	
Sedang 2.0 - 2.99	IV (Grow and Build)	V (Hold and Maintain)	VI (Harvest or Diverst)	
Rendah 1.0 - 1.99	VII (Hold and Maintain)	VIII (Harvest or Diverst)	IX (Harvest or Diverst)	

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Matriks IE adalah alat analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui posisi strategis yang tepat untuk digunakan dalam suatu usaha. Hasil matriks IE diperoleh dari skor bobot IFE dan EFE. Matriks IE mempunyai tiga implikasi yang berbeda-beda, tergantung dari posisi perusahaan itu sendiri. Berdasarkan hasil analisis matriks IFE pada tabel 7 menunjukkan total skor matriks IFE adalah 2.978, sedangkan hasil analisis matriks EFE pada tabel 8 menunjukkan total skor matriks EFE adalah 2.481. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ternak sapi Madura berada pada posisi sel V (*Hold and Maintain*) yang berarti peternak tetap menjaga dan mempertahankan usahanya dengan merespon kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada. Strategi yang

sering digunakan untuk kondisi ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk (David, 2011). Strategi yang dapat diterapkan sesuai dengan posisi sel V dalam upaya pengembangan usaha ternak sapi Madura yaitu peningkatan praktik dalam pengemukan sapi yang berkualitas dan berorientasi pasar (Santika, Rahayu, & Isti Khomah, 2021). Setelah diketahui posisi sel usaha ternak sapi Madura, langkah selanjutnya dilakukan analisis dengan matriks SWOT guna untuk mendapatkan alternatif strategi yang dapat diterapkan pada usaha ternak sapi Madura di Desa Waru Barat dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10
Matriks SWOT Pengembangan Usaha Sapi Madura di Desa Waru Barat

Internal Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman beternak cukup lama 2. Kualitas sapi potong 3. Budidaya yang mudah 4. Sapi bakalan mudah didapat 5. Akses untuk mendapatkan pelayanan kesehatan hewan ternak 6. Potensi SDA yang ada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan ternak sapi madura relatif sedikit 2. Terbatasnya modal 3. Pendidikan peternak relatif rendah 4. Menjadikan usaha ternak sapi sebagai pekerjaan sampingan
Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan daging sapi di masyarakat meningkat 2. Adanya dukungan pemerintah terhadap usaha ternak sapi Madura 3. Peningkatan pendapatan masyarakat 4. Teknologi semakin berkembang 5. Kebiasaan masyarakat untuk membeli ternak sapi pada Idul Adha 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan mengenai teknologi apa saja yang dapat digunakan dalam budidaya ternak sapi Madura 2. Meningkatkan kualitas SDM peternak untuk meningkatkan kualitas hasil ternak 3. Meningkatkan produktivitas dengan pemanfaatan sumber daya yang tersedia, teknologi, dan dengan bantuan pemerintah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemberian pelatihan manajemen ternak 2. Meningkatkan jumlah kepemilikan ternak melalui Inseminasi Buatan (IB) 3. Fasilitas permodalan bagi peternak 4. Penyuluhan terkait teknologi pengolahan pakan dan limbah ternak
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Program penyuluhan yang kurang optimal 2. Masih lemahnya kelembagaan petani ternak 3. Masuknya jenis sapi lain dari luar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penyuluhan sekaligus pendampingan partisipatif 2. Memperkuat kelembagaan petan melalui kegiatan sosial budaya (pengajian, gotong royong) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki manajemen usaha ternak dan menguatkan kelembagaan petan ternak 2. Melakukan kerja sama dengan lembaga lain untuk pengembangan ternak

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk memberikan alternatif strategi yang baik bagi suatu usaha ataupun perusahaan. Penyusunan alternatif strategi dilakukan setelah melakukan identifikasi dan analisis faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman. Matriks SWOT memiliki empat alternatif strategi yang merupakan kombinasi antara faktor internal dengan faktor eksternal yaitu Strategi SO (*Strength-Opportunity*), Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), Strategi ST (*Strength-Threat*), dan Strategi WT (*Weakness-Threat*).

Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

Strategi SO atau strategi kekuatan-peluang adalah strategi yang memanfaatkan atau mengkombinasikan faktor internal berupa kekuatan dengan faktor eksternal berupa peluang. Alternatif strategi SO yang dapat diusulkan yaitu pengenalan teknologi usaha ternak sapi kepada oara peternak, kualitas SDM lebih ditingkatkan lagi agar ternak yang dihasilkan berkualitas serta meningkatkan produktivitas melalui pemanfaatan sumberdaya yang tersedia, teknologi serta peran pemerintah beruoa bantuan baik finansial ataupun saprodi ternak lainnya.

Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Alternatif strategi yang diusulkan yaitu perlu adanya pelatihan manajemen ternak, meningkatkan jumlah kepemilikan ternak melalui Inseminasi Buatan (IB), Fasilitas permodalan bagi peternak, dan Penyuluhan terkait teknologi pengolahan pakan dan limbah ternak.

Strategi ST (*Strenght-Threat*)

Strategi ST atau strategi kekuatan-ancaman afalah strategi yang memanfaatkan kekuatan internal secara optimal dengan tujuan untuk menghindari ancaman yang ada. Alternatif strategi ST yang dapat dirumuskan adalah Melakukan penyuluhan sekaligus pendampingan partisipatif, dan Menguatkan kelembagaan petani melalui kegiatan sosial budaya (pengajian, gotong royong).

Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi WT atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan serta untuk menghindari ancaman yang ada. Alternatif strategi yang dapat dirumuskan adalah Memperbaiki manajemen usaha ternak dan menguatkan kelembagaan petani ternak, dan Melakukan kerja sama dengan lembaga lain untuk pengembangan ternak.

Setelah mengetahui alternatif strategi dari hasil matriks SWOT, selanjutnya dilakukan suatu rumusan perbaikan *Business Model Canvas* (BMC) yang dapat diterapkan pada usaha ternak sapi Madura di Desa Waru Barat.

Perbaikan *Business Model Canvas* (BMC) Usaha Ternak Sapi Madura

BMC diidentifikasi berdasarkan kondisi usaha ternak sapi Madura. Identifikasi ini perlu dilakukan untuk mengetahui kondisi dari setiap elemen bisnis. Hasil dari pemetaan BMC usaha ternak sapi Madura yang sedang dijalankan saat ini dan hasil perhitungan matriks IFE dan EFE serta matriks SWOT menjadi dasar rujukan dalam merumuskan perbaikan BMC terhadap sembilan elemen dalam upaya meningkatkan daya saing usaha ternak sapi Madura dapat dilihat pada tabel 11 berikut.

Tabel 11
Perbaikan Model Bisnis Kanvas Pada Usaha Budidaya Sapi Madura di Desa Waru Barat

Key Partners - Peternak sapi - Blantik - Dinas Peternakan - Kelompok ternak - Pemerintah	Key Activities - Pemilihan sapi bakalan - Perawatan penggemukan - Penjualan - Pengecekan kesehatan hewan ternak secara rutin	Value Proposition - Sapi kondisi sehat - Berkualitas - Harga sesuai - Kompos	Customer Relationship - Layanan personal - Potongan harga	Customer Segmen - Konsumen lokal - Masyarakat umum - Penyedia Hewan qurban
	Key Resources - SDM - Lahan pakan ternak - Kandang ternak - Mesin pencacah pakan - Lembaga permodalan		Channels - Pasar hewan - Kunjungan konsumen - Penjualan khusus hari raya	
Cost Structure - Biaya Tetap = Kandang, Transportasi, Alat Peternakan - Biaya Variabel = Pakan, Obat-Obatan, Vitamin, Tenaga Kerja, Konsentrat		Revenue Streams - Hasil penjualan sapi - Penjualan kompos		

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

***Bold** = rumusan perbaikan model bisnis

Customer segments

Perbaikan pada elemen *customer segments* dalam upaya pengembangan usaha ialah dengan melakukan jangkauan lebih luas lagi terkait jatingan pasar misalnya penyedia hewan qurban, yang mana pada saat mendekati hari raya idul adha banyak sekali masyarakat khususnya panitia-panitia penyembelihan hewan qurban yang mencari sapi Madura untuk menyediakan hewan qurban bagi masyarakat sekitar.

Value proposition

Model bisnis perbaikan yang disarankan pada elemen *value propositions* adalah nilai yang diberikan sebuah perusahaan kepada pelanggannya. Usaha budidaya sapi Madura yang ada di Desa Waru Barat memberikan suatu nilai yang menjamin hasil hewan ternaknya yang mana sangat tepat untuk dipilih para pelanggan/konsumen antara lain sapi kondisi sehat, berkualitas unggulan, dan dengan harga yang sesuai dengan kualitas sapi tersebut. Selain itu untuk pengembangannya peternak dapat memanfaatkan kotoran hewan untuk dijadikan produk baru seperti kompos yang nantinya dapat dijual dan mendapatkan pendapatan lebih bagi peternak.

Channels

Perbaikan pada elemen *channels* yaitu perlu memperluas saluran pemasaran yang mana dapat melakukan penjualan khusus hari raya idul adha, yang tentunya banyak sekali kebutuhan masyarakat mencari sapi untuk dijadikan hewan qurban, dan disaat itulah para peternak bisa memanfaatkan momen untuk berinteraksi dengan konsumen dengan tujuan menjual/menawarkan hewan ternaknya, dikarenakan harga sapi pada saat hari raya idul adha mengalami kenaikan sehingga peternak dapat keuntungan yang lebih daripada saat penjualan hari-hari biasa.

Customer relationship

Rekomendasi perbaikan pada elemen *customer relationship* yaitu para peternak perlu memberikan potongan harga kepada konsumen yang sering/menjadi langganan membeli hewan ternaknya. Dengan adanya pelayanan seperti itu, diharapkan agar mempermudah peternak untuk menjual hasil hewan ternaknya.

Revenue Stream

Peningkatan sumber pendapatan dalam upaya perbaikan pada elemen *revenue stream* yaitu dengan memanfaatkan kotoran hewan ternak untuk dijadikan kompos yang nantinya dapat dijual ke petani yang membutuhkan, sehingga peternak mendapatkan penghasilan tambahan tidak hanya dari penjualan hewan ternaknya serta dapat mempertahankan pelanggan dan meningkatkan permintaan.

Key resources

Beberapa rekomendasi perbaikan pada elemen *key resources* berdasarkan perkembangan usaha budidaya sapi Madura di Desa Waru Barat, maka diperlukan sumber daya berupa sebuah lembaga permodalan yang nantinya dapat mendukung peternak khususnya dalam hal modal usaha ternaknya dan diperlukan beberapa teknologi baru yang dapat dimanfaatkan oleh peternak. Seperti teknologi mesin pencacah pakan akan sangat berarti bagi peternak dalam pengembangan usaha budidaya sapi Madura kedepannya.

Key Activities

Perbaikan pada elemen *key activities* meliputi pengecekan kesehatan hewan ternak secara berkala, hal itu sangat bermanfaat bagi peternak untuk mengetahui apakah hewan ternaknya dalam kondisi sehat ataupun terjangkit penyakit sehingga diperlukan perawatan tambahan.

Key Partnership

Pada elemen *key partnership* memiliki beberapa rekomendasi perbaikan dengan melakukan kerjasama/bergabung dengan kelompok ternak dan juga Pemerintah, yang mana nantinya sangat membantu peternak ketika adanya bantuan seperti berupa obat-obatan ternak atau bahkan bantuan hewan ternak. Disitulah peran Pemerintah sebagai fasilitator dan juga kelompok ternak sebagai penyalur bantuan yang ada.

Cost Structure

Untuk elemen *cost structure* dalam upaya pengembangan usaha ternak sapi Madura, peternak perlu menambah biaya pakan yakni pembelian konsentrat, yang mana konsentrat sangat penting percepatan pertumbuhan/penggemukan sapi tersebut.

PENUTUP

Peternak sapi Madura di Desa Waru Barat memiliki usia rata-rata yang produktif dengan tingkat pendidikan sekolah dasar, serta memiliki pengalaman beternak sapi Madura yang lama. Berdasarkan model bisnis yang dijalankan, peternak budidaya sapi Madura di Desa Waru Barat perlu menambah strategi untuk pengembangan usaha kedepannya. Pada *Customer Segments* perlu dilakukan pengembangan jangkauan jaringan pasar yang lebih luas lagi seperti masyarakat umum, dapat memanfaatkan kotoran hewan untuk dijadikan kompos agar mendapatkan pendapatan lebih bagi peternak pada *Value Proposition*, pada *Channels* peternak perlu memperluas saluran pemasaran yang mana dapat melakukan penjualan khusus hari raya idul adha, pada *Customer Relationship* peternak dapat memberikan potongan harga kepada konsumen yang sering/menjadi langganan membeli hewan ternaknya, pada *Revenue Stream* sesuai dengan elemen pengembangan pada elemen *Value Proposition* yang memanfaatkan kotoran hewan ternak untuk dijadikan kompos dan nantinya peternak mendapatkan pemasukan tambahan, teknologi berupa mesin pencacah pakan dan lembaga permodalan akan sangat membantu dalam rencana pengembangan usaha budidaya sapi Madura pada elemen *Key resources*, *Key activities* pada rencana pengembangan mengenai pengecekan kesehatan hewan ternak secara berkala, dalam pengembangan elemen *Key Partnership* dengan melakukan kerjasama dengan pihak Pemerintah dan juga ikut tergabung dalam kelompok ternak, sedangkan pada elemen *Cost Structure* pengembangan dengan cara menambah biaya pada pembelian konsentrat untuk membantu pertumbuhan hewan ternak secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdel-Basset, M., Mohamed, M., & Smarandache, F. (2018). An extension of neutrosophic AHP-SWOT analysis for strategic planning and decision-making. *Symmetry*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/sym10040116>
- Anari, O. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Kabupaten Manokwari, Papua Barat*.
- Ariningsih, E. (2014). Kinerja Kebijakan Swasembada Daging Sapi Nasional. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 32(2), 137. <https://doi.org/10.21082/fae.v32n2.2014.137-156>
- Badan Pusat Statistika. (2020). *Populasi Ternak Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Ternak di Provinsi Jawa Timur (ekor), 2019 dan 2020*.
- Badan Pusat Statistika. (2021). *Populasi sapi potong menurut provinsi (Ekor), 2019-2021*.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep* (12th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Far-far, R. A. (2011). Hubungan komunikasi interpersonal dengan perilaku petani dalam Kabupaten Seram Bagian Barat. *Jurnal Budidaya Pertanian*, 7(2), 100-106.
- Fitriadi, B., Soekarto, & Sunarti. (2013). Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 1-11.
- Gurel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis : A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 10(51).

- Halim, S. (2017). *Pengaruh Karakteristik Peternak Terhadap Motivasi Beternak Sapi Potong Di Kelurahan Bangkala Kecamatan Maiwa* (Vol. 549).
- Hasan, F. (2020). *Metode Riset Bisnis*. Bangkalan: UTM PRESS.
- Hidayah, N., Arditha, C. A., & Lestari, F. B. (2019). Pengaruh Karakteristik Peternak Terhadap Adopsi Teknologi Pemeliharaan Pada Peternak Kambing Peranakan Ettawa Di Desa Hargotirto Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 19.
- Iman, T., Hadiwijaya, P. R., Achmad, F., & Linda, H. (2021). *Strategi Pengembangan Business Model Canvas Pada Program Sapi Kerbau Komoditas Andalan Negeri (SIKOMANDAN)*. 7(2), 1488–1501.
- Juliansyah, E. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3(2), 19–37.
- Kementerian Ketenagakerjaan. (2021). *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia*.
- Kisroh Sunyigono, A., Suprapti, I., & Arifiyanti, N. (2020). Economic Performance of Madura Beef Cattle Industry in Sapudi Islan. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 518(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/518/1/012064>
- Maharani, D. P. (2014). *Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)*. (2), 412–421.
- Musdar, M. A. (2017). *Strategi Pengembangan Sapi Potong di Desa Pangalloang kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Nurgartiningasih, V. M. A. (2011). Peta Potensi Genetik Sapi Madura Murni di Empat Kabupaten di Madura. *Journal of Tropical Animal Production*, 12(2), 25–34.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2012). *Business Model Generation*.
- Putra, P. P. (2011). *Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong Di Kabupaten Sukoharjo*. Retrieved from <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/19655/Strategi-Pengembangan-Usaha-Ternak-Sapi-Potong-Di-Kabupaten-Sukoharjo>
- Rahmawati, S. A., Harijani, N., & Lamid, M. (2015). Analisis Pendapatan Peternak Sapi Madura Dan Sapi Madrasin Di Desa Taman Sareh Kecamatan Sampang. *AGROVETEINER*, 3(2).
- Rainaldo, M., Wibawa, B. M., & Rahmawati, Y. (2017). Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2), 2–6. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.25277>
- Rusnan, H., Kaunang, C. L., & Tulung, Y. L. R. (2015). Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Sapi Potong Dengan Pola Integrasi Kelapa-Sapi Di Kabupaten Halmahera Selatan Provinsi Maluku Utara. *Zootec*, 35(2), 187. <https://doi.org/10.35792/zot.35.2.2015.7433>
- Santika, V. A., Rahayu, W., & Isti Khomah. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong di Kelompok Tani Ternak Andini Lestari Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar. *AGRISTA*, 9(1), 136–144.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Wrigley, C., Bucolo, S., & Straker, K. (2016). Designing new business models: blue sky thinking and testing. *Journal of Business Strategy*, 37(5), 22–31. <https://doi.org/10.1108/JBS-04-2015-0041>
- Zali, M., Fanani, Z., Ihsan, M. N., & Nugroho, B. A. (2019). Strategy Sonok Culture in Efforts to Purify Madura Cattle (case study in Waru Barat village , Pamekasan district). *Jurnal Sains Peternakan*, 7(2), 102–121.