AGRISCIENCE
Volume 6, Nomor 1, 2025, pp 96-110
https://doi.org/10.21107/agriscience.v6i1.21291

ISSN: 2301-9948
e-ISSN: 2407-6260

Model bisnis usaha penggemukan sapi BUMDES Melati Desa Daramista, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep

Dzaki Anwar Karim, *Mokh Rum

ABSTRAK

Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati merupakan unit usaha yang bergerak dalam bidang penggemukan sapi limousin yang berada di Desa Daramista, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep. Akan tetapi hingga saat ini masih belum dapat berkontribusi terhadap PADes. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model bisnis yang digunakan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati saat ini. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan pendekatan business model canvas. Hasil penelitian menunjukkan model bisnis yang diterapkan saat ini telah dapat menghasilkan keuntungan. Akan tetapi keuntungan yang diperoleh masih belum optimal, sehingga perlu melakukan penyesuaian terhadap model bisnis yang digunakan. Alternatif yang dapat dilakukan sebagai upaya mencapai tingkat profitabilitas yang diharapkan seperti dengan memanfaatkan limbah padat dan cair untuk diolah menjadi pupuk sehingga dapat menjadi sumber pendapatan baru pada revenue stream. Melakukan kerjasama dengan lembaga permodalan pada key resources. Selain itu, pada cost structure dapat melakukan pencatatan keuangan secara rutin serta melakukan pemangkasan biaya.

Kata kunci: BUMDes, Business Model Canvas, Penggemukan, Sapi Potong.

Business model of cattle fattening in BUMDES Melati Daramista Village, Lenteng District, Sumenep Regency

ABSTRACT

BUMDes Melati cattle fattening is a business unit engaged in fattening limousine cattle in Daramista Village, Lenteng District, Sumenep Regency. But, they still can't contribute to PADes until now. The purpose of this study is to identify BUMDes Melati cattle fattening model business. Data were analyzed descriptively qualitatively with a business model canvas approach. The results of the study show that the current business model has been able to generate profits. But, profits are still not optimal, so it's important to make adjustments to the business model used. Alternatives that can be done to achieve the expected level of profitability like processing solid and liquid waste to be fertilizer, so that it can become a new source of

1 Agribusiness Study Program, Trunojoyo Madura University, Bangkalan, Indonesia

* Corresponding author
E-mail addres: rum@trunojoyo.ac.id (Mokh Rum)

Article History
Submit : 21/07/2023
Accepted : 20/04/2025
Publish : 30/04/2025

© 2025 Author

income in the revenue stream. Make agreements with capital institutions on key resources. In addition, start keeping regular financial records and cutting costs on the cost structure

Keywords: *Beef Cattle, BUMDes, Business Model Canvas, Fattening.*

PENDAHULUAN

Pembangunan desa menjadi suatu hal yang harus diupayakan supaya tercipta peningkatan terhadap kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat desa. Pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) menjadi salah satu upaya yang diharapkan dapat memicu percepatan pertumbuhan perekonomian masyarakat desa. Selain menjadi lembaga penyedia layanan sosial, BUMDes juga menjadi lembaga komersial atau *profit oriented* dengan melakukan penawaran ke pasar terhadap sumber daya yang dimiliki baik berupa produk maupun jasa. Pembentukan BUMDes juga merupakan bentuk implementasi dari UU No. 6 Tahun 2014. Pengelolaan BUMDes dilakukan melalui kerjasama antara pemerintah desa dengan melibatkan secara langsung masyarakat setempat dan diharapkan dapat memberdayakan masyarakat sekaligus mendorong perekonomian desa tersebut (Pradesyah & Albara, 2018)

Kabupaten Sumenep adalah satu dari beberapa wilayah di Pulau Madura yang berupaya memperkuat pengembangan ekonomi desa melalui BUMDes. Tercatat jumlah BUMDes di wilayah Kabupaten Sumenep tiap tahunnya mengalami kenaikan. Berdasarkan Dinas Kominfo (2022) pada rentang tahun 2020 hingga 2021 tercatat BUMDes yang terbentuk di Kabupaten Sumenep meningkat 4%, dari yang tercatat pada 2020 sejumlah 298 meningkat menjadi 310 pada tahun 2021. Angka tersebut merupakan jumlah BUMDes yang terbentuk dari total 334 desa yang ada di Kabupaten Sumenep. Selain itu, pada tahun 2021 juga tercatat BUMDes aktif sebanyak 125 dan sebanyak 209 BUMDes mendapat pembinaan.

BUMDes Melati merupakan suatu badan usaha yang berlokasi di Desa Daramista, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep. Terbentuk dari tahun 2019 dan aktif menjalankan usahanya hingga saat ini. BUMDes Melati hanya memiliki satu unit usaha yang bergerak di sektor peternakan yaitu usaha penggemukan sapi. Unit usaha ini melakukan usaha penggemukan pada jenis sapi limousin. Sebagian besar pembeli sapi limousin unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati berasal dari Kabupaten Sumenep. Serangkaian kegiatan usaha yang dijalankan oleh BUMDes Melati diharapkan dapat menghasilkan keuntungan sebanyak-banyaknya sehingga dapat turut andil menjadi sumber Pendapatan Asli Desa (PADes) Daramista.

Akan tetapi, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati selama beroperasi belum pernah sekalipun memberikan kontribusinya terhadap PADes. Data yang diperoleh dari Pemerintah Desa Daramista menunjukkan pada rentang waktu 3 tahun terakhir PADes hanya bersumber dari tanah kas desa. Berdasarkan kondisi tersebut, BUMDes Melati dapat melakukan evaluasi terhadap model bisnisnya agar kegiatan usahanya dapat berjalan lebih terstruktur dan efisien sehingga mampu mencapai profitabilitas yang diharapkan. Menurut Maftahah et al. (2022), *business model canvas* dapat digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi sebuah model bisnis. Selain model bisnis, *business model canvas* juga dapat mengidentifikasi serta menggambarkan kondisi perusahaan secara menyeluruh (Fitriani et al., 2020). Berdasarkan latar permasalahan yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi model bisnis yang diterapkan oleh unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati saat ini melalui pendekatan *business model canvas*.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) model bisnis adalah suatu alat yang dapat memberi gambaran tentang cara perusahaan dalam menciptakan dan memberikan *value*

© 2025 Author

tersebut kepada konsumen. Model bisnis juga dapat dikatakan sebagai gambaran keterkaitan antara sumber daya dan keunggulan atau kekuatan serta rangkaian aktivitas yang dijalankan perusahaan terkait untuk menghasilkan laba. Menurut Dinata et al. (2019), lingkungan model bisnis adalah cara perusahaan atau organisasi dalam memahami lingkungan internal untuk membantu model bisnis yang digunakan dapat lebih efektif dan efisien yang mampu menggeser kekuatan yang terdapat pada lingkungan eksternal perusahan. Menurut Munna (2021), tujuan utama model bisnis adalah untuk menciptakan rantai yang berkelanjutan dan membuka nilai bagi pelaku pasar. Manfaat penggunaan model bisnis menurut Hendarsih (2021) yaitu (1) memudahkan perencanaan dan pengambilan keputusan di perusahaan, (2) memvalidasi konsistensi hubungan antar semua komponen, (3) dapat digunakan untuk menguji pasar dan anggapan dalam mengembangkan bisnis, (4) dapat digunakan untuk menunjukkan suatu perubahan yang akan dilakukan dan konsekuensi yang akan dihadapi.

Business model canvas merupakan suatu alat analisis yang dirancang untuk membangun dan menggali sebuah ide bisnis yang digambarkan dalam satu halaman terdiri dari sembilan kotak yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang (Siregar et al., 2020). Penggunaan *business model canvas* memberikan gambaran dasar pemikiran tentang bagaimana menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif (Osterwalder & Pigneur, 2010). Menurut Fitriani et al., (2020) *business model canvas* memiliki sembilan elemen yaitu (1) *Customer Segments,* merupakan sekumpulan orang atau konsumen yang ingin dijangkau. (2) *Value Proposition,* suatu nilai yang menjadi keunggulan dari produk yang akan dipasarkan. (3) *Channels,* merupakan saluran yang digunakan untuk menyampaikan produk kepada konsumen. (4) *Customer Relationship,* yaitu tipe hubungan pelaku usaha dengan konsumen sebagai strategi pemasaran. (5) *Revenue Stream,* merupakan aliran kas atau sumber pendapatan dalam suatu usaha. (6) *Key Resources,* sumberdaya atau aset yang dimiliki. (7) *Key Activities,* yaitu aktivitas yang dilakukan dengan tujuan mencapai target perusahaan. (8) *Key Partnership,* jaringan mitra atau usaha. (9) *Cost Structure,* semua biaya yang terjadi dalam kegiatan usaha.

Kajian Saputron & Tamami (2022) tentang strategi pengembangan sapi madura berbasis *business model canvas* menunjukkan perlunya strategi tambahan seperti segmen pelanggan melalui jaringan pasar yang menjangkau wilayah yang lebih luas. Proporsi nilai melalui pembuatan pupuk kompos, saluran distribusi khusus untuk Idul Adha, diskon terkait hubungan pelanggan, aliran pendapatan untuk penjualan kompos, teknologi dalam bentuk pabrik pakan untuk sumber daya utama. Pada aktivitas kunci melakukan pemantauan ternak secara teratur, dari kemitraan utama dalam kolaborasi dengan pemerintah dan bergabung dengan kelompok ternak sementara dalam struktur biaya pengadaan konsentrasi

Penelitian Fathurohman (2020) menggunakan *business model canvas* untuk mengidentifikasi model bisnis dan menetapkan strategi pengembangan untuk agribisnis sapi potong dalam sistem usahatani tebu di Provinsi Jawa Barat, hasil penelitian menemukan *customer segments* memiliki peluang yang tinggi sedangkan *value propositions* memiliki ancaman yang tinggi. Oleh karena itu disarankan bagi kelompok ternak agar melakukan pengembangan melalui penambahan *customer segments* dari DKM masjid, rumah makan, dan perusahaan besar. Membuka kios dan usaha olahan daging, melakukan konsinyasi, membuat website, serta melakukan kerjasama dengan *freelance web developer* dan perguruan tinggi.

Penelitian yang dilakukan Maulidian et al. (2019) bertujuan memetakan model bisnis susu sapi perah PPSP-SP, Pancoran, Jakarta Selatan dengan pendekatan *business model canvas.* Penelitian ini menemukan bahwa bisnis susu sapi tidak memiliki *customer segments*, produk susu segar belum memiliki *value propositions* yang unik dan berbeda dengan peternakan lain. *Customer relationship* menggunakan pendekatan diskon dan pemberian produk gratis, *channels* yang diandalkan melalui loper susu, *key resources* terdiri dari sumber

© 2025 Author

daya finansial, sumber daya manusia, serta fisik. *Key activities* yang dilakukan adalah perawatan hingga penjualan susu sapi perah, *key partnerships* adalah pemasok pakan serta kerjasama dengan koperasi dan Dinas Peternakan, *cost structure* masih sederhana dan manual dan *revenue streams* terdiri dari penjualan sapi perah dan sapi potong.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di BUMDes Melati yang terletak di Desa Daramista, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep pada bulan September hingga November 2022. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja. Pertimbangan pemilihan lokasi adalah karena BUMDes Melati merupakan satu dari sekian banyak BUMDes di wilayah Kabupaten Sumenep yang sampai saat ini masih aktif, selain itu BUMDes Melati juga belum mampu berkontribusi terhadap PADes sehingga perlu untuk segera dicari solusinya.

Jenis penelitian merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Ananda & Susilowati (2019), penelitian deskriptif kualitatif memberi gambaran mengenai suatu fenomena tertentu secara mendalam. Metode tersebut digunakan untuk membantu mengumpulkan informasi terkait model bisnis yang digunakan oleh unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati dan mendeskripsikannya secara detail melalui pendekatan *business model canvas*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan.

Pengambilan sampel responden menggunakan metode *purposive* atau dilakukan dengan sengaja. Responden pada penelitian ini merupakan *key informan* atau informan kunci dan juga *supporting informants* atau informan pendukung. Mereka merupakan tokoh atau seseorang yang memiliki pengetahuan dan informasi tentang BUMDes serta mengetahui kondisi BUMDes Melati khususnya pada unit usahanya untuk memenuhi kebutuhan informasi yang akan digunakan (Sugiyono, 2013). Responden pada penelitian ini berjumlah 3 orang meliputi Ketua BUMDes Melati sebagai informan kunci, Penanggung Jawab Lapangan dan konsumen sebagai informan pendukung.

Gambar 1
Template Business Model Canvas

<table>
<tr><td rowspan="2">Key Partners</td><td>Key Activities</td><td rowspan="2">Value Propositions</td><td>Customer Relationships</td><td rowspan="2">Customer Segments</td></tr>
<tr><td>Key Resources</td><td>Channels</td></tr>
<tr><td colspan="3">Cost Structure</td><td colspan="2">Revenue Streams</td></tr>
</table>

Sumber: Osterwalder & Pigneur, 2010

Penelitian ini menggunakan metode analisis *business model canvas*. Tujuan menggunakan pendekatan *business model canvas* adalah agar dapat mengetahui dan

© 2025 Author

menggambarkan kondisi model bisnis dari unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati. Tahapan penelitian ini dimulai dengan melakukan observasi pada unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati. Dilanjutkan dengan melakukan wawancara yang mendalam kepada responden yang telah ditentukan. Wawancara dilakukan untuk mengetahui dan mendapatkan data atau informasi yang berguna dalam penyusunan *business model canvas*. Setelah data terkumpul, tahapan selanjutnya adalah menyusun sembilan elemen *business model canvas* yang digunakan oleh unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi *Business Model Canvas* Saat Ini

Hasil identifikasi dilakukan dengan pengumpulan dan pemetaan model bisnis unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati melalui sembilan elemen *business model canvas* yang diterapkan pada unit usaha tersebut. Pemetaan terhadap sembilan elemen *business model canvas* dilakukan berdasarkan data yang telah diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara.

Gambar 2
***Business Model Canvas* Unit Usaha Penggemukan Sapi BUMDes Melati**

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Key Partners
1. Penyedia bakalan
2. Petani
3. Pabrik tahu
4. Penggilingan padi
5. Toko pertanian
6. Mantri
7. Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian</td>
<td>Key Activities
1. Pengadaan sapi
2. Pemberian pakan
3. Pemeliharaan
4. Penjualan</td>
<td rowspan="2">Value Propositions
1. Sapi kondisi sehat
2. Kemudahan akses
3. Sistem refund
4. Fasilitas gratis biaya pengiriman</td>
<td>Customer Relationships
1. Self service
2. Personal assistant
3. Discount</td>
<td rowspan="2">Customer Segments
1.Masyarakat umum
2.Peternak lain
3.Rumah potong hewan</td>
</tr>
<tr>
<td>Key Resources
1.Tenaga kerja
2.Kandang dan peralatan penunjang
3.Modal</td>
<td>Channels
1. Penjualan langsung di kandang
2. Platform social media</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Cost Structure
1. Fixed cost (peralatan penunjang)
2. Variable cost (pembelian sapi, pakan, gaji tenaga kerja, transport, dan tagihan listrik)</td>
<td colspan="2">Revenue Streams
1.Penjualan sapi limousin</td>
</tr>
</table>

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil identifikasi yang telah dilakukan, dapat diketahui model bisnis yang sedang dijalankan pada unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati saat ini yakni :

Customer Segments

Customer segments atau segmen pelanggan menggambarkan kumpulan orang atau organisasi yang ingin dijangkau perusahaan. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), pelanggan adalah kunci terpenting untuk menghasilkan keuntungan, tanpa pelanggan suatu

© 2025 Author

perusahaan tidak dapat bertahan lama dalam bisnis yang telah dibangunnya. Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melat terdapat dua jenis konsumen yaitu konsumen akhir dan konsumen antara. Menurut UU No. 8 Tahun 1999 konsumen akhir merupakan konsumen yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri dan tidak dijual kembali, sedangkan konsumen antara merupakan konsumen yang membeli produk untuk dijual kembali atau menggunakan produk tersebut sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Konsumen akhir unit usaha penggemukan sapi limousin BUMDes Melati merupakan masyarakat umum yang membeli sapi limousin untuk keperluan suatu acara atau perayaan hari besar. Diperkuat oleh penelitian Chang et al. (2020) yang menyebutkan bahwa masyarakat Indonesia secara umum mengkonsumsi daging sapi hanya pada acara khusus seperti lebaran, qurban, maulid, natal, tahun baru, dan pernikahan. Sementara itu, konsumen antara sapi limousin unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati terdiri dari rumah potong hewan dan peternak lain. Berdasarkan informasi yang diberikan oleh responden, penjualan sapi limousin pada periode terakhir penggemukan tahun 2022 seluruhnya dibeli oleh rumah potong hewan. Secara umum penjualan sapi limousin BUMDes Melati untuk keperluan perayaan hari besar atau penjualan kepada konsumen akhir pada tahun 2022 turun drastis yang disebabkan oleh wabah virus penyakit mulut dan kuku atau PMK. Berdasarkan dua jenis konsumen sapi limousin BUMDes Melati, tidak terdapat segmentasi konsumen berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Selain itu, tingkat ekonomi pelanggan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati adalah menengah ke atas. Jika melihat asal daerah, pelanggan yang dijangkau unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati berasal dari Kabupaten Sumenep. Pemasaran yang dilakukan untuk saat ini hanya dapat menjangkau pelanggan di pasar lokal, belum dapat keluar di pasar luar daerah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Saputro & Tamami (2022) dimana pemasaran sapi madura yang dilakukan oleh peternak dari Desa Waru Barat tidak hanya terbatas pada pasar lokal Kabupaten Pamekasan, tetapi juga telah menjangkau pasar luar daerah Kabupaten Pamekasan.

Value Propositions

V*alue propositions* merupakan nilai yang coba perusahaan berikan kepada segmen pelanggan. *Value* yang coba diberikan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati kepada segmen pelanggannya yaitu sapi kondisi sehat, kemudahan akses, sistem *refund* dan fasilitas gratis biaya pengiriman. Sapi limousin yang dijual unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati dalam kondisi sehat. Untuk menunjang kesehatan sapi, BUMDes Melati memberikan pakan secara teratur. Kebersihan kandang dan sapi juga menjadi perhatian unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati agar ternak mereka terbebas dari penularan penyakit. Kandang dan sapi masing-masing dibersihkan dua kali dalam sehari. Selain itu, seluruh sapi limousin unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati telah melewati proses vaksinasi virus PMK. Menurut *good farming practice* Permentan Nomor 46 Tahun 2015, vaksinasi merupakan tindakan preventif yang dapat dilakukan untuk mencegah penularan penyakit pada sapi. Selain vaksinasi, pemberian obat-obatan dan jamu juga dilakukan unit untuk menunjang kesehatan sapi. Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati juga menggunakan jasa mantri untuk mengontrol kesehatan sapi mereka.

Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati memiliki akses yang relatif mudah dijangkau oleh pelanggan. Secara geografis lokasi kandang relatif strategis karena dekat dengan jalan antar kecamatan. Aspek geografi tersebut tentunya menjadi bahan pertimbangan untuk para calon pelanggan dan konsumen sapi limousin di sekitar Desa Daramista dan Kecamatan Lenteng. Sejalan dengan penelitian Fataqi (2022) yang menyimpulkan bahwa lokasi Pokdakan Sumber Rejeki cukup strategis karena berada pada jalan antar kecamatan dan kabupaten di sekitarnya. Selain itu, pembeli online juga dapat merasakan kemudahan dalam pembelian sapi limousin unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati. Hal tersebut

© 2025 Author

dibuktikan melalui pemanfaatan media sosial berupa *WhatsApp* dan *Instagram* sebagai sarana komunikasi mulai dari pembelian hingga dalam hal komplain terhadap produk. Menurut Yashinta (2017), pemesanan *online* melalui website Limakilo.id relatif mudah dan dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan konsumen.

Aspek *risk reduction* atau untuk mengurangi kemungkinan risiko yang terjadi pada pelanggan, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati memberlakukan sistem *refund*. Menurut Fataqi (2022), *risk reduction* bertujuan untuk menjaga loyalitas dan kepuasan konsumen terhadap produk. Sistem *refund* atau pengembalian dana kepada pelanggan dapat dilakukan dengan syarat jika sapi limousin yang diterima oleh pelanggan dalam keadaan tidak sehat atau cacat. Pelanggan dapat menghubungi pihak BUMDes Melati untuk mengajukan *refund* jika syarat dan ketentuan telah terpenuhi. Sementara itu pada penelitian Yashinta (2017) menjelaskan bahwa *risk reduction* yang diterapkan oleh PT. Limakilo Maju Bersama Petani adalah melalui penggantian produk jika produk yang dibeli mengalami kerusakan paling tidak sebesar 30 persen dari kondisi ideal.

Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati juga menyediakan fasilitas gratis biaya pengiriman. Fasilitas tersebut merupakan salah satu bentuk implementasi dari *cost reduction* atau cara unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati untuk mengurangi biaya yang harus dikeluarkan konsumen ketika melakukan pembelian. Fasilitas gratis biaya pengiriman untuk saat ini hanya mencakup wilayah Kabupaten Sumenep, sedangkan untuk biaya pengiriman di luar wilayah tersebut akan ditanggung konsumen sesuai dengan biaya yang telah disepakati. Sementara pada penelitian Yashinta (2017), konsumen akan mendapatkan fasilitas gratis biaya pengiriman jika melakukan pemesanan dengan nominal sebesar Rp1.000.000.

Channels

Channels menggambarkan cara perusahaan berkomunikasi dan menyalurkan *value propositions* mereka kepada pelanggannya, baik melalui saluran pemasaran, komunikasi, penjualan, dan distribusi (Osterwalder & Pigneur, 2010). Saluran penjualan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Penjualan langsung dilakukan melalui kandang tempat produksi. Menurut Reis and Goncalves (2020), penjualan langsung dapat membuat pelayanan kepada konsumen lebih optimal dan berkelanjutan. Sementara itu, penjualan secara tidak langsung dilakukan melalui media sosial *Instagram* dan *WhatsApp*. Menurut Seetharaman (2020), pandemi covid 19 membuat perusahaan harus mencari pengganti digital atau melakukan penyesuaian agar meminimalkan kontak fisik dalam proses menyampaikan produk kepada konsumen. Selain digunakan sebagai saluran penjualan, *platform* tersebut juga digunakan sebagai saluran komunikasi. Begitu juga penelitian Fernqvist et al. (2022) yang menggunakan sosial media berupa *Facebook* dan *Instagram* sebagai saluran komunikasi dengan konsumen. Penggunaan *digital platform* bertujuan untuk menjangkau pelanggan yang memiliki keterbatasan dengan jarak dan waktu. Pelanggan dapat mengetahui informasi mengenai sapi yang dijual melalui *platform* media sosial *WhatsApp* dan *Instagram* BUMDes Melati. Pelanggan juga dapat melakukan pemesanan melalui media sosial yang tersedia. Saluran pemasaran melalui media sosial yang relatif murah dan gratis dapat membantu perusahaan untuk memulai menggunakan media sosial (Dewi et al., 2020).

Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati hanya menerima pembayaran secara tunai. Saluran distribusi produk unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati relatif pendek yaitu rumah potong hewan atau peternak lain dan konsumen akhir. Proses distribusi unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati menggunakan transportasi darat seperti truk atau pick up dengan biaya pengiriman ditanggung oleh BUMDes Melati jika pengiriman masih dalam wilayah Kabupaten Sumenep. Pelanggan juga dapat mengambil sapi secara langsung di tempat produksi atau kandang. Wilayah pemasaran unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati

© 2025 Author

secara umum yaitu Kabupaten Sumenep. Saluran pada penelitian Yashinta (2017) dilakukan secara langsung yaitu kegiatan promosi, pengiriman, serta pembayaran. Sedangkan saluran tidak langsung meliputi penjualan melalui media sosial, website, dan transfer bank.

Customer Relationships

Customer Relationships menggambarkan berbagai jenis hubungan baik yang dibangun perusahaan bersama segmen pelanggan. Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati menggunakan pendekatan *self service, personal assistance,* dan *discount* untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Pada pendekatan *self service,* pelanggan dapat datang langsung ke kandang untuk melihat kondisi sapi dan melihat bagaimana pola perawatan sapi limousin yang dilakukan. Selain itu, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati juga menyediakan informasi mengenai sapi limousin yang mereka jual pada media sosial *Instagram* atau *WhatsApp,* sehingga pelanggan dapat mencari dan memilih sendiri sapi limousin yang akan dibeli tanpa harus datang ke kandang. Informasi berupa ras, bobot atau umur ternak merupakan beberapa informasi yang mungkin menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sapi (Asikin et al., 2020). *Self service* dalam penelitian Yashinta (2017) juga menyimpulkan bahwa PT. Limakilo Majubersama Petani menyediakan informasi bagi konsumen di website Limakilo.id agar ketika melakukan pemesanan melalui website konsumen dapat memilih sendiri produk yang diinginkan, kuantitas produk, lokasi pengiriman, dan metode pembayaran.

Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati juga menerapkan *personal assistance.* Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) *personal assistance* membuat konsumen dapat berkomunikasi dengan *customer service* untuk mendapatkan bantuan selama dan setelah proses pembelian. Area kandang terdapat petugas atau karyawan dari BUMDes Melati yang akan membantu memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan, memberikan bantuan kepada pelanggan selama proses pembelian atau bahkan sampai setelah proses pembelian. Sementara untuk pelanggan yang memiliki keterbatasan jarak dan waktu dapat menghubungi *Instagram* atau *WhatsApp* unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati untuk mendapatkan bantuan personal. Sejalan dengan penelitian Yashinta (2017) yang menyimpulkan bahwa PT. Limakilo Majubersama Petani menerapkan *personal assistance* dengan menyediakan *call center* agar dapat membantu konsumen apabila memiliki masalah dalam proses pemesanan ataupun jika ingin memberikan *feedback* mengenai produk yang ditawarkan.

Selain itu, sebagai upaya untuk mempertahankan pelanggan, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati rutin memberikan potongan harga atau *discount.* Menurut Novirsari (2019), potongan harga atau *discount* penting diterapkan oleh perusahaan agar pelanggan merasa puas dan tidak tertarik untuk berpindah ke produk lain yang harga penawarannya dinilai lebih bersaing. Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati hanya memberikan *discount* atau potongan harga kepada pelanggan tetap. Besaran *discount* juga tergantung seberapa sering pelanggan tersebut membeli sapi limousin di unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati. Penelitian Saputro & Tamami (2022) merekomendasikan kepada peternak sapi madura di Desa Waru Barat agar memberikan diskon kepada konsumen tetap atau konsumen yang rutin dalam membeli sapi madura miliknya. Melalui pelayanan tersebut diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi konsumen agar melakukan *repeat order*.

Revenue Streams

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), *revenue streams* atau arus pendapatan merupakan pendapatan yang diterima oleh perusahaan dari masing-masing segmen pasar. Arus pendapatan dari unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati hanya berasal dari penjualan aset, yaitu penjualan sapi limousin. Penetapan harga sapi ditentukan dari harga pakan, bobot, kondisi fisik, kesehatan, serta jenis pelanggan rutin atau temporer. Dalam satu periode

© 2025 Author

penggemukan yang membutuhkan waktu kurang lebih empat bulan, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati dapat menjual rata-rata empat ekor sapi limousin atau ternak mereka hampir selalu terjual habis. Berdasarkan informasi yang diberikan oleh ketua BUMDes Melati, sapi limousin yang dijual unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati memiliki bobot berkisar antara 400-550 kilogram dengan kisaran harga 22-30 juta. Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati belum bisa memaksimalkan potensi lain dari alur hulu ke hilir untuk dimanfaatkan menjadi sumber pendapatan lain. Seperti pada penelitian Huda & Wikanta (2017), Kelompok Tani Ternak Mandiri Jaya memanfaatkan kotoran sapi menjadi pupuk organik sehingga dapat menambah pendapatan anggotanya. Sementara yang terjadi pada unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati, kotoran sapi yang dihasilkan hanya ditimbun begitu saja tanpa ada penanganan dan pengolahan lebih lanjut.

Key Resources

Key resources atau sumber daya utama yang dimiliki unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati terbagi menjadi tiga yaitu sumber daya manusia, fisik, dan finansial. Jika dilihat dari sumber daya manusia, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati memiliki dua orang tenaga kerja. Mereka tidak memiliki prosedur tertentu dalam perekrutan tenaga kerja. Kedua tenaga kerja yang dimiliki unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati berasal dari Desa Daramista. Pendidikan terakhir mereka adalah SMA, walaupun demikian mereka memiliki pengalaman lebih dari tiga tahun dalam beternak sapi. Tugas dari masing-masing tenaga kerja adalah menyiapkan pakan, memandikan sapi, membersihkan kandang, dan pekerjaan lain yang menunjang proses produksi untuk tiap harinya. Tiap tenaga kerja diberikan gaji sebesar Rp500.000 per bulan. Tenaga kerja cukup mampu melakukan perawatan kebersihan kandang dan pemberian pakan ternak dengan baik. Manajemen pemberian pakan dapat ditinjau dari kuantitas pakan, frekuensi pemberian pakan, cara pemberian pakan dan minum (Ilyas et al., 2022).

Sumber daya fisik yang dimiliki oleh unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati berupa kandang ternak dan peralatan penunjang. Kandang sapi yang dimiliki unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati memiliki tipe kandang konvensional tunggal yaitu stall tunggal, dimana sapi ditempatkan dalam satu baris dengan kepala yang searah dan tempat pakan yang berada di depan. Kerangka kandang terbuat dari beton, atap kandang terbuat dari seng, kemudian dinding kandang terbuat dari beton namun tidak tertutup sepenuhnya agar sirkulasi udara tetap lancar dan cahaya dari luar dapat masuk ke dalam kandang. Sesuai dengan penelitian Utama (2022) yang menyebutkan bahwa kandang yang baik harus dapat menunjang peternak baik dari segi ekonomis, mudah dibersihkan, pencahayaan baik, dan sirkulasi udara lancar. Sedangkan peralatan yang digunakan dalam proses produksi adalah celurit, bak pakan, karpet sapi, gerobak sorong, sak, selang air, pompa air, pel sikat, mangkok stainless dan sekop. Penerapan teknologi budidaya yang dilakukan oleh unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati masih minim, sedangkan menurut Liu et al. (2023) semakin banyak penerapan teknologi budidaya dapat menekan biaya produksi menjadi lebih efisien.

Sementara dari sumber daya finansial, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati menggunakan modal yang bersumber dari APB Desa sebesar Rp 65.000.000. Akan tetapi, sejak unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati berdiri belum pernah melakukan pembukuan untuk aktivitas bisnis yang mereka lakukan. Kondisi tersebut mencerminkan manajemen keuangan dari unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati masih belum dilakukan dengan baik. Sementara itu, Rabuisa et al. (2018) menyebutkan bahwa laporan keuangan dapat diterapkan dengan tujuan sebagai sumber informasi terkait dengan posisi, kinerja, dan perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan terutama terkait dengan ekonomi perusahaan. Selain itu, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati juga belum menjangkau lembaga permodalan dalam upaya

© 2025 Author

menambah modal usaha yang dimiliki. Penelitian Saputro & Tamami (2022) menyebutkan bahwa lembaga permodalan dapat mensupport peternak dalam hal modal usaha dan penyediaan teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh peternak.

Key Activities

Key activities atau aktivitas kunci unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati terdiri dari kegiatan pengadaan sapi, pemberian pakan, pemeliharaan, dan penjualan sapi. Kegiatan penggemukan sapi diawali dengan pengadaan sapi itu sendiri. Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati membeli sapi dengan jenis sapi limousin di Pasar Keppo, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan. Beberapa hal yang menjadi pertimbangan dalam menentukan sapi yang akan dibeli yaitu berkelamin jantan, tidak cacat, sehat, berusia 1-2 tahun, badan panjang, kepala besar, kaki kokoh, tanduk tidak terlalu panjang, dan bulu mengkilap. Menurut *good farming practice* Permentan Nomor 46 Tahun 2015, syarat sapi potong untuk usaha penggemukan adalah jantan berumur 2-3 tahun, sehat, dan bebas penyakit hewan menular yang dibuktikan dengan surat keterangan dokter hewan yang berwenang. Setelah melakukan transaksi, sapi diangkut menggunakan truk atau mobil pick up yang disediakan penjual menuju kandang.

Pakan yang digunakan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati adalah jerami padi dan comboran. Pakan comboran yang digunakan merupakan campuran antara konsentrat, dedak, ampas tahu, kulit singkong, tetes tebu, Ultra Mineral, dan probiotik EM 4 Peternakan. Kulit singkong bersifat opsional, hanya digunakan jika stok tersedia. Pakan jerami diberikan sebanyak tiga kali dalam sehari, yaitu pada pagi, sore, dan malam hari. Sedangkan pakan comboran diberikan sebanyak dua kali dalam sehari, yaitu pada pagi dan sore hari. Pakan jerami diberikan sekitar 6-9 kilogram, sedangkan comboran diberikan sekitar 4-6 kilogram dalam satu hari. Menurut Ismaya et al. (2016) standar kebutuhan pakan sapi yaitu 10% dari berat badannya, dengan komposisi pakan berupa hijauan rumput dan limbah pertanian serta penguat. Sedangkan dengan menggantikan pakan hijauan rumput dengan limbah pertanian atau jerami padi seperti yang dilakukan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati, umumnya dapat menyebabkan ternak mengalami kekurangan nutrisi.

Setelah diberi makan, kandang dan sapi akan dibersihkan atau dimandikan masing-masing dua kali dalam sehari dengan tujuan kandang tetap bersih dan mengurangi risiko penularan penyakit. Menurut Kantono (2019), satu ekor sapi dewasa dapat menghasilkan kotoran hingga 20 kg/hari sehingga sangat berpotensi sebagai pencemaran jika tidak dilakukan penanganan lebih lanjut. Sementara unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati tidak melakukan pemanfaatan atau pengolahan terhadap kotoran ternak mereka melainkan hanya menimbunnya tanpa ada penanganan lebih lanjut. Sebagai upaya agar sapi lebih kebal terhadap penyakit, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati memberikan obat cacing saat sapi pertama kali masuk kandang. Selain itu, mereka juga melakukan vaksinasi PMK sebanyak dua dosis. Vaksinasi merupakan instrumen vital sebagai pencegahan penyakit menular pada sapi (Richeson et al,. 2019). Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati juga menggunakan jasa mantri untuk memonitor kesehatan sapi mereka secara berkala.

Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati melakukan promosi melalui media *WhatsApp* dan *Instagram.* Pelanggan dapat melakukan pemesanan secara langsung di kandang atau melalui media sosial yang tersedia. Dalam proses perhitungan bobot, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati tidak menggunakan timbangan melainkan hanya ditafsir melalui penilaian kondisi fisik sapi. Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati untuk saat ini hanya menerima pembayaran secara tunai. Setelah terjadi kesepakatan, pembeli dapat melakukan pembayaran dan mengambil langsung sapinya di kandang atau menggunakan fasilitas gratis pengiriman yang disediakan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati.

Key Partners

© 2025 Author

Key Partners atau kemitraan merupakan pihak-pihak luar yang dapat menjadi mitra utama dalam bisnis. Hubungan kemitraan yang dilakukan oleh suatu usaha akan sangat membantu kelancaran usaha atau pengembangan usaha Dwi et al. (2018). Mitra utama unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati adalah penyedia sapi limousin. Tidak terdapat sistem kontrak, pemilihan penyedia sapi limousin dipilih secara acak berdasarkan kondisi kesehatan, fisik, dan harga sapi yang dijual. Unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati juga bekerjasama dengan petani, pabrik tahu, penggilingan padi dan toko pertanian setempat untuk memenuhi kebutuhan pakan sapi mereka tanpa ada kontrak tertulis. Jerami dan kulit singkong diperoleh secara gratis dari petani setempat. Seementara untuk ampas tahu, dedak, konsentrat, tetes tebu, Ultra Mineral, dan probiotik EM 4, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati membelinya di pabrik tahu, penggilingan padi, dan toko pertanian sesuai dengan harga pasar. Sebagai upaya untuk mengurangi risiko penyebaran dan meningkatkan kekebalan terhadap penyakit PMK, BUMDes Melati melakukan kerjasama dengan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kabupaten Sumenep dalam bentuk penyediaan dosis vaksin dan membantu proses vaksinasi PMK. Selain itu, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati juga menggunakan jasa mantri dalam upaya mereka mengontrol kesehatan sapi. Jenis hubungan kemitraan yang dijalin dengan pemasok apabila dilihat dari teori Osterwalder & Pigneur (2010), maka masuk ke dalam jenis hubungan pembeli dan pemasok. Jenis hubungan pembeli dan pemasok yang dilakukan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati memiliki kesamaan dengan penelitian Yashinta (2017) yaitu mitra menjual produk mereka kepada PT. Limakilo Maju Bersama Petani dengan sistem transaksi putus.

Cost Structure

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) *cost structure* menggambarkan semua biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu model bisnis. Jenis *cost structure* unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati adalah *value driven* dimana perusahaan lebih berfokus kepada nilai yang akan diciptakan kepada pelanggan daripada implikasi biaya dari suatu model bisnis. Dengan dua tenaga kerja unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati akan mengeluarkan biaya lebih untuk hal tersebut, sedangkan pada penelitian Aisyah dan Haris (2022) menyebutkan bahwa 5 ekor sapi dimiliki hanya oleh satu peternak. Biaya yang dikeluarkan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati berupa *fixed cost* dan *variable cost. Fixed cost* atau biaya tetap meliputi pengeluaran untuk biaya pembelian peralatan peternakan. Sementara *variable cost* atau biaya variabel meliputi pengeluaran untuk pembelian sapi, pembelian pakan, gaji tenaga kerja, transportasi, mantri, dan tagihan listrik. Sejalan dengan Saputro & Tamami (2022) bahwa biaya yang dikeluarkan untuk usaha ternak sapi madura meliputi 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.

Tabel 1
Perhitungan Pendapatan Unit Usaha Penggemukan Sapi BUMDes Melati

Uraian	Satuan	Jumlah	Harga	Nilai/Periode
Penjualan Sapi				
Penerimaan	Ekor	4	23.500.000	94.000.000
Biaya Usaha Ternak				
a. Biaya Variabel				
Bakalan Sapi	Ekor	4	19.000.000	76.000.000
Jerami	Sak	87	Free	
Kulit Singkong			Free	
Dedak	Sak	20	100.000	2.000.000

© 2025 Author

Ampas Tahu	Sak	20	65.000	1.300.000
Konsentrat	Sak (40kg)	24	100.000	2.400.000
Tetes Tebu	Kg	10	10.000	100.000
Ultra Mineral	kg	64	15.000	960.000
EM 4	Botol	10	35.000	350.000
Transportasi				1.000.000
Listrik	Bulan	4		800.000
Tenaga Kerja	Bulan	4	1.300.000	5.200.000
Mantri				600.000
Total Biaya Variabel	Rp			90.710.000
b. Biaya Tetap				
Penyusutan Alat				371.400
Total Biaya Tetap	Rp			371.400
Total Biaya	Rp			91.081.400
Pendapatan	Rp			2.918.600
R/C Ratio				1,04

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Tabel 1 merupakan gambaran kebutuhan biaya, penerimaan, dan pendapatan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati dari 4 ekor sapi limousin dalam satu periode penggemukan atau dalam kurun waktu 4 bulan. Berdasarkan tabel di atas, total biaya yang harus dibayarkan oleh unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati dalam satu periode penggemukan adalah Rp 91.081.400. Dalam satu periode penggemukan, unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati dapat memperoleh keuntungan sebesar Rp 2.918.600 dilihat dari total penerimaan yang dikurangi dengan total biaya. Sementara R/C Ratio sebesar 1,04 > 1 yang artinya setiap peningkatan biaya sebesar Rp 100 akan memberikan penerimaan sebesar Rp 104. Sementara penelitian Hanum et al. (2021), usaha ternak sapi potong di Desa Sei Litur Tasik mengalami keuntungan sebesar Rp 30.000.000/tahun dengan R/C Ratio sebesar 3,7 > 1. Besaran pendapatan yang diperoleh unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati tersebut hanya mampu untuk menutupi biaya operasional BUMDes Melati dan perputaran modal untuk usaha itu sendiri.

Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian satu ekor bakalan adalah sebesar Rp 19.000.000. Harga tersebut merupakan nilai tengah dari informasi harga bakalan yang diberikan responden yaitu antara 17-21 juta. Pakan jerami dan kulit singkong diperoleh secara gratis dari petani setempat. Rasio dedak, ampas tahu, dan konsentrat dalam pakan comboran adalah 1:1:1. Kebutuhan pakan dedak, ampas tahu, dan konsentrat untuk 4 sapi/hari adalah masing-masing sebesar 8 kg. Biaya pakan dedak sebesar Rp 2.000.000 dengan kebutuhan 20 sak/periode. Kebutuhan ampas tahu dalam satu periode penggemukan adalah 20 sak dengan harga Rp 65.000/sak. Satuan sak yang digunakan jerami, dedak, dan ampas tahu adalah 50 kg, sedangkan untuk konsentrat satuan sak yang digunakan sebesar 40 kg. Biaya pakan konsentrat adalah Rp 2.400.000 dengan kebutuhan sebanyak 24 sak/periode. Kebutuhan tetes tebu dalam satu periode adalah 10 kg dengan harga kisaran Rp 10.000/kg. Biaya Ultra Mineral dalam satu periode sebesar Rp 960.000 dengan kebutuhan 64 kg/periode. Kebutuhan EM4 untuk satu periode sebanyak 10 botol dengan harga Rp 35.000/botol. Biaya transportasi dalam satu periode penggemukan sebesar Rp 1.000.000. Biaya transportasi tersebut meliputi satu kali perjalanan pembelian bakalan dan empat kali perjalanan pengantaran sapi ke konsumen dengan asumsi rata-rata membutuhkan biaya Rp 200.000/perjalanan. Biaya listrik untuk 4 bulan sebesar Rp 800.000 dengan asumsi biaya listrik Rp 200.000/bulan. Biaya tenaga kerja yang dibutuhkan dalam satu periode penggemukan adalah Rp 5.200.000. Biaya tersebut meliputi

© 2025 Author

gaji 2 tenaga kerja masing-masing Rp 500.000/bulan. Selain itu juga biaya 2 tenaga kerja yang dipekerjakan selama 4 hari untuk mengambil jerami dari sawah petani setempat dengan total upah keduanya yaitu Rp 300.000/hari. Mantri melakukan pemantauan kesehatan terhadap ternak 4 kali dalam satu periode penggemukan dengan biaya Rp 150.000/pertemuan. Biaya penyusutan alat sebesar Rp 371.400 yang meliputi biaya penyusutan celurit, bak pakan, karpet sapi, gerobak sorong, sak, selang air, pompa air, pel sikat, mangkok stainless dan sekop.

PENUTUP

Berdasarkan hasil identifikasi, model bisnis yang digunakan oleh unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati yaitu pada elemen *customer segments* terdiri dari masyarakat umum, rumah potong hewan, dan peternak lain. *Value propositions* yang coba diberikan yaitu sapi kondisi sehat, kemudahan akses, sistem *refund,* dan gratis biaya pengiriman. *Channels* meliputi penjualan di kandang dan melalui media sosial. *Customer relationships* menggunakan pendekatan *self service, personal assistance,* dan *discount. Revenue stream* hanya berasal dari penjualan sapi limousin. *Key resources* terdiri dari tenaga kerja, kandang, peralatan penunjang, dan modal usaha. *Key activities* meliputi pengadaan sapi, pemberian pakan, pemeliharaan, dan penjualan. *Key partners* terdiri penyedia sapi limosin, petani, pabrik tahu, penggilingan padi, toko pertanian setempat dan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian. *Cost structure* dengan jenis *value driven* dengan biaya tetap untuk pembelian peralatan penunjang, sedangkan biaya variabel meliputi pengeluaran untuk pembelian sapi, pembelian pakan, gaji tenaga kerja, transportasi, mantri, dan tagihan listrik. Secara umum model bisnis yang diterapkan unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati sudah cukup baik karena dapat menghasilkan keuntungan. Namun, keuntungan yang dihasilkan masih belum cukup untuk berkontribusi ke PADes sehingga perlu melakukan evaluasi khususnya pada elemen *revenue streams, key resources,* dan *cost structure.* Alternatif yang dapat dilakukan agar dapat mencapai tingkat profitabilitas yang diharapkan seperti dengan memanfaatkan limbah padat dan cair untuk diolah menjadi pupuk sehingga dapat menjadi sumber pendapatan baru pada *revenue stream*. Melakukan kerjasama dengan lembaga permodalan pada *key resources* dapat membantu meningkatkan skala usaha dan memperbaiki infrastruktur teknologi. Selain itu, pada *cost structure* dapat melakukan pencatatan keuangan secara rutin serta melakukan pemangkasan biaya seperti pada biaya dua tenaga kerja yang membuat unit usaha penggemukan sapi BUMDes Melati harus mengeluarkan biaya lebih untuk hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, *10*(10), 120–142.

Aisah, A., & Haris, M. I. (2022). Pengaruh Manajemen Pemeliharaan terhadap Penerimaan Peternakan Sapi Potong Rakyat di Kutai Barat. *Jurnal Peternakan Lingkungan Tropis*, *3*(2), 58-63.

Asikin, Z., Baker, D., Villano, R., & Daryanto, A. (2020). Business models and innovation in the Indonesian smallholder beef value chain. *Sustainability*, *12*(17), 7020.

Chang, H. S. C., Sumantri, I., Panjaitan, T., Hilmiati, N., Edriantina, R., & Prameswari, F. (2020). Beef Demand Trends in Indonesia and the Implications for Australian Live Cattle and Beef Exports. *Australasian Agribusiness Review*, *28*(4).

Dewi, A. H., Sukardi, S., & Taqi, F. M. (2020). Model Bisnis Kanvas Doc Ayam Kampung Pt Pqr. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, *6*(1), 188–196. https://doi.org/10.17358/jabm.6.1.188

Dinata, K. Y. P., Chumaidiyah, E., & K, A. A. (2019). Pengembangan Model Bisnis Pada Serantau Coffee Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas.

© 2025 Author

EProceedings of Engineering, *6*(2), 6520–6529.
Dwi, R., Parquinda, L., Purwanti, L., Farida, M., Mardiana, N., & Hidayat, T. (2018). Pengembangan Key Resources Dan Key Partnership dalam Aktivitas Bisnis Industri Kreatif UKM Garuda Jaya Malang. *Cakrawala*, *12*(1). https://doi.org/10.32781/cakrawala.v12i1.268
Fataqi, M. P. Z. S. (2022). Evaluasi Model Bisnis Peternak Lele Desa Bangkok Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1), 868–875. https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/791
Fathurohman, F. (2020). Pengembangan Agribisnis Sapi Potong Dalam Sistem Usahatani Tebu. *Jurnal Ilmiah Ilmu Dan Teknologi Rekayasa*, *3*(1), 17–26. https://doi.org/10.31962/jiitr.v3i1.65
Fernqvist, F., Sadovska, V., & Langendahl, P. A. (2022). Sustainable value creation–a farm case on business model innovation. *International Food and Agribusiness Management Review*, *25*(4), 543-554.
Fitriani, R., Nugraha, N., & Djamaludin. (2020). Strategi Pengembangan Sektor Industri Alas Kaki Berbahan Kulit dengan Metode Analisis SWOT dan Bisnis Model Canvas. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, *18*(1), 34–42. https://doi.org/10.24014/sitekin.v18i1.11753
Hanum, N., & Amanda, U. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Ternak Sapi Potong di Desa Sei Litur Tasik Kecamatan Sawit Seberang Kabupaten Langkat. Jurnal Samudra Ekonomika, 5(1), 68-78.
Hendarsih, I. (2021). Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (Bmc) Pada Jasa Zigzag Laserwork Semarang Jawa Tengah. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *6*(4), 152–167. https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v6i4.1599
Huda, S., & Wikanta, W. (2017). Pemanfaatan Limbah Kotoran Sapi Menjadi Pupuk Organik Sebagai Upaya Mendukung Usaha Peternakan Sapi Potong di Kelompok Tani Ternak Mandiri Jaya Desa Moropelang Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 26–35. https://doi.org/10.30651/aks.v1i1.303
Ilyas, M. S. bin, Nugroho, T. R. D. A., & Sunyigono, A. K. (2022). Manajemen Pakan Ternak Sapi Madura di Desa Dempo Barat Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan. *Agriscience*, *3*(2), 255–268. https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i2.15507
Indonesia, R. (1999). Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *Lembaran Negara RI Tahun*, *8*.
Ismaya, Erwanto, Y., Sasongko, H., Ariyadi, B., Widi, T. S. M., Umami, N., Noviandi, C. T., Wijonarko, A., & Hardaningsih. (2016). Integrated Farming System dalam Pengentasan Kawasan Rawan Pangan. In *Kolom Cetak* (pp. 1–163).
Kantono, s. (2019). biogas kotoran ternak. (supriyono, ed.) (digital). jawa tengah: alprin.
Kominfo, D. (2022). Data Statistik Sektoral Kabupaten Sumenep. In *Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Sumenep* (pp. 1–323).
Liu, Y., Arshad, M. U., Baoyindureng, Aruhan, Lanneau, R., & Jianguo, Y. (2023). Promotion and sustainable development of beef cattle farming industry in agro-pasture ecotone areas, Inner Mongolia of China: A comparison between two fattening systems. *Heliyon*, *9*(1), 1–13. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12721
Maftahah, R., Wijayantini, B., & Eko, W. S. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Inovator: Jurnal Manajemen*, *11*(2), 300–310. http://repository.unmuhjember.ac.id/11042/18/J. Artikel Riif Maftahah %281710411174%29.pdf
Maulidian, Fauzi, A. R., & Hamdilah, S. R. N. (2019). Pemetaan Model Bisnis Susu Sapi Perah di PPSP-SP, Pancoran, Jakarta Selatan. *Agroekoteknologi Dan Agribisnis*, *3*(2), 1–9.
Munna, Afzal S. (2021). Business Model: Literature Review. *PINISI Discretion Review*, 4(2),

© 2025 Author

191-196. doi: 10.26858/pdr.v4i2.19022.
Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt . Himalaya Drug Company. *Manajemen, STIE TRICOM*, *12*(2), 101–111.
Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*.
Permentan. (2015). *Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2015*. *1*, 1–27.
Pradesyah, R., & Albara. (2018). Pengelolaan Potensi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berbasis Syariah di Desa Rambung Sialang Hulu Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai Sumatera Utara. *Jurnal Prodikmas: Hasil Pengabdian Masyarakat*, *2*(2), 156–164.
Rabuisa, W. F., Runtu, T., & Wokas, H. R. N. (2018). Analisis Laporan Keuangan Dalam Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Dana Raya Manado. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, *13*(2), 325–333. https://doi.org/10.32400/gc.13.02.19518.2018
Reis, J. Z., Goncalves, R. F., Lage, E. D. S., & Nääs, I. D. A. (2022). Internet of services-based business model: a case study in the livestock industry. *Innovation & Management Review*, *19*(4), 400-416.
Richeson, J. T., Hughes, H. D., Broadway, P. R., & Carroll, J. A. (2019). Vaccination management of beef cattle: delayed vaccination and endotoxin stacking. *Veterinary Clinics of North America: Food Animal Practice*, *35*(3), 575-592.
RI, U.-U. (n.d.). *Undang - Undang Nomor 6 Tahun 2014*. https://doi.org/10.1145/2904081.2904088
Saputro, M. F. E., & Tamami, N. D. B. (2022). Strategi pengembangan usaha ternak Sapi Madura berdasarkan business model canvas. *Agriscience*, *3*(2), 499–519. https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i2.15627
Seetharaman, P. (2020). Business models shifts: Impact of Covid-19. *International Journal of Information Management*, *54*, 102173.
Siregar, o. m., selwendiri, maulidina, & abdillah, m. b. (2020). penerapan bisnis model canvas sentral umkm (pp. 32–33).
Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta* (pp. 1–330).
Utama, B. P. (2022). Manajemen Perkandangan Pada Ternak Sapi Potong di Balai Pembibitan Ternak (BPT) Talang Bukit. *Stock Peternakan*, *4*(2), 42–49.
Yashinta, A. (2017). Model bisnis E-commerce Produk Pertanian (Studi kasus pada PT. Limakilo Maju Bersama petani). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, *14*(2), 138–151. https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3594

© 2025 Author