

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam di bidang pertanian. Salah satu subsektor pertanian yang bergerak di bidang peternakan adalah sapi. Peternakan sapi di Indonesia dibagi menjadi dua jenis yaitu, peternakan sapi pedaging dan peternakan sapi perah. Sapi perah menghasilkan produk yang kaya akan manfaat yaitu susu. Susu segar merupakan bahan makanan yang bergizi tinggi karena mengandung zat-zat makanan yang lengkap dan seimbang seperti protein, lemak, karbohidrat, mineral, dan vitamin yang sangat dibutuhkan oleh manusia (Saleh 2004).

Peternakan sapi perah banyak tersebar di Pulau Jawa. Salah satunya di DKI Jakarta. Walaupun DKI Jakarta disebut dengan kota *metropolitan* tetapi masih banyak peternak sapi perah yang berada di Ibukota. Produksi susu sapi di DKI Jakarta tidak sebanyak produksi susu sapi di daerah Pulau Jawa lainnya tetapi memiliki potensi sangat besar terhadap permintaan susu sapi karena jumlah penduduk yang sangat padat. Perkembangan produksi susu sapi di DKI Jakarta setiap tahunnya berfluktuasi. Berikut adalah perkembangan produksi susu sapi di DKI Jakarta dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi susu sapi di DKI Jakarta

Tahun	Jumlah produksi (ton)	Selisih (%)
2015	4.769	-
2016	4.726	- 0,90
2017	5.418	14,64
2018	5.098	-5,91
2019	5.267	3,32

Sumber: Ditjen PKH Kementerian Pertanian (2019)

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah produksi susu sapi di DKI Jakarta terendah terjadi pada tahun 2016 sebesar 4.726 ton atau turun sekitar 0,90% dari tahun sebelumnya. Sedangkan produksi susu sapi mengalami peningkatan tertinggi pada tahun 2017 sebesar 5.418 ton atau naik sampai 14,64% dari tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan ketidakstabilan terhadap produksi susu sapi di DKI Jakarta sehingga berpengaruh terhadap ketersediaan produk setiap tahunnya.

Salah satu sentra peternakan sapi perah di DKI Jakarta yaitu terletak di Kelurahan Pondok Ranggon, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur. Mereka merupakan para peternak yang berada di satu kompleks peternakan yang bernama Kelompok Tani Ternak Swadaya Pondok Ranggon. Salah satu peternaknya adalah Peternakan Bahro Milk. Perusahaan tersebut tidak hanya memproduksi susu segar tetapi juga memiliki unit bisnis pengolahan susu menjadi susu pasteurisasi. Pasteurisasi berarti proses pemanasan setiap komponen (partikel) dalam susu pada suhu 62 °C selama 30 menit, atau pemanasan pada suhu 72 °C selama 15 detik, yang segera diikuti dengan proses pendinginan (Saleh 2004). Seiring berjalannya waktu,

Peternakan Bahro Milk mulai berinovasi dengan membuat susu pasteurisasi *cup*. Susu pasteurisasi *cup* merupakan produk susu pasteurisasi yang dikemas dengan gelas plastik berukuran 200 ml dan memiliki 5 varian rasa. Keunggulan produk ini adalah menggunakan susu segar murni 100% tanpa ada campuran air dan pengawet.

Produksi susu pasteurisasi *cup* sangat stabil karena ketersediaan bahan baku susu segar sangat melimpah namun permintaan terhadap produk tersebut masih sangat rendah sehingga menyebabkan penumpukan produk pada perusahaan. Data produksi dan penjualan susu pasteurisasi *cup* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Produksi dan permintaan susu pasteurisasi *cup*

Bulan	Produksi (<i>cup</i>)	Permintaan (<i>cup</i>)	Selisih (<i>cup</i>)
Januari	470	365	105
Februari	500	310	190
Maret	506	350	156
Rata-rata	492	342	150

Sumber: Peternakan Bahro Milk (2020)

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah penjualan pada bulan Januari sampai Maret pada tahun 2020 tidak sebanding dengan jumlah produksi yang dihasilkan. Rata-rata produksi 3 bulan terakhir sebesar 492 per *cup*. Rata-rata permintaan pada 3 bulan terakhir sebesar 342 per *cup*, sehingga adanya rata-rata selisih atau kelebihan produksi yang diperoleh sebesar 150 per *cup*. Hal ini menyebabkan penumpukan produk yang tidak terjual di perusahaan dikarenakan tidak adanya pasar yang tersedia akibat kurangnya kegiatan pemasaran. Selama ini pemasaran susu pasteurisasi *cup* tersebut hanya dilakukan melalui *personal selling* yaitu dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan konsumen dalam mempromosikan produk yang dihasilkan. Peternakan Bahro Milk hanya menawarkan produk tersebut kepada masyarakat disekitar perusahaan.

Setelah melakukan analisis eksternal dan internal perusahaan, terdapat beberapa strategi yang dapat dimanfaatkan perusahaan salah satunya peningkatan kegiatan promosi pada produk susu pasteurisasi *cup*. Kegiatan promosi bisa dilakukan dengan cara *direct marketing* dan *advertising* melalui berbagai media sosial (*Instagram, Whatsapp, Facebook*) dan *e-commerce* (Tokopedia). Kegiatan promosi juga dapat dilakukan dengan mengikuti kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh Pemerintah DKI Jakarta. Diharapkan produk susu pasteurisasi *cup* dapat diserap oleh pasar yang akan meningkatkan pendapatan perusahaan.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis dengan menganalisis kekuatan, peluang kelemahan serta ancaman yang terdapat pada Peternakan Bahro Milk.

2. Menyusun ide pengembangan bisnis dengan mengkaji kelayakan dari analisis finansial dan non finansial pada Peternakan Bahro Milk.

2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

2.1 Lokasi dan Waktu

Kajian pengembangan bisnis ini disusun berdasarkan hasil kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Peternakan Bahro Milk. Lokasi perusahaan berada di Jalan Peternakan II No.23 Komplek Peternakan DKI RT 001/RW 002 Kelurahan Pondok Ranggan, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dilakukan pada tanggal 20 Januari sampai dengan 11 April 2020.

2.2 Data, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data untuk penulisan kajian pengembangan bisnis di Peternakan Bahro Milk dibagi menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil kegiatan PKL di Peternakan Bahro Milk dengan mengamati, mencoba berbagai kegiatan (memeras susu sapi, memproduksi susu pasteurisasi, mencari pakan hijau), wawancara dengan pemilik perusahaan, pembimbing lapang, bagian produksi, anak kandang serta melakukan survei langsung ke lapangan. Data sekunder diperoleh dari studi literatur seperti buku-buku dan internet, dokumen perusahaan dan informasi lain dari dinas daerah terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan dan Dinas Peternakan DKI Jakarta. Jenis data yang diperoleh dan Teknik pengumpulan data dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Data, sumber dan teknik pengumpulan data

Jenis data	Data yang diperoleh	Sumber data	Teknik pengumpulan data
Data primer	1. Sejarah dan perkembangan perusahaan 2. Struktur organisasi dan sumber daya perusahaan 3. Kegiatan unit bisnis 4. Analisis faktor internal meliputi produksi, pemasaran, manajemen, sumber daya manusia dan keuangan.	1. Kelompok Tani Ternak Swadaya Pondok Ranggan 2. Pemilik Peternakan Bahro Milk	1. Diskusi langsung 2. Wawancara 3. Pengamatan dan survei langsung

