

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu kegiatan usaha yang berpotensi besar untuk dikembangkan di Indonesia. Salah satu kegiatan usaha peternakan yang berpotensi besar untuk dikembangkan di Indonesia adalah peternakan domba. Badan Pusat Statistik tahun 2019 mencatat populasi domba di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 17.794.344. Populasi tersebut telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam kurun waktu 3 tahun dari tahun 2017-2019. Populasi domba pada tahun 2017 berjumlah 17.142.498 ekor sedangkan pada tahun 2018 berjumlah 17.611.392 ekor. Angka Populasi domba dari tahun 2017-2019 selalu mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut dikarenakan domba memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap lingkungan, mudah dalam pemeliharaan, serta pakan berupa rumput, dedaunan, ampas tahu dan konsentrat sangat mudah didapat oleh para peternak.

Populasi domba terbesar berada di wilayah Jawa Barat yaitu sebesar 11.902.218 dari jumlah populasi nasional. Hal itu tidak terlepas dari sumbangsih wilayah Kabupaten Bogor yang menyumbang angka populasi domba yang tinggi tiap tahunnya. Populasi domba pada tahun 2018 di Kabupaten Bogor sebesar 238.190 ekor (Badan Pusat Statistik 2018). Salah satu perusahaan yang telah melakukan usaha ternak domba adalah peternakan CV Mitra Tani Farm yang berada di Desa Tegal Waru, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor.

Hasil utama peternakan CV Mitra Tani Farm yaitu daging dan untuk hasil ikutannya yang telah dimanfaatkan adalah kulit domba. Kulit domba tersebut dimanfaatkan menjadi aneka kerajinan diantaranya dompet, tas, topi, peci, sarung tangan, dan sepatu. Disamping itu, terdapat hasil ikutan lainnya yang juga memiliki nilai ekonomis namun belum dimanfaatkan oleh peternak CV Mitra Tani Farm. Hasil ikutan tersebut berupa limbah bulu domba lokal. Limbah bulu domba lokal tersebut memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan, karena setiap domba lokal mampu menghasilkan bulu domba sebesar 0.8 kg/tahun (Yamin *et al.* 1994).

Limbah bulu domba lokal tersebut, akan bertambah banyak jika tidak dimanfaatkan. Dalam rangka pemanfaatan limbah bulu domba lokal agar bernilai ekonomis sehingga mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan, maka bulu domba lokal tersebut dapat dijadikan bahan isian boneka sebagai bahan baku pembuatan boneka gantungan kunci. Penting untuk diteliti bagaimana kebermanfaatan bulu domba lokal menjadi bahan isian boneka gantungan kunci untuk menghasilkan *income* tambahan bagi CV Mitra Tani Farm. Produk yang dihasilkan dapat dijual sebagai cinderamata kepada pengunjung di unit bisnis agrowisata Waru Farm Land dan souvenir di unit bisnis Salamah Aqiqah CV Mitra Tani Farm, dalam penjualannya CV Mitra Tani Farm bekerjasama menjual produk dengan agrowisata Waru Farm Land. Kondisi tersebut didukung oleh jumlah pengunjung agrowisata Waru Farm Land yang setiap bulannya mengalami peningkatan, sehingga bisa menjadi salah satu peluang pasar CV Mitra Tani Farm dalam menjual produk boneka gantungan kunci dari isian bulu domba lokal.



1.2 TUJUAN

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah

- 1 Merumuskan ide pengembangan bisnis CV Mitra Tani Farm
- 2 Mengkaji kelayakan pengembangan bisnis pemanfaatan limbah bulu domba lokal menjadi isian boneka gantungan kunci berdasarkan aspek non finansial dan finansial di CV Mitra Tani Farm

2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

2.1 Lokasi dan Waktu

Penyusunan laporan akhir kajian pengembangan bisnis ini, dilakukan setelah selesai melaksanakan praktik kerja lapangan (PKL). Praktik kerja lapangan tersebut, dilaksanakan di peternakan CV Mitra Tani Farm yang berlokasi di Jalan Baran Manunggal 51, RT/RW : 004/005 No. 39, Desa Tegal Waru, Ciampea, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Waktu pelaksanaan praktik kerja lapangan dilakukan selama 9 minggu dimulai dari tanggal 20 Januari sampai 22 Maret 2020.

2.2 Data, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir meliputi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara melakukan pengamatan langsung, wawancara dengan pemilik perusahaan, pembimbing lapang, dan karyawan yang ada di perusahaan sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan cara studi literatur dari berbagai sumber diantaranya buku, jurnal, internet, maupun dokumen perusahaan dan diperoleh juga dengan cara studi pustaka yaitu berkunjung ke lembaga atau instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS).

2.3 Metode Kajian

Metode kajian pengembangan bisnis ini, disusun menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif yaitu dengan melalui penjabaran pada elemen *business model canvas* yang nantinya akan dievaluasi dengan menggunakan analisis SWOT untuk menentukan ide pengembangan bisnis yang cocok untuk perusahaan. Sedangkan metode kuantitatif yaitu berdasarkan aspek finansial untuk mengkaji kelayakan bisnis melalui analisis *cashflow*, analisis laporan laba rugi dan analisis *switching value*.

2.3.1 *Business Model Canvas*

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) *business model canvas* adalah bahasa yang sama untuk dapat mendeskripsikan, memvisualisasikan, menilai, dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.