

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat konsumsi protein hewani masyarakat di Indonesia masih tertinggal dibandingkan beberapa negara di ASEAN. Pemerintah sendiri telah melakukan beberapa upaya untuk mendorong konsumsi protein hewani masyarakat. Salah satunya melalui program pemerataan ekonomi di beberapa daerah untuk memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat. Data konsumsi daging beberapa negara di ASEAN dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Konsumsi daging beberapa negara di ASEAN tahun 2019 (kg/kapita)

Negara	Daging sapi	Daging kambing	Daging unggas	Daging babi
Filipina	3,2	0,5	13,5	15,2
Indonesia	2,2	0,4	7,8	1,0
Malaysia	5,3	1,0	48,7	5,3
Vietnam	8,1	0,2	16,2	26,0

Sumber: OECD-FAO *Agricultural Outlook* (2020).

Pada Tabel 1 memperlihatkan rata-rata tingkat konsumsi daging di Indonesia masih tertinggal dibandingkan beberapa negara tetangga. Rata-rata tingkat konsumsi daging di Indonesia juga masih jauh di bawah rata-rata tingkat konsumsi daging dunia yang mencapai 6,4 kg daging sapi, 1,8 kg daging kambing, 14,7 kg daging unggas, dan 11,1 kg daging babi. Rendahnya tingkat konsumsi daging di Indonesia berpengaruh pada tingkat konsumsi protein hewani masyarakat di Indonesia.

Protein hewani adalah protein yang berasal dari hewan ternak meliputi daging unggas, daging ruminansia, *seafood*, serta telur dan susu. Rata-rata konsumsi protein hewani penduduk di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Rata-rata konsumsi protein hewani penduduk Indonesia menurut komoditi 2017-2019 (gram/kapita/hari)

Komoditi	2017	2018	2019
Daging	5,44	4,46	4,08
Ikan	7,81	8,78	8,29
Telur dan susu	3,29	3,43	3,44

Sumber: BPS (2019).

Pada Tabel 2 memperlihatkan rata-rata konsumsi protein hewani penduduk di Indonesia pada komoditi daging pertahunnya menurun. Meningkatnya kebutuhan akan protein hewani sebagai zat pembangun tubuh, terpengaruhi oleh pendapatan per kapita, daya beli, pola hidup sehat serta kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi. Kondisi tersebut mengharuskan tersedianya jumlah dan mutu yang memadai. Pemenuhan akan kebutuhan protein hewani selalu bergantung kepada daging sapi, ayam, dan kambing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Alternatif lain yang dapat dilakukan dalam pemenuhan protein hewani masyarakat adalah dengan mengkonsumsi daging kelinci. Kelinci adalah salah satu hewan ternak yang memiliki kemampuan produksi tinggi dengan waktu kelahiran yang singkat dan jumlah anak per kelahiran yang tinggi. Daging kelinci memiliki karakteristik daging berwarna putih dan serat yang halus. Daging kelinci memiliki nilai gizi yang baik dengan kadar lemak yang rendah dan kadar protein yang tinggi.

Kandungan lemak yang terdapat pada daging kelinci hanya sebesar 8%, sedangkan kandungan lemak pada daging ayam, daging sapi, daging domba dan daging babi masing-masing sebesar 12%, 24%, 14%, dan 21%. Kadar kolesterol yang terdapat pada daging kelinci sekitar 164 mg/100 g daging, sedangkan daging ayam, sapi, domba dan babi berkisar 220-250 mg/100 g daging. Kandungan protein daging kelinci mencapai 21%, sementara ternak lain hanya mencapai 17-20% (Masanto dan Agus 2010).

Permasalahan sosial masyarakat di Indonesia mengenai hewan kelinci yang dianggap sebagai hewan peliharaan yang tidak layak untuk dikonsumsi, menjadi salah satu hambatan dalam menjadikan daging kelinci sebagai alternatif asupan protein hewani bagi masyarakat. Masyarakat memiliki faktor kebiasaan makan yang melibatkan perasaan dan pengetahuan dalam menentukan apa yang mereka makan. Selain itu, sulitnya merubah faktor kebiasaan makan adalah hambatan lain dalam menjadikan daging kelinci sebagai konsumsi alternatif pemenuhan protein hewani masyarakat. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam mengubah kebiasaan makan masyarakat adalah dengan cara mengubah penyajian daging kelinci sebaik mungkin sehingga dapat diterima oleh masyarakat.

Kemunculan produk olahan makanan semakin banyak diusahakan para pengusaha dalam memperebutkan keuntungan di dalam pasar kuliner yang ada. Berbagai macam produk olahan makanan berbahan dasar daging, menjadi peluang para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan. Salah satunya daging hewan ternak seperti daging sapi, daging ayam dan daging kambing yang sudah banyak menciptakan berbagai macam produk olahan yang menghasilkan nilai tambah yang menguntungkan. Hal ini menjadi suatu peluang dalam memasuki pasar kuliner dengan menciptakan produk olahan makanan berbahan dasar daging kelinci.

Lembang, Bandung, Jawa Barat adalah wilayah yang identik dengan kelinci. Selain menjadi tempat wisata, kondisi cuaca di Lembang menjadi pendukung para usaha peternak kelinci dalam membudidayakan kelinci hias dan kelinci pedaging. Potensi daging kelinci yang memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan daging hewan ternak lain, belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh para peternak kelinci dalam mengembangkan potensi daging kelinci guna menambah pendapatan peternakan.

Sangu Kalinci adalah salah satu produk inovasi olahan makanan berbahan dasar daging kelinci. Produk Sangu Kalinci diciptakan dengan proses dan penyajian yang berbeda dari produk yang serupa. Produk Sangu Kalinci diharapkan dapat menjadi pertimbangan masyarakat dalam mengkonsumsi daging kelinci sekaligus memperoleh protein hewani yang terdapat pada daging kelinci.

Rabbit Boss selaku peternakan budidaya kelinci di Lembang, Bandung, Jawa Barat dapat memanfaatkan ide pengembangan bisnis ini dengan mengolah daging kelinci yang dimiliki menjadi produk Sangu Kalinci. Ide pengembangan bisnis ini diharapkan dapat menambah pendapatan peternakan dan meningkatkan kinerja peternakan Rabbit Boss.

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 IPIB.

2. Dilarang mengumumkannya sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPIB.

1.2 Tujuan

Tujuan dalam penulisan Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada peternakan Rabbit Boss menggunakan Matriks IE.
2. Menyusun perencanaan pengembangan bisnis Sangu Kalinci berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial.

2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

2.1 Lokasi dan Waktu

Kajian Pengembangan Bisnis ini disusun berdasarkan hasil Praktik Kerja Lapangan yang dilaksanakan pada peternakan Rabbit Boss yang berlokasi di Jalan Kolonel Masturi, Kampung Gedong Lima, Desa Sukajaya, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan selama 12 minggu terhitung pada tanggal 20 Januari sampai dengan 12 April 2020.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan dan wawancara. Pengamatan dilakukan selama melakukan kegiatan praktik kerja lapangan di peternakan kelinci Rabbit Boss. Wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber, seperti pemilik atau pembimbing lapang dan karyawan Rabbit Boss.

Data Sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui buku-buku, jurnal, internet dan Lembaga terkait seperti data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pertanian RI dan Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Pengumpulan data primer dan data sekunder dilakukan untuk memperoleh informasi sebagai bahan penulisan kajian pengembangan bisnis ini.

2.3 Metode Kajian

Metode yang digunakan dalam penyusunan kajian pengembangan bisnis ini adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menentukan rumusan ide pengembangan bisnis, menganalisis aspek kelayakan pengembangan bisnis dan tahapan pengembangan bisnis.

