

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan sapi merupakan salah satu subsektor agribisnis. Peternakan sapi di Indonesia terbagi menjadi dua yaitu sapi perah dan sapi pedaging. Sapi perah merupakan ternak yang mampu menghasilkan produk susu sebagai produk utamanya (Girsang dan Agustina 2019). Produk hasil peternakan sapi perah berupa susu menjadikan Indonesia unggul dalam pengolahan makanan. Hal tersebut merupakan peluang usaha yang strategis dalam rangka meningkatkan gizi dan kualitas SDM di Indonesia (Puspitasari dan Anoraga 2020).

Susu sapi dapat meningkatkan gizi karena mengandung semua zat yang dibutuhkan oleh tubuh. Zat yang terkandung dalam susu diantaranya lemak 3,8%, protein 3,2%, laktosa 4,7%, abu 0,855, air 87,25%, serta bahan kering 12,75% (Anjarsari 2010). Kandungan gizi yang lengkap menjadi alasan tingginya kebutuhan dan permintaan masyarakat akan susu. Rata-rata peningkatan konsumsi susu sapi di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 106,71%. Konsumsi susu sapi di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Konsumsi susu murni di Indonesia tahun 2015-2018

Tahun	Susu segar (liter/kapita/tahun)	Pertumbuhan (%)
2015	0,15	-
2016	0,15	2,82
2017	0,31	112,54
2018	0,31	106,71

Sumber: Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian (2019)

Berdasarkan Tabel 1 Konsumsi susu sapi di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan meningkatnya konsumsi susu, keberadaan sektor peternakan sapi perah dinilai mampu memenuhi kebutuhan susu yang semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat untuk mengonsumsi susu perlu ditingkatkan agar terus memaksimalkan serapan produksi susu sapi lokal. Hal ini dapat menjadi peluang bagi peternakan sapi perah untuk lebih giat dalam memasarkan produk susu murni maupun susu cair olahan yang dijual. Salah satu usaha yang dapat dilakukan dalam memasarkan susu sapi yaitu melalui *cafe* susu.

Cafe susu menjadi wisata kuliner yang digemari masyarakat bukan hanya karena menu yang disajikan, tetapi juga tempat yang cenderung nyaman untuk bersantai (Farhani *et al.* 2017). Dewasa ini perkembangan *cafe* di Indonesia, khususnya DKI Jakarta, cukup berkembang dengan pesat. Hal ini disebabkan oleh kehadiran *cafe-cafe* yang dirasakan sebagai salah satu tempat yang tepat untuk menghilangkan kejenuhan dari rutinitas yang padat, hal ini membuat kehadiran *cafe* semakin banyak diminati dari berbagai kalangan, baik kalangan anak-anak, remaja, dan dewasa (As'yari *et al.* 2014).



Agrowisata Cibugary merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang peternakan sapi perah yang berlokasi di Jalan Peternakan Raya Blok C No. 12, Kelurahan Pondok Ranggon, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur. Selain peternakan sapi perah, perusahaan juga memiliki peternakan sapi potong, kambing, dan domba. Perusahaan ini merupakan salah satu tempat wisata yang ada di Jakarta, saat ini fasilitas di Agrowisata Cibugary masih terbilang kurang untuk kebutuhan para pengunjung. Menurut (Astuti 2014) agrowisata bilamana dikelola secara profesional dapat memberikan manfaat nilai rekreasi. Sebagai tempat rekreasi, pengelola agrowisata dapat mengembangkan fasilitas lainnya yang dapat menunjang kebutuhan para wisatawan seperti, restoran, bila memungkinkan akomodasi, seperti buah-buahan, bunga, makanan, dan lain-lain.

Oleh karena itu, untuk menunjang kebutuhan para pengunjung perusahaan Agrowisata Cibugary dapat mengembangkan fasilitas berupa *cafe*. Pendirian *cafe* bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk olahan susu, menciptakan nilai tambah produk, dan memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, pendirian *cafe* juga bertujuan untuk menambah kepuasan bagi para pengunjung yang berwisata di Agrowisata Cibugary.

Pendirian *cafe* dapat dilakukan di lahan perusahaan Agrowisata Cibugary yaitu di Pondok Ranggon, Jakarta Timur. Hal ini karena terdapat lahan kosong yang masih dapat dimanfaatkan. Selain itu, lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau para pengunjung. Adanya perkembangan teknologi dalam produksi dan pemasaran produk menjadi peluang bagi perusahaan untuk menjalankan ide pengembangan bisnis ini.

Saat ini *cafe* menjadi salah satu bisnis yang banyak dilakukan para pelaku bisnis di Indonesia seperti *cafe* yang menjual berbagai macam minuman olahan susu. Melihat hal tersebut sangat diperlukan strategi yang tepat dalam mendirikan usaha baru agar memberi keuntungan yang berlangsung dalam jangka panjang. Penulis melakukan analisis SWOT dan studi kelayakan bisnis pada Agrowisata Cibugary dan mendapatkan strategi-strategi alternatif yang dapat dilaksanakan. Perencanaan bisnis Cibugary *Cafe* merupakan rencana bisnis yang dapat dilakukan dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal dan sebagai kegiatan pengembangan usaha.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis pada Agrowisata Cibugary adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis dengan menganalisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang terdapat pada Agrowisata Cibugary.
2. Menyusun perencanaan pengembangan bisnis dengan mengkaji kelayakan berdasarkan aspek finansial dan aspek non finansial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.