

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan sektor yang sangat penting dalam proses pemenuhan kebutuhan pangan bagi masyarakat Indonesia (Zahira Ali 2005). Sub sektor peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian yang sangat potensial untuk dikembangkan dalam menyediakan pangan hewani berupa daging, susu, serta telur yang bernilai gizi tinggi. Salah satu komoditi peternakan yang menjanjikan dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat dalam rangka pemenuhan kebutuhan protein adalah daging ayam ras pedaging (broiler). Menurut Direktur Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2020), berdasarkan hasil Survei Konsumsi Bahan Pokok (VKBP) tahun 2017 dan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2019 yang dilaksanakan BPS RI, konsumsi daging ayam ras pedaging (broiler) adalah sebesar 12,79 kg/kapita/tahun.

Dalam upaya pemenuhan kebutuhan pangan protein hewani bagi masyarakat Indonesia maka pemerintah telah berupaya meningkatkan hasil produksi yang bersumber dari usaha ternak, diantaranya adalah ayam ras pedaging atau ayam broiler. Berdasarkan data menurut Badan Pusat Statistik (BPS), produksi daging ayam ras pedaging (broiler) pada tahun 2020 produksi ayam mencapai 3.275.325,72 ton (Badan Pusat Statistik 2021). Berikut data produksi ayam ras pedaging (broiler) Indonesia dari tahun 2012 hingga 2020 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Produksi daging ayam ras pedaging (broiler) tahun 2009 hingga 2020

Tahun	Produksi Ayam Broiler (Ton)
2012	1.400.468,00
2013	1.497.876,00
2014	1.544.378,00
2015	1.628.307,00
2016	1.905.497,28
2017	3.175.853,00
2018	3.409.558,00
2019	3.495.090,53
2020	3.275.325,72

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang sektor peternakan dalam memproduksi daging ayam ras pedaging (broiler) adalah PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk yang berdiri pada tahun 1972. Saat ini, PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk bergerak pada kegiatan agro-bisnis yang mencakup spektrum bisnis unggas, mulai dari produksi pakan ternak, DOC, olahan daging ayam, produksi sapronak, obat-obatan unggas/ternak/hewan, dan lainnya. Kemudian, PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk menciptakan anak perusahaan untuk memaksimalkan peningkatan penjualan yang bergerak di bidang distribusi dan *retail product* makanan olahan beku, yaitu PT Primafood International. PT Primafood International memiliki unit bisnis yang bernama Prima Freshmart. Prima Freshmart merupakan *specialty store* yang menawarkan produk seperti daging ayam, telur,

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.

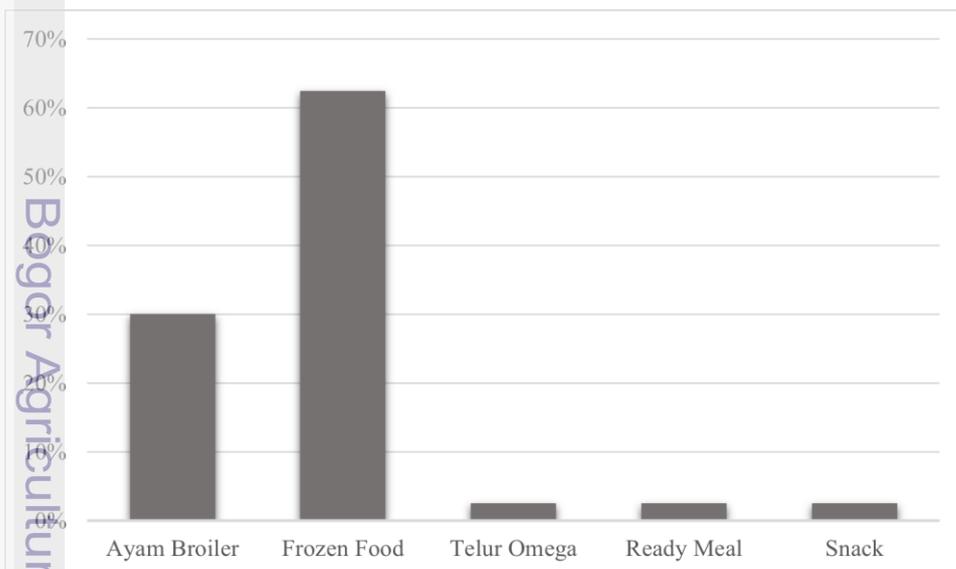
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dan makanan beku (*frozen food*). Nilai yang diberikan Prima Freshmart kepada konsumen adalah harga murah & terjangkau, produk berkualitas, pelayanan ramah, dan mudahnya akses pembelian. Tujuan didirikan Prima Freshmart, yaitu memenuhi kebutuhan pokok seperti menyediakan pangan utama hewani berupa ayam, telur, makanan olahan beku (*frozen food*) dan makanan maupun minuman lainnya. Prima Freshmart memiliki kurang lebih 600 cabang yang tersebar di Jabodetabek dan di area Pulau Jawa serta Bali. Terdiri di antaranya, Prima Freshmart sudah memiliki 69 toko cabang di Bogor. Salah satu cabang Prima Freshmart yang berada di Bogor, yaitu Prima Freshmart Mayor Oking 2 yang berlokasi di Jalan Raya Mayor Oking Jaya Atmaja No. 70 D, Ciriung Cibinong, Bogor, Cirimekar, Cibinong, Bogor, Jawa Barat, 16917.

Saat ini, permintaan pasar untuk barang-barang yang menunjang guna menghadapi pandemi Covid-19 meningkat tajam, seperti masker, sabun cuci tangan, sarung tangan, hand sanitizer, tak terkecuali *frozen food* (makanan cepat saji). Beberapa perusahaan makanan olahan berjenis *frozen food* mengalami peningkatan permintaan sangat tajam. *Frozen food* (makanan cepat saji) saat ini mengalami pelonjakan permintaan hingga tiga kali lipat dari biasanya. Hal ini disebabkan bahwa *frozen food* dianggap bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama, proses penyajiannya yang cepat dan praktis membuat konsumen memilih makanan jenis tersebut untuk menjadi salah satu kebutuhan utama yang harus tersedia ditengah kondisi pandemi Covid-19 (Chusnah 2020). Selain itu, berdampak terhadap globalisasi yang menciptakan perubahan pola atau gaya hidup masyarakat seperti perubahan pola konsumsi masyarakat di kota-kota besar dengan kesibukan bekerja sehari-hari yang banyak menyita waktu sehingga menyebabkan masyarakat tidak memiliki banyak waktu untuk memasak lauk dan sayuran untuk makanan sehari-hari (Kementrian Perdagangan 2015).

Hal tersebut mempengaruhi data penjualan pada Prima Freshmart Mayor Oking 2 yang kecenderungan mengalami peningkatan permintaan terhadap konsumen. Berikut data penjualan produk yang dibeli konsumen pada toko Prima Freshmart Mayor Oking 2 dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Penjualan produk di Prima Freshmart Mayor Oking 2
Sumber: Data primer 2021 (diolah)

Berdasarkan Gambar 1 dapat disimpulkan bahwa permintaan terhadap produk *frozen food* sangat diminati dibandingkan dengan produk karkas ayam broiler di Prima Freshmart Mayor Oking 2. Sehingga, penulis ingin memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen dengan membuat alternatif baru berupa pengembangan produk olahan daging ayam sebagai penambahan varian pada produk *frozen food* (ayam bumbu cepat saji) yang ada di Prima Freshmart Mayor Oking 2. Hasil survei kuesioner menunjukkan bahwa 97,5% konsumen dari 40 responden sangat tertarik untuk membeli produk ayam bumbu cepat saji karena konsumen menyukai gaya pola hidup yang lebih praktis.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan dari penulisan Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah:

- Memetakan *Business Model Canvas (BMC)* pada Prima Freshmart Mayor Oking 2
- Menganalisis *Business Model Canvas (BMC)* dengan metode analisis SWOT
- Merumuskan strategi pengembangan bisnis
- Merancang *Business Model Canvas (BMC)* pengembangan bisnis pada Prima Freshmart Mayor Oking 2



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies