

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor yang sangat penting dalam perkeekonomian nasional. Pertanian juga merupakan sektor yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan (*employment contribution*). Peran penting lainnya adalah dalam penyediaan kebutuhan pangan dan energi manusia. Semakin meningkatnya jumlah penduduk berarti kebutuhan akan pangan dan energi juga semakin meningkat. Dengan demikian, sektor pertanian yang menghasilkan pangan seperti susu, sayur, daging, ayam dan sebagainya dan bioenergi juga semakin meningkat.

Susu dipandang dari segi peternakan adalah suatu sekresi kelenjar susu dari sapi yang sedang laktasi atau ternak yang sedang laktasi, dan dilakukan pemerahan dengan sempurna, tidak termasuk kolostrum serta tidak ditambah atau dikurangi oleh suatu komponen apapun. Susu dari segi gizi berhubungan dengan kepentingan makanan yaitu suatu zat makanan yang dibutuhkan oleh tubuh untuk pertumbuhan dan mempunyai imbalan yang sesuai dengan gizi (Soeparno *et al.* 2011).

Susu yang dihasilkan peternakan sapi perah dapat menyumbang untuk memenuhi kebutuhan konsumsi susu nasional yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019, tingkat konsumsi susu masyarakat Indonesia tahun 2019 masih berkisar 16,23 kg/kapita/tahun. Dengan kebutuhan susu nasional (2019) mencapai 4,3 juta ton, produksi susu segar dalam negeri hanya mampu memenuhi 22 persen dari kebutuhan nasional. Populasi sapi perah nasional pada tahun 2019 sebanyak 561.061 ekor dengan produksi susu sebanyak 996.442 ton (Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan 2020). Sebagaimana dapat dilihat dari data tersebut bahwa masih kurangnya produksi susu untuk memenuhi konsumsi masyarakat sehingga masih perlu memberdayakan para peternak untuk memproduksi susu lebih banyak. Provinsi Jawa Barat, khususnya Kota Bogor menjadi salah satu penyumbang susu sapi perah di Indonesia. Data produksi susu sapi perah di Kota Bogor dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Produksi susu sapi perah di Kota Bogor 2018-2020

Tahun	Produksi susu sapi perah (ton)
2018	1983
2019	2003
2020	2821

Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat 2018-2020

Berdasarkan data BPS Provinsi Jawa Barat 2018-2020 dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa produksi susu sapi perah di Kota Bogor setiap tahunnya meningkat. Maka peternakan sapi perah sangat dibutuhkan sebagai penyuplai susu dalam upaya memenuhi konsumsi susu masyarakat di Kota Bogor. Konsumsi masyarakat terhadap produk susu dan olahannya juga dapat dilihat dari data Koperasi Produksi Susu yang menunjukkan bahwa para masyarakat memiliki minat yang tinggi terhadap produk susu dan olahannya. Data pembelian susu murni oleh perusahaan pada KPS Kota Bogor 2021 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Data pembelian susu murni oleh perusahaan pada KPS Kota Bogor 2021

No.	Nama perusahaan	Jumlah pembelian (ton)
1	PT. Indolakto	11
2	PT. Fonusa Agung Mulia	2
3	PT. Nutrifood Indonesia	5
4	PT. Bukit Baros Cempaka	5
	Total	23

Sumber : KPS Kota Bogor (2021)

Pada Tabel 1 dan Tabel 2, peternak sapi perah dibutuhkan dan diperbanyak keberadaannya sehingga setiap peternak harus memiliki strateginya sendiri dalam membangun peternakan mereka. Strategi pengembangan usahatani susu sapi perah rakyat bergerak sejalan dengan pemasaran hasil usahatani susu sapi perah rakyat. Pemasaran pertanian dapat menciptakan nilai tambah melalui guna tempat, guna bentuk, dan guna waktu. Pemasaran merupakan proses perencanaan dan penetapan konsepsi, penetapan harga, promosi, distribusi barang dan jasa dengan menciptakan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan individu dan organisasi (Sudiyono 2004).

Barokah *Farm* merupakan salah satu peternak rakyat yang bergerak di bidang sapi perah yang berlokasi daerah Kebon Pedes, Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat. Barokah *Farm* berencana memperluas pemasaran produk susu guna membantu mengatasi permasalahan yang terjadi. Penjualan langsung dan melalui media sosial menjadi salah satu cara yang digunakan oleh Barokah *Farm* sebagai upaya memperluas pemasaran produk susu sapi perah. Alasan memilih cara dengan penjualan langsung dan media sosial karena Barokah *Farm* yakin dengan kualitas susu sapi yang mereka produksi. Dalam pengembangan bisnis dengan cara memperluas pemasaran banyak hal yang akan dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Whatsapp secara maksimal dan melakukan penjualan langsung untuk mengetahui bagaimana respon pasar terhadap produk di Barokah *Farm*.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang maka dapat diambil tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini ialah :

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis *Business Model Canvas* perusahaan dengan melakukan strategi perluasan pasar produk susu di Barokah *Farm*.
2. Menganalisis pengembangan unit bisnis melalui *Business Model Canvas*.
3. Menganalisis saluran pemasaran dari produk susu di Barokah *Farm*.
4. Menganalisis margin pemasaran di setiap saluran pemasaran dari produk susu di Barokah *Farm*.