

RINGKASAN

Aplonia Marlina Tanggela. 202040003. Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Perah Menggunakan Bisnis Model Canvas (Bmc) Di Cv Ef Growfarm Indonesia Kabupaten Pasuruan. Pembimbing Utama : Farida Kusuma Astuti, S.Pt.,MP. Pembimbing Pendamping : Rosyida Fajri Rinanti, S.Pt.,MP

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pengembangan model bisnis pada usaha peternakan sapi perah agar mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas pasar, serta menjaga keberlanjutan usaha peternakan. EF GrowFarm Indonesia merupakan usaha peternakan sapi perah yang tidak hanya memproduksi susu segar, tetapi juga mengembangkan berbagai produk olahan susu untuk meningkatkan nilai ekonomi hasil peternakan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis EF GrowFarm Indonesia menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) serta merumuskan strategi pengembangan usaha berdasarkan hasil analisis model bisnis tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah pengelola usaha EF GrowFarm Indonesia. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dengan memetakan hasil temuan penelitian ke dalam sembilan elemen Business Model Canvas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa EF GrowFarm Indonesia memiliki kapasitas produksi susu sekitar 300 liter per hari, atau sekitar 9.000 liter per bulan dan 108.000 liter per tahun pada tahun 2026. Sumber pendapatan utama berasal dari penjualan susu segar dengan tambahan pendapatan dari produk olahan seperti yoghurt, stik susu, permen susu, kosmetik, dan susu pasteurisasi. Hasil analisis Business Model Canvas menunjukkan bahwa model bisnis EF GrowFarm Indonesia telah mencakup sembilan elemen utama yang saling terintegrasi, meliputi kemitraan dengan koperasi susu dan dinas peternakan, aktivitas utama berupa pemeliharaan sapi perah hingga pemasaran produk, serta sumber daya yang mendukung produksi. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan seperti keterbatasan segmen pasar dan belum optimalnya pemasaran digital. Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan adalah memperluas pasar, meningkatkan pemasaran digital, mengembangkan inovasi produk olahan, memperkuat hubungan pelanggan, serta meningkatkan efisiensi biaya produksi terutama pada komponen pakan ternak guna mendukung keberlanjutan usaha peternakan sapi perah.

Kata kunci: Business Model Canvas, peternakan sapi perah, model bisnis, strategi pengembangan usaha, produk olahan susu, agribisnis.

SUMMARY

Aplonia Marlina Tanggela. 202040003. Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Perah Menggunakan Bisnis Model Canvas (Bmc) Di Cv Ef Growfarm Indonesia Kabupaten Pasuruan. Pembimbing Utama : Farida Kusuma Astuti, S.Pt.,MP. Pembimbing Pendamping : Rosyida Fajri Rinanti, S.Pt.,MP

This research is motivated by the importance of developing a business model in dairy farming to enhance product value, expand markets, and maintain the sustainability of the farming business. EF GrowFarm Indonesia is a dairy farming business that not only produces fresh milk but also develops various processed dairy products to enhance the economic value of its livestock output. This research aims to analyze the business model of EF GrowFarm Indonesia using the Business Model Canvas (BMC) approach and to formulate business development strategies based on the results of the business model analysis. This research uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques thru interviews, observations, and documentation. The research subjects are the managers of EF GrowFarm Indonesia. Data analysis was conducted thru the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing by mapping the research findings into the nine elements of the Business Model Canvas. The research results indicate that EF GrowFarm Indonesia has a milk production capacity of approximately 300 liters per day, or around 9,000 liters per month and 108,000 liters per year by 2026. The main source of income comes from the sale of fresh milk, with additional income from processed products such as yogurt, milk sticks, milk candies, cosmetics, and pasteurized milk. The results of the Business Model Canvas analysis show that the EF GrowFarm Indonesia business model encompasses nine main integrated elements, including partnerships with dairy cooperatives and livestock services, key activities ranging from dairy cattle maintenance to product marketing, and resources that support production. However, there are still some weaknesses such as limited market segments and suboptimal digital marketing. Therefore, the business development strategies that can be implemented include expanding the market, enhancing digital marketing, developing innovative processed products, strengthening customer relationships, and improving production cost efficiency, especially in the livestock feed component, to support the sustainability of the dairy farming business.

Keywords: Business Model Canvas, dairy cattle farming, business model, business development strategy, processed dairy products, agribusiness.