

Analisis Rencana Strategi Bisnis Penjualan Domba Berdasarkan Pemahaman Pasar

Kiki Septian

Sekolah Tinggi Teknologi Bandung

Erni Nurjanah

Sekolah Tinggi Teknologi Bandung, erni.bugnie@gmail.com

Abstrak

Tujuan_ Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan penjualan domba dengan rencana strategi yang efektif berdasarkan pemahaman pasar.

Desain/Metode_ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei pendahuluan yang meliputi pengamatan awal dalam melakukan penelitian serta melakukan wawancara ke Pak Toro selaku pemilik peternakan domba. Metode lainnya yaitu studi literatur, menentukan topik penelitian dan identifikasi masalah, dan analisis rencana strategis bisnis.

Temuan_ Pada konsep menjalankan bisnis didapatkan ide bisnis, rencana bisnis, rencana manajemen, rencana pemasaran dan rencana keuangan.

Implikasi_ Tahapan ide menjalankan bisnis memperhatikan dalam stabilitas harga, kurangnya campur tangan pemerintah, potensi ekspor, pengalaman dan pengetahuan. Tahapan perencanaan strategis dijelaskan identifikasi target pasar, pemilihan lokasi dan skala usaha, manajemen pemeliharaan, rantai pasokan distribusi, manajemen keuangan dan pemasarannya. Dijelaskan pula dalam tahapan penjelasan startegi bisnisnya, rancangan BMC dan etika bisnis.

Tipe Penelitian_ Studi Empiris

Kata Kunci : Rencana Bisnis, Penjualan Domba, BMC

I. Pendahuluan

Industri peternakan domba merupakan sektor ekonomi yang berfokus pada pemeliharaan dan pengembangbiakan domba. Peternakan domba dilakukan untuk berbagai tujuan, seperti produksi daging, wol, kulit, susu, dan pemeliharaan sebagai hewan peliharaan. Pemeliharaan domba dapat dilakukan di berbagai skala, mulai dari peternakan skala kecil hingga peternakan komersial. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pemeliharaan domba meliputi pemilihan ras yang sesuai, pengaturan lingkungan yang baik, perawatan kesehatan, dan pemberian nutrisi yang tepat. Lebih dekat dari itu, ada usaha yang dijalankan oleh Pak Toro yang berfokus hanya Peternakan Domba yang selanjutnya akan menjadi Usaha Peternakan Domba. Beliau memulai usahanya dari tahun 2006. Beliau adalah Lulusan Hukum disalah satu Perguruan Tinggi di Indonesia, karena beliau tidak diterima kerja dimana-mana, akhirnya beliau memutuskan berwiraswasta sebagai peternak domba.

Awal mula beliau ingin berwirausaha yaitu mengikuti pamannya. Mengawali berwirausaha di bidang peternakan domba, beliau membeli modal 12 ekor domba dengan harga 2,5 juta. Dalam satu tahun, beliau berhasil menjual 50 ekor dari modal 12 ekor domba. Seiring beberapa waktu, pada tahun 2012, beliau mendapatkan banyak keuntungan dari penjualan domba. Beliau berhasil menjual 2500 ekor domba. Namun, semenjak virus corona melanda di Indonesia, pendapatan pak Toro pun semakin

berkurang, harga jual domba mulai turun. Tetapi beliau tidak putus asa, beliau memulai lagi usahanya dari nol, sehingga beliau menjadi pengusaha ternak yang sukses. Beliau bukan hanya menjual domba saja, namun beliau juga memanfaatkan kotoran domba itu menjadi pupuk tanaman dan bisa dijual kepada para petani.

Berdasarkan adanya permasalahan diatas penulis bertujuan untuk mengoptimalkan penjualan domba Pak Toro dengan rencana strategi yang efektif berdasarkan pemahaman pasar.

II. Kajian Teori

Tina Hernawati Suryatman pada tahun 2021 melakukan penelitian dengan judul "**Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT.Panarub Industry**" dengan tujuan utk menentukan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut dan dihasilkan

- Mempertahankan kualitas produk sepatu Adidas. Dengan memanfaatkan bahan/material produk yang selalu tersedia dan diambil dari produsen yang sama.
- Memanfaatkan online marketing untuk memasarkan produk dengan memasang iklan di aplikasi-aplikasi belanja online, sosial media, dan membuat website perusahaan yang berupa tren yang ada di masyarakat kini yaitu online marketing.
- Meningkatkan produk yang lebih inovatif dan bervariasi. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi guna menambah pengetahuan tentang inovasi dalam pembuatan sepatu dan agar memiliki ciri khas yang unik dan berbeda diantara perusahaan lainnya.

Nurita ayu Kumalasari pada tahun 2016 dengan judul "**PERENCANAAN STRATEGI PROMOSI MELALUI ANALISIS SWOT PADA BISNIS DELICY**" melakukan penelitian yg bertujuan untuk melakukan perencanaan strategi bisnis untuk perusahaan Delicy agar penjualan bisa berjalan stabil dan meningkat. Dari penelitian tersebut dapat diperoleh simpulan bahwa bisnis Delicy dengan adanya pemakaian analisis SWOT berada pada posisi kuadran dua yang menggunakan strategi diversifikasi atau strategi ST yaitu dengan melakukan inovasi produk baru. Dengan mengetahui pada posisi kuadran dua dapat dirancang strategi promosi yang terdiri dari delapan tipe bauran promosi. Penetapan hasil tersebut dari tujuh informan yang telah dilakukan, diantaranya adalah satu rekan project, tiga konsumen, satu fasilitator dan dua pesaing. Dengan menetapkan perancangan strategi promosi agar Delicy semakin berkembang dalam industri makanan beku diantaranya dengan adanya pengembangan inovasi produk yang sebelumnya hanya nugget saja namun dengan menambah variasi produk dan meningkatkan promosi secara online yang semula hanya melalui twitter saja, melainkan mulai menambah instagram dan mengadakan photo contest atau giveaway, serta voucher discount untuk menarik minat konsumen terhadap produk Delicy.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu maka penulis melakukan penelitian mengenai rencana strategi bisnis pada usaha penjualan domba.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa tahapan yang dilakukan, yaitu:

Survei Pendahuluan: dalam melakukan penelitian hal pertama yang dilakukan adalah survei awal dengan melakukan pengamatan ke tempat objek penelitian dan melakukan wawancara dengan pemilik domba Pak Toro mengenai hal apa saja yang akan dibutuhkan.

Studi Literatur: Tahapan studi literatur ini adalah mencari dan mempelajari teori yang akan dijadikan landasan penelitian meliputi industry peternakan domba, covid-19, strategi bisnis dan BMC.

Menetapkan Topik Penelitian dan Identifikasi Masalah: Tahapan selanjutnya adalah menentukan topik yang akan dilakukan serta identifikasi masalah yang terjadi di tempat penelitian yang meliputi latar belakang masalah dan tujuan.

Analisis Rencana Strategis Bisnis: Tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap bisnis Pak Toro yang meliputi konsep dalam menjalankan bisnis, ide menjalankan bisnis, perencanaan strategis, penjelasan strategi bisnis, rancangan BMC dan etika bisnis.

Hasil Dan Pembahasan

Konsep Menjalankan Bisnis

Ide Bisnis: Dari penjelasan yang dijelaskan oleh pak Toro di dalam video, ide bisnis yang la gambarkan adalah kurangnya pengusaha ternak yang ada di daerahnya, dan juga beliau mengikuti bisnis pamannya, yaitu ternak domba.

Rencana Bisnis: Pak Toro membuat beberapa kandang domba dan mulai membeli 12 ekor domba dengan modal 2,5 juta.

Rencana Manajemen: Membuat target pasar, Mengumpulkan modal, Membuat kandang domba, Membeli 12 ekor domba, Membuat lowongan untuk pegawai, Melihat peluang penjualan dan harga pasar, Memasarkannya.

Rencana Pemasaran: memberikan harga yang berkualitas dan menjual di pasar.

Rencana Keuangan: pemasukan, pengeluaran dan tabungan.

Ide Menjalankan Bisnis

Ide menjalankan bisnis ternak domba Pak Toro mencakup beberapa ide yang brilian sehingga bisnis nya menjadi sangat maju. Dimulai dari Potensi Pasar, seperti permintaan domba yang meningkat menjelang Idul Adha, sebuah perayaan agama yang melibatkan penyembelihan hewan kurban. Permintaan yang tinggi ini menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan.

Stabilitas Harga: Dalam perbandingan dengan ternak sapi dan ayam, harga domba cenderung lebih stabil. Hal ini dikarenakan ketersediaan domba yang masih terbatas dan belum terpengaruh oleh impor. Stabilitas harga ini memberikan keuntungan bagi peternak.

Kurangnya Campur Tangan Pemerintah: Domba adalah salah satu jenis ternak yang paling sedikit terpengaruh oleh regulasi dan campur tangan pemerintah. Hal ini memberikan kebebasan dan fleksibilitas dalam menjalankan bisnis ternak domba.

Potensi Ekspor: Indonesia memiliki potensi ekspor domba ke negara-negara seperti Malaysia, Brunei, dan Arab Saudi. Permintaan dari negara-negara tersebut membuka peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan melalui ekspor domba.

Pengalaman dan Pengetahuan: Narasumber mengungkapkan bahwa dia telah menggeluti bisnis ternak domba selama 17 tahun. Pengalaman dan pengetahuan yang dikumpulkan selama bertahun-tahun membantu dalam mengelola bisnis dengan baik dan menghadapi tantangan yang muncul.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas, narasumber memutuskan untuk menjalankan bisnis ternak domba dan telah meraih kesuksesan selama bertahun-tahun.

Perencanaan Strategis

Beberapa elemen yang termasuk dalam perencanaan strategis Pak Toro dalam menjalankan Bisnis Wirausaha Ternak Domba:

1. **Identifikasi Target Pasar:** Pak Toro telah melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi target pasar potensial, baik lokal maupun internasional. Pak Toro juga telah mempelajari permintaan daging domba di daerah tersebut dan menentukan segmen pasar yang akan mereka fokuskan.
2. **Pemilihan Lokasi dan Skala Usaha:** Pak Toro telah memilih lokasi yang strategis untuk bisnis ternak domba mereka. Faktor seperti ketersediaan lahan, aksesibilitas ke pasar, dan lingkungan yang sesuai untuk pemeliharaan domba dapat menjadi pertimbangan penting dalam perencanaan

mereka. Selain itu, Pak Toro juga telah menentukan skala usaha yang diinginkan, berdasarkan kapasitas finansial, sumber daya yang tersedia, dan potensi pasar.

3. **Manajemen Pemeliharaan dan Pembiakan:** Pak Toro telah mengembangkan strategi untuk mengelola pemeliharaan dan pembiakan domba secara efektif. Ini meliputi pemilihan jenis domba yang tepat, perawatan kesehatan, manajemen pakan, pemilihan betina dan jantan yang berkualitas, serta pemantauan reproduksi dan pertumbuhan domba.
4. **Rantai Pasokan dan Distribusi:** Untuk memenuhi permintaan yang tinggi, Pak Toro telah merencanakan strategi rantai pasokan yang efisien. Ini melibatkan kerjasama dengan peternak lain, pemasok pakan ternak, penyedia layanan kesehatan hewan, serta pengaturan distribusi daging domba ke pasar lokal atau ekspor.
5. **Manajemen Keuangan dan Pengendalian Biaya:** Pak Toro telah merencanakan strategi keuangan untuk memantau dan mengendalikan biaya operasional, seperti pakan, perawatan hewan, infrastruktur, dan tenaga kerja. Pak Toro juga telah mengatur sistem pencatatan keuangan yang efektif untuk memonitor pendapatan dan pengeluaran bisnis.
6. **Pemasaran dan Promosi:** Pak Toro telah mengembangkan strategi pemasaran dan promosi untuk memasarkan produk daging domba mereka.

Penjelasan Strategi Bisnis

Berikut adalah beberapa komponen yang termasuk dalam perencanaan strategis bisnis ternak domba Pak Toro:

Visi dan Misi Bisnis: Pak Toro telah merumuskan visi dan misi bisnis mereka. Visi menggambarkan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai, sedangkan misi merumuskan tujuan bisnis secara keseluruhan dan nilai-nilai yang dipegang.

Analisis SWOT: Dilakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan internal, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin mempengaruhi bisnis. Informasi ini digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat.

Segmentasi Pasar: Pak Toro telah melakukan segmentasi pasar untuk mengidentifikasi segmen pasar yang paling menjanjikan dan sesuai dengan keahlian dan sumber daya mereka. Segmentasi dapat berdasarkan geografis, demografis, perilaku konsumen, atau faktor lain yang relevan.

Strategi Pemasaran: Strategi pemasaran untuk memasarkan produk daging domba mereka. Ini melibatkan penetapan harga yang kompetitif, pemilihan saluran distribusi yang efektif, strategi branding, dan promosi yang tepat.

Pengembangan Kualitas dan Inovasi: Fokus pada pengembangan kualitas domba yang dihasilkan dan inovasi dalam pemeliharaan domba. Upaya dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas daging, meningkatkan kebersihan dan kesehatan ternak, serta menerapkan teknologi atau praktik terbaru dalam usaha ternak domba.

Keuangan dan Pengelolaan Risiko: Pak Toro telah merencanakan pengelolaan keuangan yang cermat, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan arus kas, dan pemantauan kinerja keuangan. Selain itu, Pak Toro juga telah mengidentifikasi dan mengelola risiko bisnis seperti fluktuasi harga pakan, penyakit hewan, atau perubahan regulasi.

Pengembangan Sumber Daya Manusia: Perhatian terhadap pengembangan tim kerja yang terampil dan terlatih. Ini dapat melibatkan pelatihan dan pengembangan karyawan, perencanaan suksesi, serta penciptaan lingkungan kerja yang positif dan produktif.

Rencana Pertumbuhan dan Ekspansi: Pak Toro telah merencanakan pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang, termasuk rencana untuk meningkatkan skala operasi, diversifikasi produk, atau ekspansi ke wilayah baru.

Rancangan BMC

Business Model Canvas				
Key Partners 1. Peternak lokal untuk memperoleh domba dari sumber yang terpercaya. 2. Pengedia pakan ternak yang dapat dipercaya. 3. Distributor atau agen ekspor untuk memfasilitasi ekspor ke negara tujuan.	Key Activities 1. Pemeliharaan domba yang sehat dan pakan yang teratur. 2. Pemilihan domba berkualitas dan pembiakan yang optimal. 3. Manajemen keuangan yang cermat dan pemantauan kinerja bisnis.	Value Propositions 1. Pengediaan domba berkualitas untuk kebutuhan kurban menjelang Idul Adha. 2. Stabilitas harga domba yang kompetitif. Ketersediaan daging domba segar dan halal.	Customer Relationships 1. Kualitas produk yang konsisten dan kepercayaan pelanggan. 2. Pelayanan pelanggan yang baik melalui komunikasi yang efektif. 3. Mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui kepuasan dan keandalan.	Customer Segments 1. Peternak hewan kurban yang membutuhkan domba menjelang Idul Adha. 2. Pasar lokal dan internasional yang memiliki permintaan terhadap daging domba. 3. Mempunyai 48 reseller aktif
	Key Resources 1. Lahan peternakan yang mencukupi untuk pemeliharaan domba. 2. Domba berkualitas dan betina serta jantan yang baik untuk pembiakan. 3. Infrastruktur dan peralatan pemeliharaan domba, seperti kandang dan sistem pakan.		Channels 1. Penjualan langsung ke peternak dan konsumen lokal melalui lokasi peternakan atau outlet ritel. 2. Kerjasama dengan toko daging atau pasar tradisional untuk menyediakan daging domba. 3. Ekspor langsung ke negara tujuan dengan kerjasama pihak ketiga	
Cost Structure 1. Biaya pemeliharaan domba, termasuk pakan, perawatan kesehatan, dan pembiakan. 2. Biaya operasional, seperti listrik, air, dan pengelolaan lahan. 3. Biaya pemasaran dan promosi.			Revenue Streams 1. Penjualan langsung daging domba ke peternak atau konsumen dengan harga yang menguntungkan. 2. Pendapatan dari ekspor domba ke negara tujuan. 3. Potensi pendapatan dari kerjasama dengan toko daging atau pasar tradisional.	

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan prinsip dan nilai-nilai moral yang digunakan dalam menjalankan bisnis. Dalam bisnis ternak domba Pak Toro, beberapa aspek etika bisnis yang relevan dapat menjadi pertimbangan, antara lain:

Kesejahteraan Hewan: Pemeliharaan domba harus memperhatikan kesejahteraan hewan. Ini melibatkan memberikan perawatan yang baik, kondisi hidup yang layak, akses ke pakan dan air yang cukup, serta penanganan yang manusiawi. Pemeliharaan hewan yang etis adalah tanggung jawab utama peternak.

Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan: Etika bisnis yang baik melibatkan memberikan produk domba berkualitas kepada pelanggan. Produk yang dihasilkan harus memenuhi standar kesehatan, kebersihan, dan kehalalan. Kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan harus diutamakan dalam memberikan layanan yang baik.

Transparansi dan Keterbukaan: Etika bisnis yang kuat melibatkan transparansi dan keterbukaan kepada pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat. Informasi yang akurat dan jujur tentang praktik pemeliharaan, metode produksi, serta sumber dan kualitas daging domba harus disampaikan dengan jelas.

Keadilan dan Kelayakan: Etika bisnis menekankan pada keadilan dan kelayakan dalam interaksi dengan mitra bisnis, termasuk peternak, pemasok, dan distributor. Kontrak atau perjanjian harus dilaksanakan dengan adil dan berdasarkan prinsip-prinsip hukum yang berlaku.

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan: Bisnis ternak domba harus mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Hal ini melibatkan pengelolaan lingkungan

yang berkelanjutan, penggunaan sumber daya secara bijaksana, serta kontribusi terhadap keberlanjutan sosial dan ekonomi komunitas sekitar.

Kepatuhan Hukum dan Peraturan: Etika bisnis yang kuat mematuhi semua hukum, peraturan, dan persyaratan yang berlaku dalam operasional bisnis ternak domba. Hal ini mencakup perizinan yang diperlukan, persyaratan kesehatan hewan, peraturan sanitasi, dan aturan ketenagakerjaan.

IV. Penutup

Kesimpulan dari faktor-faktor yang mendukung menjadi wirausaha adalah bahwa menjadi wirausaha yang sukses membutuhkan kombinasi berbagai elemen, termasuk ketekunan, kreativitas, keterampilan manajemen, networking, adaptabilitas, kesadaran pasar, pengelolaan keuangan yang baik, motivasi, dan kemandirian. Mengembangkan faktor-faktor ini secara holistik dapat membantu seseorang dalam meraih kesuksesan dalam bisnis.

Daftar Pustaka

- Nurita Ayu Kumalasari, 2016. "PERENCANAAN STRATEGI PROMOSI MELALUI ANALISIS SWOT PADA BISNIS DELICITY". PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol 1 (2).
- Tina Hernawati Suryatman, 2021. Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry. Journal Industrial Manufacturing. Vol 6 (1) pp. 43-56