

Literasi Pemanfaatan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT dalam Perumusan Strategi Usaha Burung Puyuh di Desa Dero, Pakem, Sleman

Ignatius Novianto Hariwibowo^{1*}, Daniel Yudistya Wardhana²

^{1,2}Universitas Atma Jaya Yogyakarta

e-mail: ^{1*}novianto.wibowo@uajy.ac.id, ²yudistya.wardhana@uajy.ac.id

Abstrak

Usaha ternak burung puyuh memiliki peluang yang besar untuk dapat dikembangkan sebagai alternatif ternak unggas yang selama ini telah banyak dilakukan oleh masyarakat di Desa Dero, Harjobinangun, Pakem, Sleman. Usaha ternak burung puyuh telah bekerja sama dengan PT. Peksi dalam hal pasokan bibit dan distribusi hasil. Namun demikian pengusaha ternak burung puyuh memiliki kesempatan untuk dapat mengembangkan pasar secara mandiri. Oleh karena itu, tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan literasi bisnis dan mendampingi perumusan strategi pengembangan usaha ternak burung puyuh diperlukan untuk dapat memaksimalkan hasil ternak. Pengabdian dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisa SWOT dan *Business Model Canvas*. Dengan pendekatan tersebut, metode wawancara dan pendampingan dilakukan dengan bertujuan untuk membantu pemilik usaha untuk dapat memahami potensi usaha yang merumuskan strategi atas dasar potensi yang dimiliki. Hasil pengabdian adalah rencana strategis usaha yang dapat diimplementasikan.

Kata Kunci: *business model canvas*, SWOT, ternak burung puyuh

Abstract

Quail farming has a great opportunity to be developed as an alternative to poultry, which so far has been carried out by many people in Dero Village, Harjobinangun, Pakem, Sleman. Quail farming business has collaborated with PT. Peksi in terms of seed supply and yield distribution. However, quail livestock entrepreneurs have the opportunity to be able to develop the market independently. Therefore, the purpose of this service is to increase business literacy and assist in the formulation of a strategy for developing a quail livestock business that is needed to maximize livestock yields. The service is carried out using the SWOT analysis approach and the Business Model Canvas. With this approach, interview and mentoring methods are carried out with the aim of helping business owners to be able to understand the potential of businesses that formulate strategies on the basis of their potential. The result of dedication is a business strategic plan that can be implemented.

Keywords: *Business Model Canvas*, SWOT, Quail



Pendahuluan

Beternak burung puyuh merupakan alternatif usaha pedesaan disamping pertanian. Permintaan pasar yang tinggi, mencapai 11 juta butir telur hanya mampu tercukupi sekitar 3,5 juta, menyebabkan besarnya potensi penghasilan dari beternak burung puyuh. Selain itu, pemeliharaannya yang cenderung lebih mudah dari menyebabkan usaha ini mulai banyak diminati oleh masyarakat di daerah pedesaan yang masih memiliki lahan atau tempat untuk beternak (Raharjo et al., 2018; Wangefela et al., 2018)

Pendampingan UMKM ternak burung puyuh dalam pengabdian ini dilakukan pada usaha yang dimiliki oleh Bapak Joko Sutarno yang merupakan salah satu warga Desa Dero Wetan, Harjobinangun, Pakem. Sleman, DIY. Sebagai peternak burung puyuh, Bapak Joko Sutarno menyadari peluang penghasilan yang besar, namun juga pada saat yang sama menyadari tantangan dalam pengembangan usaha khususnya dalam pemasaran. Banyaknya produk ternak lain menyebabkan tingginya persaingan, terutama dari ternak unggas. Di samping itu, banyak peternak unggas yang ada di daerah tersebut secara tidak langsung juga menjadi pesaing produk ternak burung puyuh. Selain itu, lokasi yang jauh dari kota menimbulkan akses yang tidak mudah. Walaupun pedagang telah datang sendiri untuk mengambil hasil ternak, namun akses terhadap pasar yang lebih luas akan dapat meningkatkan peluang pasar yang besar dengan tidak bergantung pada beberapa pedagang yang datang. Oleh karena masalah yang dihadapi peternak burung puyuh, maka pendampingan dalam merumuskan strategi perlu dilakukan untuk mempersiapkan UMKM ternak burung puyuh dapat semakin berkembang di tengah persaingan yang mulai meningkat.

Selama ini, pemilik ternak burung puyuh telah bekerja sama dengan PT. Peksi dalam mempersiapkan bibit burung puyuh. Kemudian hasil panen ternak akan dijual kepada PT. Peksi. Untuk mengurangi risiko usaha pemilik usaha fokus pada hasil ternak telur burung puyuh. Namun demikian telur juga dapat dijual kepada masyarakat umum atau pengusaha dapat menyalurkan ke pasar sendiri. Dalam hal ini peternak memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan dari hasil penjualan telur burung puyuh. Namun demikian, pengusaha perlu mencari peluang pasar yang ada.

Pendampingan yang dilakukan akan berfokus membantu identifikasi permasalahan, peluang dan penyusunan strategi bagi usaha burung puyuh ini. Kemudian akan mengarah pada literasi bisnis dan usaha yaitu dengan memberikan pelatihan kepada pemilik usaha untuk dapat mengembangkan bisnis model yang sesuai dan optimal. Pengabdian pada masyarakat ini akan menggunakan pendekatan analisis SWOT dan analisis *Business Model Canvas*.

Analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) merupakan analisa kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman dari suatu usaha. Metode atau cara ini banyak digunakan untuk merumuskan strategi usaha. Walaupun berkembang pada dunia usaha yang maju, SWOT juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi strategi bagi usaha kecil menengah. Penerapan analisa SWOT juga telah dilakukan untuk merumuskan strategi pada pengusaha ternak burung (Nurdianto & Baehaki,

2020; Susilowati, 2021). Referensi terdahulu menunjukkan bahwa SWOT telah digunakan untuk merumuskan strategi pada usaha peternakan. Analisa SWOT akan digunakan dalam rangka membantu merumuskan strategi pengembangan hasil ternak burung puyuh.

Untuk dapat merumuskan strategi yang sesuai, pengabdian ini juga menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* yang merupakan suatu metode analisis berpikir yang menunjukkan cara suatu organisasi menangkap, merancang dan memberikan suatu nilai pada produk atau layanannya. Konsep tersebut menjelaskan dengan ringkas suatu model bisnis dengan visualisasi melalui 9 blok bangunan yang terkait satu dengan lainnya (Osterwalder & Pigneur, 2010). Secara singkat *Business Model Canvas* menyajikan suatu bentuk visualisasi agar lebih mudah dimengerti oleh penggunaannya. Pada Gambar 1 dapat dilihat visualisasi dari *Business Model Canvas* (Osterwalder & Pigneur, 2010).

| | | | | |
|----------------|----------------|-------------------|-----------------------|-------------------|
| Key Partners | Key Activities | Value Proposition | Customer Relationship | Customer Segments |
| | Key Resources | | Channels | |
| Cost Structure | | | Revenue Streams | |

Gambar 1. 9 Building Blocks

Metode

Saat ini Bapak Joko Sutarno telah mengelola burung puyuh sebanyak 2.000 ekor, saat ini Bapak Joko Sutarno ingin meningkatkan hasil usahanya. Dalam pendampingan ini, proses wawancara dan diskusi dilakukan untuk memberikan gambaran umum terkait alat analisis yang akan digunakan untuk menyusun strategi yaitu dengan pendekatan SWOT dan *Business Model Canvas*. Kegiatan diskusi dilakukan bersama antara penulis dengan pemilik usaha selama 3 bulan, yaitu: Juni-Agustus 2022, di lokasi ternak, di Desa Dero, Harjobinangun, Pakem Sleman. Lebih lanjut, diskusi diarahkan dengan mengacu pada pendekatan SWOT digunakan untuk membantu merumuskan strategi bagi peternak burung puyuh dengan langkah sebagai berikut:

1. Wawancara identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan yang dimiliki usaha sesuai dengan kerangka SWOT.
2. Dari hasil wawancara, kemudian pemilik usaha didampingi untuk menyusun prioritas dan penilaian rencana strategis dari faktor-faktor yang sudah diidentifikasi.

Jumlah nilai faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal, sedangkan faktor kesempatan dan hambatan merupakan faktor eksternal.

3. Hasil pembobotan nilai faktor internal dan eksternal akan dikelompokkan dalam kuadran 1 sampai 4.

Pendekatan ini dipilih karena memiliki dasar konsep yang jelas dan telah banyak digunakan untuk merumuskan strategi usaha (Nurdianto & Baehaki, 2020). Strategi

yang dirumuskan dalam SWOT akan dilakukan melalui proses pembobotan internal faktor dan eksternal faktor (Chladkova & Formankova, 2016; Hendriani, 2018; Nurdianto & Baehaki, 2020). Semua informasi diperoleh melalui proses wawancara atau diskusi dalam pendampingan pengabdian ini.

Sedangkan untuk analisis *Business Model Canvas* pada pengabdian ini dibagi menjadi sembilan bangun utama, kemudian dibedakan dalam dua komponen, yaitu bagian kreatif pada sebelah kanan dan pada sebelah kiri merupakan bagian logis. Komponen dari *Business model canvas* sebagai alat atau sarana analisis atau diagnosa kondisi suatu usaha meliputi (Tahwin & Widodo, 2020):

1. *Customer segments* yaitu tipe konsumen yang menjadi sasaran dan yang ingin dijangkau suatu usaha.
2. *Value propositions* yaitu nilai pembeda yang tawarkan kepada konsumen.
3. *Channels* yaitu cara atau saluran perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen.
4. *Customer relationships* yaitu bagaimana menjalin, menjaga dan mempertahankan hubungan baik antara perusahaan dengan konsumennya.
5. *Revenue streams* yaitu segala bentuk pendapatan yang diperoleh suatu usaha.
6. *Key resources* yaitu aset utama yang dimiliki suatu usaha baik yang bersifat *tangible* dan *intangible* untuk mencapai tujuan.
7. *Key activities* yaitu segala bentuk kegiatan utama perusahaan yang mendukung proses layanan dalam penciptaan produk atau jasa.
8. *Key partnerships* yaitu bentuk kerjasama dengan mitra utama yang memiliki peranan untuk mendukung proses perkembangan perusahaan.
9. *Cost structure* yaitu segala bentuk biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menunjang kegiatan operasional.

Untuk mencapai pengabdian hasil ini analisis *Business model canvas* dilakukan pendampingan dengan cara wawancara dalam diskusi.

Hasil dan Pembahasan

Proses Perumusan Strategi Dengan SWOT

Berdasarkan hasil diskusi dan wawancara dengan Bapak Joko Sutarno didapatkan beberapa temuan yang penting bagi pendampingan perumusan strategi pada ternak usaha ternak burung puyuh ini. Berikut ditampilkan dalam tabel hasil dari identifikasi yang sudah dilakukan:

Tabel 1. Identifikasi Kekuatan Usaha

| No | Faktor Kekuatan |
|----|---|
| 1 | Memiliki jaringan kerja sama yang baik dengan suplier dan penyalur. |
| 2 | Memiliki lokasi yang tertutup dari warga sekitar. |
| 3 | Memiliki pengetahuan pengelolaan ternak burung puyuh yang baik. |
| 4 | Produk memiliki beragam manfaat dari telur, kotoran burung & dagingnya. |
| 5 | Memiliki penampungan limbah dan sanitasi yang baik. |

Tabel 2. Identifikasi Kelemahan Usaha

| No | Faktor Kelemahan |
|----|--|
| 1 | Jumlah tenaga kerja yang masih sedikit |
| 2 | Tempat usaha tidak bisa dikembangkan |
| 3 | Pencatatan keuangan yang masih dibuat secara tradisional |

Tabel 3. Identifikasi Peluang Usaha

| No | Faktor Peluang |
|----|--|
| 1 | Permintaan pasar terhadap produk terus meningkat (telur puyuh dan daging). |
| 2 | Produk turunan dapat dikembangkan, contoh: telur, daging, dan kotoran dapat untuk pakan ikan lele, untuk pupuk tanaman sayuran dan padi, untuk bio gas |
| 3 | Terbukanya jaringan kerjasama |

Tabel 4. Identifikasi Ancaman Usaha

| No | Faktor Ancaman |
|----|---------------------------------------|
| 1 | Kesadaran konsumen akan makanan sehat |
| 2 | Penyakit pada burung puyuh |
| 3 | Potensi munculnya pesaing |

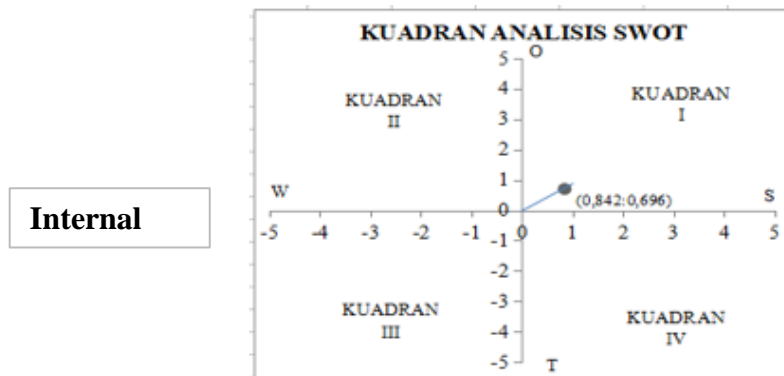
Setelah melakukan diskusi untuk identifikasi, maka selanjutnya dilakukan analisa faktor internal dan eksternal bersama pemilik usaha, penentuan bobot dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kuisisioner pada pemilik usaha dengan menggunakan metode "*paired comparison*" (Hendriani, 2018).

Urutan peringkat dalam analisa SWOT ini menggambarkan seberapa penting masalah atau indikator tersebut perlu direspon (Chladkova & Formankova, 2016; Hendriani, 2018; Nemeth et al., 2019). Dari ketentuan indikator yang telah ditetapkan, langkah selanjutnya adalah melakukan penentuan tingkat kepetingan dan tingkat respon indikator yang ada. Penentuan tersebut dilakukan dengan proses wawancara dengan pemilik usaha. Pada kelompok ini strategi yang dapat digunakan adalah **penetrasi pasar**. Selanjutnya dalam menilai posisi usaha, dari nilai yang telah diperoleh masing-masing adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Pembobotan Nilai

| | | |
|---------------------------|----------|-----------------|
| Total Nilai Strength | 1,416667 | Total Internal |
| Total Nilai Weakness | -0,575 | 0,842 |
| Total Nilai Opportunities | 1,875 | Total Eksternal |
| Total Nilai Treats | -1,17857 | 0,696 |

Dari nilai tersebut maka posisi usaha dapat digambarkan melalui kuadran berikut ini:



Gambar 2. Kuadran Analisis SWOT

Dari hasil dari analisa SWOT tersebut diperoleh hasil bahwa usaha ternak burung puyuh berada di kuadran I. Pada kuadran ini, organisasi dituntut untuk mampu menggunakan segala potensi kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang. Secara rinci rumusan strategi SWOT dapat dilihat pada Tabel 6.

Analisis Business Model Canvas

Dalam pendampingan ini, beberapa pertanyaan diberikan dalam sesi diskusi dengan Bapak Joko Sutarno. Sembilan pertanyaan itu diberikan secara umum dan mengalir sehingga beberapa item yang diinformasikan terlebih dahulu sebelum ditanyakan. Bapak Joko Sutarno juga lebih banyak memberikan informasi terkait pengalaman yang sudah dilakukan selama ini, sehingga memudahkan dalam mendiagnosa kondisi yang ada.

Setelah dilakukan pemaparan konsep dan diskusi, Bapak Joko Sutarno sebagai pemilik usaha diberikan pelatihan akan bagaimana memahami, mengidentifikasi dan merancang *business model canvas* dalam 9 bangun model bisnis yang ada untuk mempermudah visualisasi dan pengembangan usahanya ke depan. Pemilik usaha diberikan lembar 9 bangun tersebut dan juga kertas tempel dan menuliskan beberapa masukan dari identifikasi mandiri yang dilakukan, kemudian dituangkan dalam blok yang sesuai. Tabel 7 menampilkan beberapa hasil diagnosa yang bisa disimpulkan.

Hasil penyusunan *Business Model Canvas* dapat dipahami bahwa adanya peluang untuk meningkatkan hasil olahan burung puyuh menggunakan produk turunan yang dihasilkan (Pratama et al., 2017).

Proses Pendampingan dan Perumusan Strategi Usaha

Setelah proses identifikasi, pengolahan data dan analisis dilakukan ditemukan beberapa hasil dan rumusan strategi. Kemudian proses selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan pendampingan melalui diskusi intensif dan wawancara dengan pemilik usaha, Bapak Joko Sutarno. Pertama, presentasi dilakukan untuk menyampaikan hasil identifikasi dan analisis, temuan tersebut akan dikonfirmasi

dengan pemilik usaha, apakah sesuai dengan kondisi yang terjadi atau tidak. Pemilik usaha diberikan kesempatan untuk secara mandiri mengemukakan pendapatnya.

Tabel 6. Alternatif Strategi SWOT

| | | |
|--|--|---|
| Eksternal | 1. Strengths (Kekuatan) | 2. Weakness (Kelemahan) |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki jaringan kerja sama yang baik dengan suplier dan penyalur. 2. Memiliki lokasi yang tertutup dari warga sekitar. 3. Memiliki pengetahuan pengelolaan ternak burung puyuh yang baik. 4. Produk memiliki beragam manfaat dari telur, kotoran burung & dagingnya. 5. Memiliki penampungan limbah dan sanitasi yang baik. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah tenaga kerja yang masih sedikit 2. Tempat usaha tidak bisa dikembangkan 3. Pencatatan keuangan yang masih dibuat secara tradisional |
| 3. Opportunities (Kesempatan) | SO Strategi | WO Strategi |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar terhadap produk terus meningkat (telur puyuh dan daging). 2. Produk turunan dapat dikembangkan, contoh: telur, daging, dan kotoran dapat untuk pakan ikan lele. 3. Terbukanya jaringan usaha | <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka jaringan usaha baru termasuk potensi pengembangan usaha pembesaran. 2. Membuka kesempatan untuk <i>direct selling</i> atau penjualan langsung kepada konsumen akhir. 3. mengembangkan produk turunan yang dapat langsung dikonsumsi oleh konsumen akhir. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyewa tempat untuk mengembangkan usaha. 2. Menambah pekerja partime sesuai dengan penambahan jumlah ternak 3. Mempelajari prinsip pencatatan untuk akuntansi biaya dan mempraktekannya |
| 4. Treats (Hambatan) | ST Strategi | WT Strategi |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran konsumen akan makanan sehat 2. Penyakit pada burung puyuh 3. Potensi munculnya pesaing | <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan analisa konsumen yang tepat untuk produk ini (anak kecil yang berada pada masa pertumbuhan). 2. Membuat jaringan yang kuat untuk meminimalisasi pesaing. 3. Membuat kandang yang lebih tertutup untuk menghindari perubahan cuaca yang eksterim untuk meningkatkan produktifitas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Membentuk tim managerial untuk kelangsungan usahanya dan pembahasan permasalahan managerial. |

Tabel 7. Analisis Bisnis Model

| No | Item | Pernyataan | Hasil Diagnosa |
|----|------------------------------|--|---|
| 1 | <i>Value Proposition</i> | Produk dan jasa yang saya tawarkan mempunyai keunikan yang tidak dimiliki pesaing dan merupakan solusi atas suatu permasalahan yang dialami konsumen. | <ul style="list-style-type: none"> • Produk memiliki beragam manfaat dari telur, kotoran burung dan dagingnya • Sudah memiliki penampungan limbah dan sanitasi yang baik. |
| 2 | <i>Resources</i> | Usaha yang saya jalankan memiliki struktur usaha jelas, sumber daya manusia dan sumber daya keuangan yang memadai untuk melakukan aktivitasnya. | <ul style="list-style-type: none"> • Pemilik memiliki pengetahuan pengelolaan ternak burung puyuh yang baik. Telah melakukan <i>transfer knowledge</i> ke keluarga (anak). |
| 3 | <i>Key Activities</i> | Usaha yang saya jalankan telah memenuhi aspek legalitas; perpajakan dan mempunyai tata kelola usaha yang jelas dan transparan. | <ul style="list-style-type: none"> • Aktifitas harian berjalan baik namun belum memiliki ijin usaha formal dan sistem tata kelola yang baku dan terpisah |
| 4 | <i>Key Partners</i> | Usaha yang saya jalankan menjalin kerja sama dengan penyalur; pemasok lokal dalam mendukung aktivitas usaha. | <ul style="list-style-type: none"> • Sudah bekerja sama dengan pihak eksternal PT. Peksi, pemasok bibit dan penyalur • Memiliki hubungan baik dengan lingkungan sekitar, sehingga mendukung usaha tersebut • Tergabung dalam Koperasi Desa |
| 5 | <i>Customer Relationship</i> | Usaha yang saya jalankan selalu membangun hubungan dan melakukan interaksi langsung dan tidak langsung dengan konsumen (sebelum, selama dan setelah aktivitas pembelian) | <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan produk masih secara langsung kepada penyalur (B2B) dan masih belum optimal dalam penjualan kepada konsumen retail (B2C) |
| 6 | <i>Channels</i> | Usaha yang saya jalankan memiliki saluran komunikasi dengan konsumen baik secara fisik (gerai, toko, properti) maupun non fisik (website, sosial media, digital platform). | <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan produk ternak masih secara <i>offline</i>. Belum mempunyai saluran pemasaran <i>online</i>. |
| 7 | <i>Customer Segments</i> | Produk dan jasa yang saya tawarkan mempunyai segmentasi pasar yang jelas sesuai dengan manfaat yang diberikan. | <ul style="list-style-type: none"> • Masih melayani segmen bisnis, belum optimal menysasar konsumen potensial lain (individu, keluarga, peternak lain, dsb) |
| 8 | <i>Cost Structure</i> | Usaha yang saya jalankan telah mengidentifikasi segala bentuk biaya (tetap & variabel) yang muncul dalam menjalankan aktivitas usahanya. | <ul style="list-style-type: none"> • Biaya tetap dan variabel sudah bisa diidentifikasi, hanya saja potensi biaya tambahan dari ancaman penyakit, dan cuaca ekstrim belum bisa diprediksi. |
| 9 | <i>Revenue Streams</i> | Usaha yang saya jalankan telah mengidentifikasi segala bentuk pendapatan yang diperoleh dari aktivitas usahanya. | <ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan utama masih berasal dari penjualan ternak. • Ada potensi pendapatan lain dari pemanfaatan limbah, pelatihan dan pendampingan bagi pemula dan bahkan produk jadi dari burung puyuh (masakan). |

Proses selanjutnya adalah pendampingan penyusunan strategi usaha. Hasil analisis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan analisa SWOT dipaparkan dan dilanjutkan dengan strategi yang disarankan kepada pemilik usaha sebagai berikut:

a. Strategi Generik

Hasil ini analisa matrik faktor internal dan eksternal yang telah didiskusikan menunjukkan bahwa usaha ternak burung puyuh ini ada pada kuadran I dengan strategi yang sesuai adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk (Rupnik et al., 2021). Strategi ini diperlukan untuk memelihara pasar yang sudah ada tetapi tetap mengusahakan pengembangan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini ada pada ekspansi dengan pemilihan berupa penggunaan setiap kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi peluang yang ada. Dengan demikian proses ekspansi yang dilakukan dengan melakukan penambahan usaha dan pengembangan pasar. Usaha ternak burung puyuh dapat mengembangkan usaha penjualan langsung, pengembangan bibit burung puyuh, peluang usaha makanan dari burung puyuh dan pemanfaatan limbah yang memiliki nilai tambah lain. Dengan beberapa peluang usaha ini maka ke depan Bapak Joko Sutarno dapat mengambil margin laba lebih besar. Untuk mencapai hal ini, yang perlu dilakukan adalah memaksimalkan tempat yang saat ini ada.



Gambar 3. Diskusi Dengan Pemilik & Lokasi Peternakan

b. Variasi Strategi

Strategi yang dapat dikembangkan adalah strategi kombinasi. Kombinasi adalah menggunakan dua strategi strategi pada saat tertentu. Untuk usaha ternak burung puyuh saat ini diusulkan rangkaian strategi sebagai berikut:

- 1) Integrasi ke depan yaitu dengan menjalin dan menjaga relasi yang baik dengan para *key partnes* sehingga diharapkan akan dapat memiliki kontrol atas penyalur untuk pasokan dan mengetahui tingkat harga terkait.
- 2) Pengembangan produk dengan memperbaiki kualitas bibit dan kapasitas produksi ternak yang ada dan menambahkan produk turunan ternak burung puyuh antara lain: pupuk dan pakan ikan dari kotoran burung puyuh. Kedepan juga dapat dikembangkan bentuk usaha tambahan yang lain
- 3) Diversifikasi konsentrik: menambah produk baru dengan pengembangan produk turunan yang berhubungan dengan pasar yang sama. Usaha ternak contohnya dapat memproduksi dan menjual produk olahan berbahan dasar daging atau telur burung puyuh.

Rumusan Strategi 1-5 tahun yang akan datang

Berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas* dan analisa SWOT yang telah dilakukan sebelumnya, strategi yang telah ditawarkan dapat disusun dalam rangkaian strategi jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Penyusunan ini dilakukan untuk mencapai tujuan usaha, yaitu menjadi peternak burung puyuh petelur terbesar di kecamatan Pakem Kabupaten Sleman Yogyakarta, yaitu dari kondisi saat ini yang hanya 2.000 ekor dapat mencapai 5.000 sampai 10.000 ekor. secara detail akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi Jangka Pendek (1-2 tahun)

Berdasarkan strategi Porter, strategi jangka pendek ke depan strategi yang sesuai dengan kondisi ternak burung puyuh saat ini adalah strategi focus (Rupnik et al., 2021). Strategi ini digunakan untuk mencapai tujuan usaha yaitu peningkatan jumlah ternak. Strategi ini dipilih karena situasi yang dihadapi saat ini adalah produksinya terbatas dengan konsumen yang masih terbatas terutama telur burung puyuh. Selain itu pengusaha juga masih dihadapkan pada keterbatasan tenaga kerja dan tempat. Dalam hal ini pengusaha ternak burung puyuh perlu untuk fokus terhadap peningkatan kapasitas produksi ternak, kualitas dan segmen market tertentu (anak-anak). Langkah ini ditempuh dengan cara penambahan dengan ternak dengan memaksimalkan lokasi yang ada. Selain itu pengusaha perlu untuk meningkatkan usaha kualitas burung puyuh dari segi telur dan kesehatan burung (Nafiudin & Umdiana, 2019). Langkah ini penting untuk segera dilakukan karena hasil ternak akan berbanding positif dengan jumlah ternak. Untuk bisa mencapai tujuan strategi jangka pendek ini, pengusaha perlu untuk memperhatikan penambahan tenaga kerja.

2. Strategi jangka menengah (2-3 tahun)

Strategi jangka menengah dapat ditempuh dengan perbaikan manajemen internal ternak burung. Strategi ini digunakan untuk mencapai tujuan peningkatan loyalitas pelanggan. Langkah ini dapat ditempuh dengan cara pembentukan tim manajerial antara lain pembagian peran antara pihak yang terlibat dalam usaha ini (Wahyuningsih & Nashar, 2016). Tim yang dapat dibentuk dapat mengambil peran dalam bidang produksi dan pemasaran. Tim produksi dapat fokus pada peningkatan produksi dan efisiensi. Tim pemasaran dapat berfungsi untuk pengembangan kerja sama antar suplier dan pemasok. Selain itu penerapan pencatatan akuntansi, untuk dapat menghitung biaya riil dan perumusan strategi harga.

3. Strategi jangka panjang (3-5 tahun)

Strategi jangka panjang antara lain adalah diferensiasi. Strategi ini dapat dilakukan setelah usaha memiliki kapasitas produksi dan pemasaran (Chladkova & Formankova, 2016). Pengusaha dapat meningkatkan produk turunan dengan membangun usaha yang terkait dengan hasil samping ternak burung puyuh ini, antara lain pupuk dan pakan ikan. Selain itu pengusaha dapat mengembangkan produk turunan lain yaitu produk olahan burung puyuh (Jose & Shanmugam, 2020). Strategi differensiasi ini dapat dilakukan karena perkiraan peningkatan permintaan pasar dan potensi pesaing di masa dating (Badaruddin et al., 2021). Di samping itu, pada masa 3-5 tahun ke depan, dengan adanya strategi jangka pendek dan menengah,

usaha ternak burung puyuh telah memiliki kapasitas internal (kapasitas produksi telur) yang cukup. Dengan strategi ini maka usaha akan mencapai peningkatan bisnis unit yang baru dari usaha ternak buruh puyuh dan terpenuhinya permintaan pasar.

Simpulan dan Rekomendasi

Usaha ternak burung puyuh ini memiliki cita-cita usaha yaitu menjadi pengusaha ternak burung puyuh terbesar di Kecamatan Pakem. Untuk mencapai tujuan tersebut usaha ternak burung puyuh memiliki peluang yang baik, hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap produk dan produk turunan dari usaha ternak burung puyuh ini. Walaupun demikian usaha ini memiliki beberapa ancaman dari luar antara lain adalah persepsi masyarakat terhadap produk dan penyakit burung.

Dari hasil analisa *Business Model Canvas* dan analisa SWOT yang dilakukan beberapa strategi dapat dirumuskan untuk mengatasi kondisi ini. Strategi tersebut dibagi dalam periode waktu pendek, menengah, dan panjang. Strategi dalam jangka pendek adalah fokus penguatan kapasitas produksi. Strategi jangka menengah adalah pembenahan managerial. Strategi jangka panjang adalah pengembangan produk usaha. Dengan rumusan strategi ini diharapkan pengusaha ternak burung puyuh dapat mencapai visi pada 5 tahun yang akan datang.

Dari hasil pendampingan dan wawancara, usaha untuk memahami proses pembobotan nilai membutuhkan waktu yang cukup banyak. Dengan demikian diharapkan dapat digunakan bahasa yang lebih sederhana. Sebagai langkah lanjutan dari kegiatan ini adalah perlu pelatihan pengolahan produk turunan dan rencana pemasarannya.

Daftar Pustaka

- Badaruddin, R., Sani, L. O. A., Sandiah, N., Aka, R., Hadini, H. A., Auza, F. A., & Indi, A. (2021). Pengolahan Dan Strategi Pemasaran Produk Olahan Burung Puyuh Sebagai Alternatif Peningkatan Income Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Kendari. *Jurnal Pengabdian NUSANTARA*, 1(2), 117-125. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/jpnus/index>
- Chladkova, H., & Formankova, S. (2016). Strategy for SMEs In The Area of Primary Agricultural Production. *Agricultural Economics (Czech Republic)*, 62(9), 395-406. <https://doi.org/10.17221/260/2015-AGRICECON>
- Hendriani, S. (2018). The Role of Cooperative Development Strategy to Improving The Success of Village Cooperative (KUD) in Riau Indonesia. *International Journal of Law and Management*, 60(1), 87-101. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-11-2016-0132>
- Jose, A., & Shanmugam, P. v. (2020). Supply Chain Issues in SME Food Sector: A Systematic Review. *Journal of Advances in Management Research*, 17(1), 19-65. <https://doi.org/10.1108/JAMR-02-2019-0010>

- Nafiudin, N., & Umdiana, N. (2019). Peningkatan Kemampuan Berwirausaha Bagi Pelaku Usaha Ternak Puyuh Di Link Pesanggrahan WalantakaKecamatan Walantaka Kota Serang. *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 30–34. <https://doi.org/10.30656/ka.v1i1.991>
- Nemeth, N., Rudnak, I., Ymeri, P., & Fogarassy, C. (2019). The Role of Cultural Factors in Sustainable Food Consumption – An Investigation of the Consumption Habits among International Students in Hungary. *Sustainability*, 11(11), 1–27. <https://doi.org/10.3390/su11113052>
- Nurdianto, I., & Baehaki, I. (2020). Strategi Pemasaran Pada Peternakan Puyuh Bapak Eka Sepdian Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 172–187. <https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v9i2.1357>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers* (Vol. 1). John Wiley & Sons, Ltd.
- Pratama, D. A., Hadi, R. M., & Wulandari, S. (2017). Perancangan Model Bisnis Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Sebagai Bentuk Strategi Pengembangan Bisnis Budidaya Burung Puyuh Pada Ukm Ikhlas Quail Farm (IQF). *eProceedings of Engineering*, 2416–2422. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/928>
- Raharjo, S., Rahayu, E. S., & Purnomo, S. H. (2018). Analisis Keuntungan Usaha Beternak Puyuh di Kecamatan Kokap Kabupaten Kulonprogo. *Seminar Nasional Fakultas Pertanian UNS*, 22(1), 22–30. <https://jurnal.fp.uns.ac.id/index.php/semnas/article/view/1072/750>
- Rupnik, R., Vavpotič, D., Jaklič, J., Kuhar, A., Plavšič, M., & Žvanut, B. A. (2021). A Reference Standard Process Model for Agriculture to Facilitate Efficient Implementation and Adoption of Precision Agriculture. *Agriculture*, 11(1257), 1–22. <https://doi.org/10.3390/agriculture>
- Susilowati, E. M. (2021). Pengembangan Dan Pemasaran Ternak Burung Puyuh Di Desa Tegaldowo Gemolong Sragen. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 897–900. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1527>
- Tahwin, M., & Widodo, A. (2020). Perancangan Model Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Untuk Mengembangkan Usaha Kecil Menengah. *Fokus Ekonomi*, 15(1), 154–166. <https://doi.org/10.34152/fe.15.1.154-166>
- Wahyuningsih, D., & Nashar, M. (2016). UMKM Study Pendahuluan Untuk Melihat Kemampuan Pemasaran Dari Bisnis Telur Puyuh Dalam Menghadapi Kompetitor (Studi Kasus pada CV Jayanti Utama Peternak Burung Puyuh Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(3), 144–152. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/105>

Wangefela, L., Santa, N. M., Salendu, A. H. S., & Kalangi, L. S. (2018). Analisis Margin Of Safety Usaha Peternakan Puyuh "Merryland" Di Desa Kali Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Zootek Journal*, 38(1), 183-191. <https://doi.org/10.35792/zot.38.1.2018.18672>