

Strategi Diversifikasi Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Susu Sapi Rembangan

Savero Landy^{1*}, Muchsin Auda Rabbana², Elisa Uswatun Khasanah³

1Agribisnis, Universitas Jember

2Agribisnis, Universitas Jember

3Agribisnis, Universitas Jember

*Email: saverolandy2004@gmail.com

ABSTRACT

This community service initiative focuses on product diversification strategies to enhance sales, competitiveness, and sustainability of dairy farming at Rembangan Dairy Farm in Jember. The primary issues addressed include limited variety in processed milk products and suboptimal marketing strategies, which affect product quality consistency and market expansion. The objectives of this initiative are to analyze the effectiveness of product diversification strategies, identify internal and external factors influencing these strategies, and formulate development recommendations by designing a more adaptive business model using the Business Model Canvas (BMC). The methods employed include direct observation, interviews with stakeholders, and hands-on participation in operational activities such as livestock care, milk processing, and interviews during a 45-day internship at the UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. The results demonstrate that product diversification, including flavored milk, milk pudding, and cheesecuit, successfully increased consumer appeal and product value. The BMC analysis mapped nine key business elements and provided a foundation for more structured strategic recommendations. This program offers strategic recommendations for the sustainable development of the dairy agroindustry.

Keywords: Product diversification; Dairy milk; Business model canvas; Agroindustry.

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini berfokus pada strategi diversifikasi produk sebagai upaya meningkatkan penjualan, meningkatkan daya saing, dan keberlanjutan usaha susu sapi di Rembangan Dairy Farm, Jember. Isu utama yang dihadapi adalah keterbatasan variasi produk olahan susu dan strategi pemasaran yang belum optimal, sehingga berdampak pada konsistensi kualitas dan perluasan pasar. Tujuan pengabdian adalah menganalisis efektivitas strategi diversifikasi produk, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi tersebut, dan merumuskan rekomendasi pengembangan dengan cara merancang model bisnis yang lebih adaptif menggunakan Business Model Canvas (BMC). Metode yang digunakan meliputi observasi langsung, wawancara dengan pihak terkait, dan partisipasi langsung dalam kegiatan operasional mulai dari perawatan ternak, pengolahan, hingga wawancara selama 45 hari magang di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa diversifikasi produk seperti susu varian rasa, pudding susu, dan cheesecuit berhasil meningkatkan daya tarik konsumen dan nilai tambah produk. Analisis BMC memetakan Sembilan elemen kunci bisnis dan memberikan landasan untuk rekomendasi strategis yang lebih terstruktur. Program ini memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan agroindustri susu berkelanjutan.

Kata Kunci: diversifikasi produk, susu sapi, business model canvas, agroindustri

PENDAHULUAN

Agroindustri pada sektor agribisnis pengolahan susu memainkan peran krusial dalam perekonomian nasional, khususnya dalam penyediaan pangan bergizi dan penciptaan lapangan kerja lokal. Rembangan Dairy Farm yang berlokasi di Jember merupakan salah satu contoh agroindustri yang bergerak dalam pengolahan susu sapi dan telah menunjukkan upaya inovasi produk. Unit usaha ini beroperasi di bawah UPT

Pembibitan Ternak dan HPT Rembangan yang mengolah susu segar menjadi berbagai produk melalui proses pasteurisasi sederhana. Produksi harian berupa susu segar yang sebagian besar diolah menjadi susu kemasan murni dan susu dengan berbagai varian rasa (Qodariyah *et al.*, 2024). Kualitas pakan ternak dan produk susu di Rembangan Dairy Farm juga telah teruji bebas dari residu pestisida tertentu yang menjadi nilai tambah penting bagi konsumen (Purnamasari *et al.*, 2023).

Agroindustri Rembangan Dairy Farm menghadapi berbagai isu strategis yang memerlukan perhatian untuk optimalisasi dan keberlanjutan usaha. Isu utama yang sering dihadapi oleh agroindustri susu meliputi keterbatasan dalam variasi produk lanjutan, strategi pemasaran yang belum menjangkau potensi pasar secara maksimal, serta tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas produk hingga ke tangan konsumen akhir (Waehama, 2022). Fokus pengabdian masyarakat ini adalah untuk menganalisis secara mendalam strategi diversifikasi produk yang telah diterapkan di Rembangan Dairy Farm. Analisis akan mencakup identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi efektivitas strategi serta mengevaluasi dampaknya terhadap kinerja penjualan. Tujuan akhir dari analisis ini adalah memetakan dan merancang ulang model bisnis yang ada menggunakan kerangka *Business Model Canvas* (BMC) untuk merumuskan strategi yang lebih adaptif dan kompetitif (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Rembangan Dairy Farm dipilih sebagai objek pengabdian karena beberapa alasan penting dan sesuai sebagai contoh usaha agribisnis susu. Peternakan ini telah berhasil mengembangkan industri pengolahan susu di Jember dan menunjukkan potensi besar sektor ini untuk terus maju. Rembangan Dairy Farm juga memiliki sejarah panjang dalam kegiatan pengembangan masyarakat, termasuk penyebaran teknologi yang menunjukkan kesediaan untuk bekerja sama dan menerima hal-hal baru (Uhrowiyah *et al.*, 2021). Peran peternakan ini dalam perekonomian daerah dan sebagai tempat wisata edukasi menjadi objek yang tepat dan berpotensi memberikan dampak besar dari hasil pengabdian. Penelitian pada perusahaan yang telah beroperasi dan memiliki catatan historis memungkinkan untuk analisis yang lebih mendalam dan relevan untuk diterapkan.

Landasan teoritis program pengabdian ini didukung oleh berbagai kajian literatur yang relevan mengenai strategi bisnis dan pengembangan agroindustri. Konsep diversifikasi produk merupakan upaya perusahaan untuk menawarkan produk baru atau memodifikasi produk yang ada guna menjangkau pasar yang lebih luas dan mengurangi risiko usaha (Kotler, 2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan agroindustri juga meliputi aspek pemasaran dan dukungan kebijakan (Mulyana & Suharso, 2022). Untuk membedah model bisnis secara komprehensif, kerangka *Business Model Canvas* (BMC) akan digunakan. Alat ini memvisualisasikan model bisnis ke dalam sembilan elemen yang saling terkait, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, dan sumber pendapatan, sehingga memungkinkan analisis dan inovasi strategis yang terstruktur (Osterwalder & Pigneur, 2010). Upaya penguatan agroindustri melalui diversifikasi produk relevan dalam konteks industri susu nasional yang menghadapi tantangan besar seperti dampak wabah Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) dan ketergantungan impor bahan baku hingga 82% (Thalib, 2024).

Tujuan utama dari program pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Rembangan Dairy Farm melalui optimalisasi strategi diversifikasi produk. Secara spesifik program ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi diversifikasi produk yang ada saat ini dalam meningkatkan volume penjualan. Selanjutnya program ini akan mengidentifikasi faktor-faktor kunci baik internal maupun eksternal yang mempengaruhi keberhasilan implementasi strategi diversifikasi produk di Rembangan Dairy Farm. Berdasarkan analisis tersebut, akan dirumuskan rekomendasi pengembangan pada elemen-elemen *Business Model Canvas* yang relevan untuk menciptakan strategi yang lebih inovatif, terukur, dan sesuai dengan kondisi pasar terkini. Tujuan lainnya adalah meningkatkan pemahaman manajemen Rembangan Dairy Farm mengenai pentingnya adaptasi strategi secara berkelanjutan.

Perubahan sosial yang diharapkan dari program ini sangat luas cakupannya dan fokus pada peningkatan kemandirian serta kemampuan komunitas. Peningkatan kapasitas dan daya saing Rembangan Dairy Farm diharapkan dapat secara langsung meningkatkan pendapatan usaha dan kesejahteraan para pelaku usaha serta tenaga kerja yang terlibat. Keberhasilan agroindustri ini juga berpotensi memperkuat ekonomi lokal melalui peningkatan penyerapan bahan baku dari peternak di sekitar dan penciptaan lapangan kerja tambahan. Hasil analisis dan rekomendasi strategis dari pengabdian ini diharapkan dapat menjadi model pembelajaran bagi agroindustri agribisnis susu lainnya, serta mendorong praktik inovasi dan diversifikasi produk yang lebih luas. Peningkatan kesadaran akan pentingnya kualitas dan keamanan pangan juga menjadi dampak sosial positif yang diharapkan.

METODE

Waktu dan Lokasi Kegiatan Magang

Waktu pelaksanaan magang profesi yaitu selama 45 hari. Kegiatan magang profesi dimulai pada tanggal 06 Januari 2025 hingga 21 Februari 2025. Kegiatan magang profesi dilakukan di Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan Kabupaten Jember pada minggu pertama hingga keempat yang dilaksanakan di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan yang berlokasi di Jl. Rembangan, Darungan, Kemuning Lor, Kec. Arjasa, Kabupaten Jember. Minggu ketiga hingga terakhir dilaksanakan di kantor Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan Kabupaten Jember Jl. Letjend Suprpto No.139, Lingkungan Krajan, Kebonsari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember.

Teknik Pelaksanaan Kegiatan Magang

Kegiatan magang profesi dilaksanakan dengan menyesuaikan jadwal yang ditentukan oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Peternakan Kabupaten Jember yaitu pada hari Senin hingga Kamis, mulai pukul 08.00 hingga 16.00, sedangkan pada hari Jumat dimulai pukul 08.00 hingga 15.00. Pelaksanaan magang dilakukan melalui praktik langsung dengan bimbingan dari instruktur magang. Kegiatan dimulai dengan penyusunan rencana kegiatan bersama instruktur untuk merencanakan jadwal selama periode magang dan pembagian penempatan lokasi magang. Pada minggu pertama hingga keempat, tidak ada pembagian penempatan karena seluruh anggota kelompok (yang berjumlah tiga orang) ditempatkan di bagian penjualan susu sapi UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan. Sedangkan pada minggu kelima hingga ketujuh, kegiatan magang disesuaikan dengan penempatan masing-masing anggota kelompok di bidang administrasi, keuangan, pangan, dan peternakan.

Sumber Daya, Sarana dan Prasarana

Sumber daya manusia di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan meliputi seluruh pekerja sebanyak 16 orang. Sarana yang tersedia di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan terdiri dari peralatan pengolahan susu, freezer, sealer, wifi, dan kulkas etalase. Adapun prasarana yang dimiliki oleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan meliputi ruang kantor dan outlet penjualan susu, ruang penyimpanan dan ruang pengemasan, dan toilet.

Mahasiswa Pelaksana

Mahasiswa pelaksana dalam kegiatan magang profesi yaitu mahasiswa aktif Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember Angkatan 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

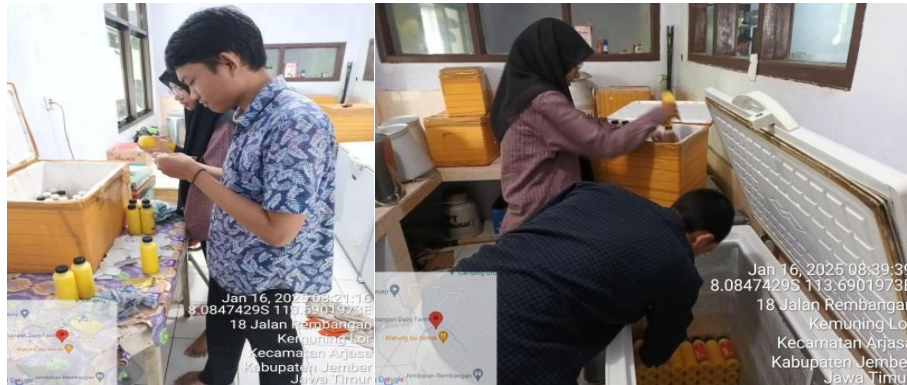
Hasil Kegiatan Magang

Kegiatan magang profesi yang dilakukan di UPTD Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan meliputi kegiatan produksi susu sapi siap minum varian original, pemasaran secara online, mendistribusikan dan mengemas produk susu, pengolahan susu mentah, melakukan pemeliharaan sapi perah, serta melakukan dokumentasi dan wawancara terkait dengan manajemen sumber daya manusia untuk mengetahui segala aktivitas dan pihak yang terlibat di UPTD Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan Kabupaten Jember.



Gambar 1. Pengepresan Kemasan Susu Sapi Segar

Berdasarkan Gambar 1 Mahasiswa magang melakukan kegiatan pengepresan plastik kemasan menggunakan mesin press plastik untuk dijadikan kemasan susu sapi Segar. Kemasan yang sudah disablon dengan merek “Susu Segar Rembangan” perlu di sealed dengan mesin press, agar susu mentah terhindar dari kontaminasi bakteri. Kegiatan ini biasanya dilakukan di pagi hari, sehingga ketika staf UPTD Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan selesai melakukan pemerahan susu di siang hari, kemasan untuk susu sapi mentah sudah tersedia dan siap digunakan untuk packing susu sapi segar.



Gambar 2. Packing Susu Siap Minum dan Penyimpanan Susu

Berdasarkan Gambar 2. Mahasiswa magang sedang melakukan packing susu varian original siap minum, penempelan stiker pada botol kemasan susu varian rasa, dan mempersiapkan pesanan untuk pengunjung eduwisata. Pemberian label sticker bertujuan untuk memberikan informasi rasa yang diberikan kepada olahan susu. Penggunaan label yang menarik dapat meningkatkan daya tarik pengunjung yang akan membeli. Mahasiswa magang juga membantu proses penyimpanan susu berperisa kedalam kulkas penyimpanan. Susu berperisa diproduksi oleh Kepala Pengelola Bapak Budi Santoso sehingga proses pengolahannya tidak dilakukan di kantor administrasi dan pemasaran UPTD Rembangan. Setiap minggunya, Bapak Budi Santoso akan mengambil susu mentah lalu dibawa untuk kemudian diolah menjadi susu berperisa dan dipasarkan di kantor administrasi dan pemasaran. Setiap minggunya susu yang dibawa memiliki varian rasa yang berbeda-beda.



Gambar 3. Kegiatan On Farm Peternakan Sapi Perah

Berdasarkan Gambar 3. Mahasiswa magang mengunjungi kandang ketika siang hari untuk mempelajari dan mengetahui proses perawatan sapi hingga proses pemerahan susu sapi. Pemberian pakan kepada sapi berupa rumput dilakukan sebanyak 2 kali sehari. Sebelum melakukan pemerahan susu, maka sapi harus dimandikan terlebih dahulu, kandangnya juga harus dibersihkan agar tidak ada kotoran yang dapat merusak kualitas susu. Proses pemerahan susu dilakukan dua kali setiap hari, yakni ketika pukul 01.00 dini hari dan juga pukul 13.00 siang hari. Sapi perah yang ada di UPTD Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan sebanyak 30 ekor berjenis sapi belanda. Sekali pemerahan menghasilkan sekitar 30 hingga 35 liter susu sapi segar. Pemerahan susu sapi di UPTD Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan sudah menggunakan mesin pemerah susu sehingga lebih hemat waktu dan efisien, proses pemerahan pada 1 sapi membutuhkan waktu 8-10 menit saja.



Gambar 4. Melayani Pembelian Produk Susu dan Produk Olahannya

Berdasarkan Gambar 3.6 Mahasiswa magang melakukan kegiatan pelayanan pembelian produk susu segar, siap minum varian original dan rasa, puding susu, serta cheescuit susu kepada pengunjung Rembangan Dairy Farm. Mahasiswa magang diberikan pelatihan terlebih dahulu tentang harga setiap produk, tahapan dalam produksi susu dan cara pengolahannya, sehingga dapat memberikan pemberian informasi dan penawaran produk kepada konsumen.

Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk merupakan strategi yang digunakan untuk memperluas variasi hasil olahan susu guna meningkatkan nilai tambah dan daya tarik konsumen. UPTD Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan memanfaatkan potensi produksi susu sapi segar sebagai bahan baku utama untuk diolah menjadi berbagai produk turunan. Strategi diversifikasi menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan nilai tambah. Nilai tambah (*added value*) merujuk pada peningkatan nilai suatu produk atau komoditas yang terjadi akibat adanya proses pengolahan, distribusi, atau penyimpanan dalam kegiatan produksi (Dwiyono, 2019). Produk yang dihasilkan tidak hanya berupa susu sapi segar, melainkan juga dikembangkan menjadi susu siap minum varian rasa, puding susu, stik susu, yogurt, hingga cheescuit. Inovasi ini dilatarbelakangi oleh tingginya produksi susu harian yang mencapai 100–110 liter dan kebutuhan konsumen akan variasi produk dengan rasa yang lebih menarik serta mudah dikonsumsi. Produk susu segar biasa dijual dengan harga Rp12.000,00/liter, akan tetapi dengan melakukan diversifikasi produk menjadi susu varian rasa dapat menciptakan harga Rp8.000,00 hingga Rp10.000,00 untuk tiap kemasan 250 ml. Pengembangan berbagai produk olahan pangan berbasis susu selama program tidak hanya menghasilkan inovasi dalam bentuk makanan dan minuman, tetapi juga memiliki daya tarik dari segi tampilan serta cita rasa (Amani *et al.*, 2015).



Gambar 5. Produk Diversifikasi Olahan Susu

Pengolahan produk dilakukan dengan memperhatikan aspek kebersihan, kandungan gizi, dan standar mutu yang berlaku. Proses produksi susu berperisa dilakukan oleh kepala pengelola secara rutin setiap minggu dengan varian rasa yang bervariasi, seperti coklat, matcha, alpukat, tiramisu, dan lainnya. Produk dikemas dalam botol berukuran 250 ml, kemudian disimpan dalam lemari pendingin untuk menjaga kesegarannya sebelum dipasarkan. Penjualan dilakukan melalui outlet yang tersedia di kantor administrasi maupun melalui distributor yang bekerja sama dengan UPTD. Upaya ini tidak hanya menambah ragam produk, tetapi juga menciptakan pengalaman konsumsi yang lebih menarik bagi wisatawan edukatif maupun pelanggan tetap. Strategi diversifikasi produk berdampak signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha dan perluasan pangsa pasar. Melalui diversifikasi produk, usaha ini mampu meningkatkan profitabilitas sekaligus meminimalkan risiko yang timbul akibat bergantung pada satu jenis produk saja (Saputra *et al.*, 2025). Produk olahan susu varian rasa dan makanan berbasis susu mampu menarik minat konsumen dari berbagai segmen, terutama anak-anak dan keluarga yang mengunjungi kawasan agrowisata Rembangan Dairy Farm. Kegiatan ini juga memperkuat keberlanjutan bisnis peternakan karena tidak hanya bergantung pada penjualan susu mentah. Nilai ekonomis yang dihasilkan dari diversifikasi produk turut berkontribusi terhadap total penerimaan tahunan unit usaha, sekaligus menjadi solusi atas kelebihan produksi susu yang tidak dapat dikonsumsi anak sapi secara langsung. Model ini mencerminkan praktik agribisnis terpadu yang memaksimalkan potensi sumber daya secara optimal.

Analisis Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan suatu gambaran kerangka pemikiran mengenai rencana strategis untuk menyusun strategi bisnis baru dan menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai targetnya (Sukarno & Ahsan, 2021). *Business Model Canvas* termasuk sebuah pendekatan manajemen bisnis yang dicurahkan dalam sebuah visualisasi gambar atau *chart* yang terdiri dari 9 elemen. Pendekatan menggunakan *Business Model Canvas* dapat digunakan sebagai media identifikasi kekuatan dan kelemahan model bisnis yang dijalankan, sehingga dapat dijadikan dasar untuk mencari dan mengembangkan ide-ide baru, serta berguna dalam pengembangan bisnis jangka panjang. Berikut ini merupakan gambaran *Business Model Canvas* pada usaha susu sapi di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan.

1. Customer Segment

Customer Segment adalah komponen pertama yang digunakan dalam menentukan strategi bisnis yang dijalankan, menekankan kepada pelanggan atau siapa yang akan menjadi target pasar dari usaha yang dijalankan. Pelanggan susu di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan adalah orang-orang yang berkunjung dan membeli produk susu seperti wisatawan, masyarakat umum, hingga reseller. Secara keseluruhan, tidak ada segmentasi pelanggan secara geografis maupun demografis.

2. Value Propositions

Value Propositions adalah komponen yang menjelaskan keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan, menekankan pada apa yang membedakan produk kita dengan lainnya. Keunggulan yang ditawarkan oleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan sangatlah beragam yang terdiri dari adanya wisata edukasi tentang sapi perah, selain menjual produk susu juga menjual tanaman musiman seperti durian dan buah naga dengan harga yang terjangkau, produk susu sapi yang dijual berkualitas tinggi dengan total solid 12%-13%, terdiri dari 22 varian rasa dan bersertifikasi halal.

3. Channel

Channel adalah sarana untuk memperkenalkan produk sekaligus upaya menarik minat konsumen yang telah ditentukan. *Channels* UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan secara langsung di outlet, untuk memperluas jangkauan juga dilakukan pemasaran melalui reseller atau pedagang pengecer dan bermitra dengan cafe.

4. Customer Relationship

Customer Relationship adalah komponen yang menentukan cara berkomunikasi yang baik oleh pelaku usaha kepada konsumen. UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan sangat memperhatikan kualitas susu untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pembeli bahkan dapat memanfaatkan layanan susu yang disediakan serta dapat berkomunikasi melalui *WhatsApp* untuk mendapatkan informasi mengenai susu sapi. Konsumen yang membeli susu langsung di outlet juga akan mendapatkan pengalaman karena pelayanan yang diberikan sangat baik, apabila ingin menjadi mitra atau distributor juga akan mendapatkan harga khusus.

5. Revenue Streams

Revenue Streams adalah sumber pendapatan dalam sebuah bisnis yang dapat berupa hasil penjualan dikurang dengan pengeluaran. Pendapatan yang diperoleh UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan berasal dari penjualan susu sapi segar, buah, dan penyewaan villa. Produk susu yang dijual terbagi menjadi tiga jenis yakni susu segar dengan harga Rp12.000 untuk 1L, susu kemasan 250 ml Rp8.000-Rp10.000, sedangkan produk olahan susu lainnya yakni puding susu, cheescuit, yogurt dibandrol dengan harga Rp6.000 hingga Rp15.000. Penyewaan villa kuning memberikan pemasukan yang cukup besar karena dalam sebulan banyak penyewa dan harganya sekitar Rp400.000-Rp700.000 tergantung berapa hari tempat tersebut disewa.

6. Key Activities

Key Activities adalah kegiatan utama dalam usaha dengan menentukan langkah apa saja yang dapat dilakukan untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Aktivitas utama dalam usaha susu sapi perah di UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan terdiri dari perawatan dan pemeliharaan sapi perah, pemerahan susu, pengolahan susu, pemasaran dan penjualan produk, serta mengelola keuangan.

7. Key Resources

Key Resources adalah sumber daya manusia atau pegawai atau mitra kerja yang berhubungan dalam keseharian proses bisnis berjalan. Sumber daya pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan terdiri dari sumber daya manusia meliputi tenaga kerja bagian pakan hijauan, perawatan, pemerahan, dan penjualan. Proses bisnis juga berhubungan dengan sumber daya fisik yang terdiri dari sapi perah, tanaman musiman, kantor pemasaran, hingga villa.

8. Key Partnership

Key Partnership adalah pihak yang bekerjasama untuk keberlanjutan usaha yang dijalankan. Pedagang pengecer pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan melakukan pembelian dengan harga khusus untuk kemudian dijual kembali dengan berkeliling atau mengantarkan pesanan langsung ke rumah konsumen. Selain itu, susu sapi rembangan juga bekerjasama dengan cafe sekitar daerah rembangan.

9. Cost Structure

Cost Structure adalah rincian biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis. *Cost structure* terbentuk dari keseluruhan biaya dari *Key Resources* dan *Key Activities*. Struktur biaya pada UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan terdiri dari biaya tetap yang terdiri dari upah tenaga kerja, sapi perah, karpet sapi, gelas ukur, dedak, konsentrat sealer, mesin perah, dan freezer. Sedangkan biaya variabel terdiri dari botol plastik, plastik sablon, tabung gas, air, listrik, bahan bakar.

Key Partnership • Pedagang pengecer • Cafe-cafe seperti cafe nyoesoe dan dragon fruit	Key Activities • Perawatan dan pemeliharaan sapi perah • Pemerahan susu • Pengolahan susu • Pemasaran dan penjualan produk olahan susu • Pengolahan keuangan	Value Propotions • Wisata edukasi tentang sapi perah • Tanaman musiman dijual dengan harga murah dan terjangkau • Susu sapi berkualitas dan bersertifikasi halal • Memiliki 22 varian rasa susu yang disesuaikan dengan target konsumen	Customer Relationship • Layanan pengiriman ke daerah Kabupaten Jember • Layanan informasi melalui chat dan call center selama jam operasional melalui WhatsApp • Harga khusus bagi mitra atau distributor	Customer Segments • Wisatawan • Masyarakat umum yang mengonsumsi susu sapi • Pelanggan yang membeli susu sapi perah untuk dijual kembali
	Key Resources • Sumber daya manusia: Tenaga kerja bagian pakan hijauan, perawatan, pemerahan, dan penjualan • Sumber daya fisik: Sapi perah, tanaman musiman, kantor pemasaran, villa, mesin perah, freezer, mesin sealer, wifi, diesel		Channels • Reseller • Cafe atau restoran	
Cost Structure • Biaya kemasan: Botol plastik dan plastik sablon • Biaya alat produksi: Gelas ukur, mesin perah, mesin sealer, freezer • Biaya tabung gas, air, listrik, dedak, konsentrat • Biaya bahan bakar mobil Pick Up • Biaya tenaga kerja			Revenue Streams • Penjualan produk olahan susu: susu mentah, susu varian rasa, puding susu, cheesecuit, stik susu, yogurt • Penjualan hasil lahan: Buah naga, durian, pepaya • Penyewaan villa kuning	

Gambar 6. BMC UPT Pembibitan Ternak dan Hijauan Pakan Ternak Rembangan

SIMPULAN

Hasilnya menunjukkan bahwa diversifikasi produk seperti susu varian rasa, puding susu, dan cheesecuit terbukti berhasil meningkatkan minat konsumen, menambah nilai produk, meningkatkan keuntungan, serta mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis produk saja. Analisis BMC secara menyeluruh memetakan sembilan aspek penting dalam bisnis Rembangan Dairy Farm sehingga memberikan gambaran lengkap dan dasar yang kuat untuk merumuskan rekomendasi strategis yang lebih adaptif dan kompetitif.

Keberhasilan diversifikasi produk di Rembangan Dairy Farm menunjukkan bahwa perluasan pasar dan pengurangan risiko dapat dicapai melalui penawaran produk baru atau modifikasi, serta peningkatan nilai tambah dari pengolahan bahan baku. Oleh karena itu, program ini mengusulkan pengembangan lebih lanjut berdasarkan hasil analisis BMC. Rekomendasi ini mencakup penelitian pasar yang mendalam untuk mengidentifikasi segmen pelanggan yang tepat, penguatan saluran pemasaran digital, pemanfaatan keunggulan nilai unik (termasuk potensi agrowisata), investasi dalam riset dan pengembangan produk baru, perluasan kemitraan strategis, serta optimalisasi struktur biaya. Langkah-langkah ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan adaptif di masa mendatang.

DAFTAR RUJUKAN

- Amani, Z. N., Ramadhan, I., Effendy, M. W., Khansa, S. I., Pasha, A. F., Aryadapta, R. S., ... & Auralia, M. (2025). Diversifikasi Produk Olahan Susu Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi KTT Rejeki Lumintu. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(02), 739-751.
- Dwiyono, K. (2019). *Agroindustri*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Depok: Rajawali.
- Mulyana, F. F., Suharso, P., & Sukidin, S. (2022). Strategi Pengembangan Olahan Daun Kelor Rumah Marronggih Di Sukorejo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 16(1), 15-20.
- Purnamasari, L., Krismaputri, M. E., Widianingrum, D. C., Khasanah, H., Yulianto, R., & Hasjim, S. (2023). *Detection of pesticide residue in forages for dairy farms in Jember district, East Java*. In *AIP Conference Proceedings*, 2583(1), 1-5.
- Qodariyah, N. A., Wardani, D. W., Mudakir, I., & Asyiah, I. N. (2024). *Quality of Business Partners in Marketing Rembangan Dairy Farm's Pure Milk in Maintaining Quality*. *Jurnal Biologi Tropis*, 24(3), 231-237.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT (22nd ed.)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, H., Fonataba, P. W., Wudda, A. R., Chintia, A., Ardana, A., Zulfri, A., Pasaribu, R., Rahma, Z., Hasibuan, K. M. & Yazid, M. U. (2025). Peran Manajemen Agribisnis dan Diversifikasi Produk dalam Keberlanjutan Usaha Susu Kambing Rumahan: Studi Kasus pada Usaha Ibu Sri Endang Hartati. *EKOMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 71-100.
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51-61.
- Thalib, R. A. W. (2024). Kesiapan Rantai Pasok dalam Menurunkan Rasio Impor Bahan Baku sebagai Acuan Data dan Informasi Pengembangan Industri Susu Nasional. *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 2(9), 792-811.
- Uhrowiyah, W. M. I., Rizal, R., & Djamali, A. (2021). Strategi Pengembangan Usaha dan Agroindustri Susu Sapi Perah di Kabupaten Jember. *Jurnal Agrinika: Jurnal Agroteknologi dan Agribisnis*, 5(2), 189- 198.
- Waehama, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dengan Metode Swot Analysis dan *Marketing Mix* (Studi Kasus Di Ukm Susu Sapi Segar Wijaya). *Jurnal Agroindustri Pangan*, 1(1), 32-45.