

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan kegiatan usaha yang bertujuan untuk memelihara ternak guna memproduksi pangan, menyediakan bahan baku industri, dan memberikan manfaat lain secara berkelanjutan di suatu lokasi tertentu. Subsektor peternakan, khususnya peternakan ayam petelur, perlu mendapat perhatian lebih untuk terus dikembangkan. Hal ini seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan bahan pangan yang kaya akan protein hewani. Telur ayam, sebagai salah satu sumber protein hewani, memiliki nilai strategis dalam pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat. Komoditas ayam petelur juga menjadi peluang usaha yang menjanjikan karena permintaan pasar terhadap telur ayam terus meningkat dari tahun ke tahun (Ilham dan Saptana, 2019).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, populasi ayam petelur tertinggi di Sumatra Barat terdapat di Kabupaten Lima Puluh Kota dengan jumlah mencapai 8.378.587 ekor, diikuti oleh Kabupaten Padang Pariaman dengan 3.783.344 ekor, dan Kabupaten Tanah Datar sebanyak 1.016.810 ekor.

Tabel 1. Populasi Ayam Petelur 5 Teratas Menurut Kabupaten/Kota

Kota/Kabupaten	Ayam Petelur (ekor)		
	2021	2022	2023
Lima Puluh Kota	8.364.679	8.425.873	8.378.587
Padang Pariaman	3.682.411	3.899.349	3.783.344
Tanah Datar	1.019.330	1.023.281	1.016.810
Payakumbuh	1.112.264	1.101.279	1.097.454
Padang	429.037	439.652	433.481

Sumber : Badan Pusat Statistik 2023

Industri peternakan ayam ras petelur memegang peran penting dalam ketahanan pangan nasional, dengan Kabupaten Lima Puluh Kota menjadi salah satu penyumbang produksi telur ayam yang signifikan. PT. Talenggak Jaya *Farm*, yang

berlokasi di Sungai Kamuyang, Kabupaten Lima Puluh Kota, merupakan salah satu pelaku usaha di sektor ini dengan sistem closed house berbasis artificial climate control dan automatic panel system untuk menjaga stabilitas lingkungan pemeliharaan. Namun, perusahaan ini menghadapi berbagai tantangan strategis yang memengaruhi keberlanjutannya.

Tabel 2. Populasi Ayam Petelur di Talenggak Jaya *Farm*

Kandang	Tahun (ekor)		
	2021	2022	2023
CH1	23.118	36.289	32.977
CH2	19.215	43.444	32.431
CH3	15.463	41.338	36.782
Total	57.796	121.071	102.190

Sumber: Data Penelitian 2023

Kondisi tiga tahun terakhir (2021–2023), populasi ayam petelur di PT. Talenggak Jaya *Farm* mengalami fluktuasi. Pada 2021, populasi tercatat 57.796 ekor akibat gangguan pandemi *COVID-19* terhadap rantai pasok. Tahun berikutnya, terjadi peningkatan signifikan menjadi 121.071 ekor seiring pemulihan ekonomi. Namun, di 2023, populasi turun kembali menjadi 102.190 ekor karena kelebihan produksi yang tidak diimbangi kenaikan permintaan, sehingga memicu penurunan harga. Saat ini, PT. Talenggak Jaya *Farm* menawarkan nilai produk berupa keunggulan kualitas produk, yang ditunjukkan melalui kecerahan warna cangkang, kekentalan isi telur, serta berat telur yang sesuai standar ideal. Produk tersebut dipasarkan ke berbagai wilayah, khususnya di Sumatera Barat, Pekanbaru, dan Jambi, melalui strategi penjualan langsung maupun tidak langsung kepada konsumen. Selain itu, persaingan dengan kompetitor seperti PT. Agung Abadi Putra Mandiri (AAPM) dan PT. Agro Nurul Amanda semakin ketat, di mana kedua pesaing telah mengembangkan produk bernilai tambah (seperti telur omega-3 dan organik) serta strategi pemasaran yang lebih modern.

Persaingan adalah permasalahan umum yang sering terjadi dalam peternakan ayam petelur, PT. Talenggak Jaya *Farm* dihadapkan pada ketatnya persaingan di Kabupaten Lima Puluh Kota dan Payakumbuh, di mana banyak peternak lain berlomba untuk mempertahankan pangsa pasar. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan efisiensi agar tetap kompetitif dalam menghadapi dinamika industri peternakan ayam petelur. PT. Talenggak Jaya *Farm* beroperasi dalam industri peternakan ayam petelur yang kompetitif, dengan pesaing utama seperti PT. Agung Abadi Putra Mandiri (AAPM) dan PT. Agro Nurul Amanda. PT. AAPM menawarkan keunggulan produk berupa telur premium seperti telur omega-3 dan telur organik, yang dikemas dalam kemasan ramah lingkungan serta dilengkapi dengan sertifikasi asal-usul produk yang detail. Sementara itu, PT. Agro Nurul Amanda juga memproduksi telur berkualitas tinggi, menjadikannya salah satu kompetitor signifikan di pasar.

Saat ini, PT Talenggak Jaya *Farm* belum mengembangkan produk turunan dari telur dan hanya menjualnya dalam bentuk mentah kepada distributor. Hal ini menyebabkan margin keuntungan yang diperoleh relatif rendah dibandingkan dengan penjualan langsung ke konsumen akhir. Selain itu, perusahaan belum memanfaatkan platform digital, seperti website atau media pemasaran online, padahal hal tersebut menjadi kebutuhan penting di era digital untuk meningkatkan visibilitas, memperluas pasar, dan mendukung pertumbuhan bisnis.

Di sisi manajemen strategis, PT Talenggak Jaya *Farm* juga belum mengimplementasikan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat untuk merancang, menganalisis, dan mengoptimalkan model bisnis. Padahal, BMC dapat

membantu perusahaan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dalam menghadapi dinamika persaingan bisnis.

Fakta-fakta ini menunjukkan bahwa PT Talenggak Jaya *Farm* perlu melakukan inovasi, baik dari segi pengembangan produk maupun strategi pemasaran, serta memanfaatkan alat analisis bisnis modern untuk meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan. Daya saing sendiri merupakan isu strategis yang harus menjadi fokus utama dalam pengembangan usaha ke depan.

Menurut Chandra (2016), perusahaan perlu memilih model bisnis yang tepat untuk dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang dinamis. Salah satu alat strategis yang dapat digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC). BMC merupakan kerangka kerja yang dirancang untuk menggambarkan, merancang, dan menganalisis model bisnis suatu organisasi atau perusahaan. Model bisnis ini terdiri dari sembilan elemen utama, yaitu *customer segments* (segmen pelanggan), *Value Proposition* (proposisi nilai), *Channels* (saluran distribusi), *Customer Relationships* (hubungan pelanggan), *Revenue Streams* (arus pendapatan), *Key Resources* (sumber daya), *Key Activities* (aktivitas kunci), *Key Partnerships* (kemitraan utama), dan *cost structure* (struktur biaya).

Kerangka kerja ini memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi yang responsif terhadap perubahan, baik itu dalam teknologi, perilaku pelanggan, maupun faktor eksternal lainnya. Dengan pembaruan yang cepat, kolaborasi tim yang efektif, serta kemampuan untuk menyesuaikan elemen-elemen penting seperti proposisi nilai atau saluran distribusi, BMC menjadi alat yang sangat berguna bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang di pasar yang berubah secara tiba-tiba dan cepat. Penggunaan BMC secara berkesinambungan membantu perusahaan

mengidentifikasi peluang baru, mengatasi tantangan, serta memaksimalkan efisiensi operasional. Dengan demikian, BMC tidak hanya menjadi alat untuk perencanaan strategis, tetapi juga menjadi landasan bagi perusahaan untuk beradaptasi dan meraih keunggulan kompetitif di pasar yang dinamis.

Penelitian ini berfokus pada pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) di PT. Talenggak Jaya *Farm*. Pemetaan BMC memiliki peran penting bagi perusahaan karena dapat membantu dalam memahami, menganalisis, dan mengembangkan model bisnis secara menyeluruh. Dengan memetakan elemen-elemen utama dalam operasional bisnis, perusahaan mampu mengidentifikasi peluang, mengatasi berbagai tantangan, serta merancang strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Model Bisnis Usaha Ayam Petelur pada PT. Talenggak Jaya *Farm* di Sungai Kamuyang, Kabupaten Lima Puluh Kota”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang, maka perumusan masalah adalah bagaimana gambaran model bisnis PT. Talenggak Jaya *Farm* saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran model bisnis yang sedang dijalani PT. Talenggak Jaya *Farm* dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Kajian ini merupakan panduan untuk melengkapi dan memperluas wawasan tentang BMC sebagai strategi pengembangan bisnis. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan wawasan tentang BMC.

2. Bagi Perusahaan

Studi ini berfungsi sebagai panduan untuk pemetaan bisnis dan informasi, serta masukan yang berguna untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk meningkatkan aspek internal perusahaan.

