

Strategi Pengembangan Peternakan Sapi Perah UD. Saputra Jaya Jombang Jawa Timur Menggunakan Metode *Business Model Canvas* (BMC)

Niswatin Hasanah¹ Nanda Miftahur Rizqi² dan Nining Haryuni³

^{1,2} Program Studi Produksi Ternak, Jurusan Peternakan, Politeknik Negeri Jember

Jl. Mastrip no 164, Kab. Jember

³ Program Studi Peternakan, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Madani Indonesia

Jl. Masjid No. 37 A Kota Blitar

email: niswatin_hasanah@polije.ac.id

Submitted: Maret 2024

Accepted: September 2024

Abstrak

Research bertujuan untuk mengetahui implementasi dari strategi *business model canvas* (BMC) di UD. Saputra Jaya dalam mengembangkan usaha peternakan sapi perah. Penelitian dilakukan menggunakan metode deskriptif eksploratif dengan pendekatan kualitatif melalui observasi dan wawancara. Responden ditentukan secara purposive sampling dari petugas yang ada di UD. Saputra Jaya. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh UD. Saputra Jaya dalam pengembangan usahanya menggunakan 9 komponen BMC diantaranya dengan menambah mitra peternak yang ada di Kecamatan Brangkal sebagai key partner, memproduksi pupuk kompos dari feses sapi sebagai key activities, memberikan edukasi terkait kualitas produk kepada peternak sebagai value proposition, peningkatan kualitas SDM dibidang IT untuk menunjang pemasaran yang berfungsi sebagai customer relationship, tidak ada perubahan terhadap customer segment, membuka feedmill baru sebagai key resource, mengembangkan elemen channels melalui sosial media seperti Instagram dan facebook, mengelola biaya pembangunan untuk pembangunan feedmill baru (cost structure), dan mengembangkan revenue streams melalui pengolahan pupuk kompos dan pembuatan pabrik pakan baru.

Kata Kunci : *Business model canvas* (BMC), pabrik pakan, sapi perah, strategi pengembangan

Abstract

The research aims to determine the implementation of the business model canvas (BMC) strategy at UD. Saputra Jaya in developing a dairy farming business. The study was conducted using a descriptive explorative method with a qualitative approach through observation and interviews. Respondents were determined by purposive sampling from officers at UD. Saputra Jaya. This study shows that the strategy used by UD. Saputra Jaya in developing its business uses 9 BMC components including adding livestock partners in Brangkal District as key partners, producing compost from cow feces as key activities, providing education related to product quality to livestock farmers as a value proposition, improving the quality of human resources in the IT field to support marketing which functions as a customer relationship, no changes to customer segments, opening a new feedmill as a key resource, developing channel elements through social media such as Instagram and Facebook, managing construction costs for the construction of a new feedmill (cost structure), and developing revenue streams through compost processing and the construction of a new feed mill.

Keywords: *Business model canvas (BMC), feed mill, dairy cows, development strategy*

Pendahuluan

Business Model Canvas (BMC) merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha dengan menerapkan 9 elemen kunci manajemen perusahaan termasuk juga bisnis peternakan sapi perah (Wahyuni, 2021). Bisnis peternakan sapi perah di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan (Fajar et al., 2024; Sikone et al., 2024). Hal ini didukung dengan kondisi geografis yang ada di Indonesia yang sangat cocok untuk pemeliharaan sapi

(Hasanah et al., 2024). UD. Saputra Jaya merupakan salah satu perusahaan peternakan sapi perah yang berlokasi di Dusun Pengajaran, Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang Jawa Timur. Populasi sapi di perusahaan ini sebanyak 448 ekor sapi dan memiliki pangsa pasar yang bagus dengan adanya mitra utama perusahaan untuk membeli susu yaitu PT. Indolakto. UD Saputra Jaya memiliki tiga tempat penampungan susu yaitu Bumdes Lohjinawi, Brojo Agung, dan UD Saputra Jaya sebagai penampungan utama.

Melihat adanya potensi daerah yang memadai, UD Saputra Jaya penting untuk melakukan strategi pengembangan.

BMC merupakan salah satu strategi yang banyak dipilih dalam mengembangkan usaha peternakan sapi perah sebab dapat diterapkan dengan mudah dan hasilnya efisien. Menurut Hutamy et al., (2021) strategi pengembangan usaha dengan menggunakan BMC memiliki 9 elemen kunci yang dapat diterapkan dalam manajemen perusahaan. Elemen kunci ini mampu memberikan gambaran yang sangat rinci tentang komponen yang saling terkait. Hal ini tentu menjadikan pemilik usaha dapat melakukan evaluasi secara detail yang kemudian dapat digunakan untuk perbaikan manajemen pengelolaan perusahaan (Hasanah et al., 2023).

UD. Saputra Jaya layaknya seperti perusahaan peternakan sapi perah lainnya juga mengalami berbagai kendala dalam pengembangan usahanya seperti adanya penurunan kualitas susu, gaji pekerja yang semakin tinggi, kendala dalam penyediaan SDM yang kompeten, permasalahan terkait ketersediaan bahan baku, kebijakan pengembangan ekonomi daerah, dll (Wahyono et al., 2023; Hasanah et al., 2025). Melihat dari uraian diatas maka perlu adanya sebuah penelitian untuk mengetahui bagaimana implementasi dari strategi *business model canvas* (BMC) di UD. Saputra Jaya dalam mengembangkan usaha peternakan sapi perah.

Materi Dan Metode

Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus – November 2023 di UD. Saputra Jaya yang berlokasi di Desa Galengdowo, Dusun Pengajaran RT.15 RW.06, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, Provinsi Jawa Timur. Perlengkapan yang digunakan untuk menunjang keberlangsungan penelitian diantaranya alat tulis, kuisioner, dan kamera untuk dokumentasi. Penelitian dilakukan menggunakan metode deskriptif eksploratif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian eksploratif adalah sebuah penelitian yang bertujuan melakukan eksplorasi, memperdalam pengetahuan dan menciptakan ide baru yang bersifat fleksibel, kreatif, dan terbuka. Sedangkan bersifat kualitatif dikarenakan jumlah sampel penelitiannya sedikit atau terbatas (University Sampoerna, 2022). Data primer didapatkan dari observasi dan wawancara dengan responden yang ada di UD. Saputra Jaya dan data sekunder dari berbagai sumber pustaka berupa buku atau jurnal nasional maupun internasional yang sesuai dengan tema penelitian.

Penentuan responden dilakukan secara *purposive sampling* dengan pertimbangan khusus diantaranya responden yang memiliki kapasitas serta potensi dalam melihat kondisi lingkungan, kegiatan bisnis, serta penentuan strategi pada UD. Saputra Jaya, dan responden yang *expert* di bidangnya (Lenaini, 2021). Pelaksanaan wawancara dilakukan dengan tahapan sebagai berikut.

- Sebelum wawancara, peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan 9 komponen BMC.
- Peneliti telah menentukan jumlah dan orang yang dijadikan sebagai responden.
- Peneliti, menjabarkan maksud dan tujuan melakukan wawancara.
- Kegiatan wawancara dimulai.
- Setelah kegiatan wawancara selesai, dilanjutkan dengan sesi dokumentasi.
- Terakhir, peneliti mereduksi jawaban dari responden melalui tabel pemetaan bisnis UD. Saputra Jaya berdasarkan pendekatan BMC.

Populasi dalam sebuah penelitian merupakan wilayah *generalisasi* yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas, kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi tertentu (Kumarawati et al., 2017). Oleh karena itu sampel yang di dapatkan dari Populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Dari hasil menggunakan teknik *purposive sampling* didapatkan sebanyak 5 responden kunci dengan jumlah populasi sebanyak 75 orang. Responden kunci tersebut diantaranya *owner*, *manager*, *staff admin*, *staff keswan*, dan kepala gudang pakan, dimana responden tersebut dipilih dikarenakan ahli pada bidangnya, hal tersebut yang menjadi sebagai bahan pertimbangan (Viali et al., 2018; Nasution, 2016). Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini, instrumen penelitiannya ialah kuisioner terbuka atau wawancara secara langsung yang berupa pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab (tanpa ada rekayasa) sesuai kondisi *riil* perusahaan.

Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif yaitu suatu analisis yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang terkumpul dalam bentuk kata, gambar dan bukan angka. Tahapan awal dalam penelitian ini ialah pengolahan data menggunakan teknik analisis deskriptif eksploratif melalui pendekatan kualitatif yang berfokus pada jawaban hasil wawancara dari responden untuk menentukan suatu pemetaan usaha (Alfin et al., 2024; Endriawan et al.,

2024). Kemudian untuk menentukan alternatif strategi baru dibutuhkan parameter sebagai acuan. Parameter dalam penelitian ini adalah profil UD. Saputra Jaya dan Implementasi strategi BMC yang meliputi identifikasi 9 elemen kunci BMC dan pemetaan BMC.

Hasil Dan Pembahasan Profil UD. Saputra Jaya

UD. Saputra Jaya merupakan salah satu perusahaan agribisnis yang bergerak di bidang peternakan sapi perah dengan fokus pada optimalisasi upaya pengembangan usaha. Beberapa permasalahan yang sering terjadi di UD. Saputra Jaya diantaranya kualitas susu sering menurun, produksi susu menurun akibat wabah penyakit pmk, penyampaian informasi tentang perusahaan kurang akurat, keterbatasan stok pakan konsentrat untuk mitra (peternak), dan kurangnya pemanfaatan teknologi pada limbah kotoran sapi.

Implementasi BMC di UD. Saputra Jaya

Impelementasi dari strategi BMC di UD. Saputra Jaya dilakukan dengan melakukan 2 tahapan yaitu identifikasi 9 elemen kunci *business model canvas* (BMC) dan pemetaan BMC.

Identifikasi 9 elemen kunci BMC

Identifikasi BMC yang dilakukan di UD. Saputra Jaya diantaranya sebagai berikut (Haryuni & Muanam, 2023).

- Key partner* (mitra utama). Implementasi Menganalisis terkait siapa saja yang telah dan akan menjadi mitra UD. Saputra Jaya.
- Key Activities* (Aktivitas Utama). Menganalisis aktivitas apa saja yang telah dan akan berpengaruh penting dalam menciptakan nilai oleh UD. Saputra Jaya.
- Value Propositions* (Proposisi Nilai). Menganalisis nilai apa saja yang telah dan akan diberikan oleh pihak UD. Saputra Jaya kepada produk atau *output* dalam upaya menarik mitra baru.
- Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan). Menganalisis bagaimana hubungan yang telah dan akan dibangun oleh UD. Saputra Jaya dengan pelanggan.
- Customer Segments* (Segmen Pelanggan). Menganalisis bagaimana segmentasi pelanggan UD. Saputra Jaya. Sehingga dapat dilihat target segmentasi pelanggan selanjutnya.

- Key Resource* (Sumber Daya Utama). Menganalisis sumber daya utama apa saja yang berperan penting dalam pelaksanaan usaha UD. Saputra Jaya.
- Channels* (Saluran). Menganalisis bagaimana penyampaian informasi dan hasil produk perusahaan yang telah dan akan dilakukan UD. Saputra Jaya.
- Cost Structure* (Struktur Biaya). Menganalisis jenis biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan sebuah model bisnis.
- Revenue Streams* (Arus Pendapatan). Menganalisis penerimaan yang diperoleh UD. Saputra Jaya berasal dari mana. Kemudian seberapa besar kontribusi masing-masing arus pendapatan terhadap pendapatan keseluruhan.

Pemetaan BMC

Pemetaan usaha pada UD. Saputra Jaya berdasarkan 9 elemen BMC dilakukan setelah identifikasi permasalahan dan 9 elemen BMC. Hasil pemetaan akan disajikan dalam Gambar 1 yang merupakan kondisi perusahaan saat ini. Dapat diketahui bahwasannya lebih banyak elemen yang dipertahankan dibandingkan dengan yang harus dilakukan perubahan atau perlu peningkatan. Terdapat dua elemen yang perlu dilakukan perubahan yaitu saluran (*Channels*) dimana saat ini UD. Saputra Jaya hanya menggunakan media *E-mail* dan *WhatsApp* dalam menyampaikan informasi. Sedangkan elemen kedua yang perlu ditingkatkan juga ialah arus perusahaan (*revenue streams*) yaitu hasil distribusi susu di PT. Indolakto, dimana berdasarkan hasil wawancara, arus pendapatan UD. Saputra Jaya diperoleh dari hasil pendistribusian susu ke PT. Indolakto sebanyak 10.500 ton liter susu, hasil penjualan susu ke konsumen dengan harga Rp.7.200/liter, dan hasil penjualan pakan konsentrat ke peternak dengan harga Rp.200.000/50 Kg. Oleh sebab itu, diperlukan adanya suatu kebaruan yang harus dilakukan untuk pengembangan usaha terutama dalam menjaga kualitas susu dan meningkatkan pendapatan. Sesuai dengan hasil pemetaan yang disajikan pada Gambar 1 dan diperlukan adanya perubahan sehingga dihasilkan pemetaan usaha UD. Saputra Jaya setelah dilakukan perubahan seperti yang disajikan pada Gambar 2 yaitu sebagai desain alternatif strategi baru yang akan dikembangkan oleh UD. Saputra Jaya kedepannya. Ide dari model bisnis ini dihasilkan berdasarkan acuan pemetaan BMC yang telah dianalisis dan dievaluasi.

Mitra Kunci (Key Partner)	Kegiatan Utama (Key Activities)	Proposisi Nilai (Value Propositions)	Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationship)	Segmen Pelanggan (Customer Segments)
a. PT. Indolakto b. Peternak daerah Galengdowo dan Ringin Agung c. Peternak Daerah Sranten d. Peternak Daerah Mojoagung	a. Aktivitas produksi b. Aktivitas distribusi c. Aktivitas administrasi d. Aktivitas pengolahan kesehatan ternak Sumber Daya Utama (Key Resource) a. Pegawai yang trampil dan profesional b. Alat dan bahan penunjang kesehatan hewan c. Peralatan yang menunjang produksi	a. Pelayanan ramah b. Harga jual pakan untuk mitra terjangkau c. Harga jual susu stabil d. Uji kualitas susu berkala e. Perawatan kesehatan ternak berkala f. Harga jual susu eceran terjangkau	Memberikan pelayanan terbaik pada mitra dan pelanggan Saluran (Channels) Email pribadi dan WhatsApp	a. PT. Indolakto b. Masyarakat sekitar segala usia
Struktur Biaya (Cost Structure)		Arus Pendapatan (Revenue Streams)		
a. Biaya tetap b. Biaya variabel		a. Hasil distribusi susu ke PT. Indolakto b. Hasil penjualan pakan ke mitra (peternak)		

Gambar 1. Business Model Canvas UD. Saputra Jaya Saat Ini

Mitra Kunci (Key Partner)	Kegiatan Utama (Key Activities)	Proposisi Nilai (Value Propositions)	Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationship)	Segmen Pelanggan (Customer Segments)
a. PT. Indolakto b. Peternak daerah Galengdowo dan Ringin Agung c. Peternak Daerah Sranten d. Peternak Daerah Mojoagung e. PT. Indolakto f. Peternak Daerah Bangkal	a. Aktivitas produksi b. Aktivitas distribusi c. Aktivitas administrasi d. Aktivitas pengolahan kesehatan ternak e. Pembuatan pabrik pakan konsentrat baru f. Pembuatan pupuk kandang dari limbah feses sapi	a. Pelayanan ramah b. Harga jual pakan untuk mitra terjangkau c. Harga jual susu stabil d. Uji kualitas susu berkala e. Perawatan kesehatan ternak berkala f. Harga jual susu eceran terjangkau g. Pemberian edukasi pada peternak	a. Memberikan pelayanan terbaik pada mitra dan pelanggan b. Menambah anggota SDM di bidang IT Saluran (Channels) a. Email pribadi dan WhatsApp b. Akun sosial media perusahaan (Instagram dan Facebook)	Masyarakat sekitar segala usia
Sumber Daya Utama (Key Resource)		Arus Pendapatan (Revenue Streams)		
a. Pegawai yang trampil dan profesional b. Alat dan bahan penunjang kesehatan hewan c. Peralatan yang menunjang produksi d. Pembuatan pabrik pakan konsentrat baru		a. Hasil distribusi susu ke PT. Indolakto b. Hasil penjualan pakan ke mitra (peternak) c. Hasil penjualan susu ke konsumen d. Pengolahan pupuk kandang e. Pembuatan pabrik pakan baru		
Struktur Biaya (Cost Structure)				
a. Biaya tetap b. Biaya variabel c. Biaya pembangunan				

Diciptakan
 Ditingkatkan

Gambar 2. Business Model Canvas UD. Saputra Jaya Sesudah Perbaikan

Pada Gambar 2 dapat diketahui bahwasannya terdapat penambahan mitra utama UD. Saputra Jaya. Penambahan segmen mitra tersebut dirasa cocok karena adanya keinginan dari pihak ketua kelompok peternak Kecamatan Brangkal untuk bermitra dengan UD. Saputra Jaya. Hal tersebut juga sejalan dengan rencana UD. Saputra Jaya yaitu menambah jumlah pasokan produksi di tahun 2024 sebanyak 15 ton liter susu. Selain itu, dengan adanya penambahan mitra diharapkan dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi yaitu produksi susu yang menurun akibat wabah PMK. Alternatif strategi tersebut apabila dapat diterapkan kedalam perusahaan akan memperluas segmen mitra ke daerah lainnya yang kemudian berpengaruh terhadap blok arus pendapatan (*revenue streams*) (Warnaningtyas, 2020).

Penambahan kegiatan utama yang disarankan yaitu mengolah limbah feses sapi menjadi pupuk kompos untuk bidang pertanian. Hal tersebut dikarenakan selama ini feses dibuang begitu saja di sungai yang berada tepat di belakang kandang, yang akan berdampak pada kerusakan alam (Alam et al., 2024; EDI & HARYUNI, 2023; Hasanah & Haryuni, 2024). Manfaat mengolah limbah feses menjadi pupuk kompos adalah dapat dijual kepada kelompok tani atau individu yang mengolah pertanian. Dengan demikian, permasalahan kurangnya pemanfaatan teknologi pada limbah feses sapi dapat teratasi dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan (Haryuni & Muanam, 2023; Haryuni et al., 2024). Selain itu, adanya penambahan pada elemen proposi nilai untuk melakukan edukasi kepada peternak yang curang dalam mempengaruhi kualitas susu dapat mencegah terjadinya penurunan kualitas susu sehingga dapat bersaing dalam hal kualitas susu (Akbar et al., 2022; Haryuni et al., 2024). Proposisi Nilai memiliki keterkaitan dengan blok Segmen Pelanggan karena UD. Saputra Jaya berpredikat sebagai perusahaan sapi perah dengan penghasil susu terbaik di Kabupaten Jombang sehingga loyalitas mitra dan pelanggan harus terjaga.

Adanya penambahan SDM bidang IT pada blok hubungan dengan pelanggan bertujuan agar penyampaian informasi dan promosi perusahaan di sosial media dapat tersampaikan dengan akurat dan menarik (Niswatin et al., 2023). Hal ini juga dapat mempertahankan mitra dan pelanggan lama bahkan dapat menarik minat mitra dan pelanggan baru. Blok ini memiliki keterkaitan dengan blok proposisi nilai dan saluran dimana para mitra dan konsumen mendapat pelayanan yang baik, dan informasi terkait perusahaan dapat tersalurkan kepada khalayak umum.

Kemudian untuk penambahan pada blok Sumber Daya Utama disarankan untuk membuat pabrik konsentrat pakan baru di wilayah berbeda (Fajar et al., 2024). Hal ini sejalan dengan tujuan perusahaan yang akan menambah stok ketersediaan pakan konsentrat agar tidak terjadi keterlambatan pada proses distribusi pakan. Blok ini memiliki keterkaitan dengan blok Arus Pendapatan, karena semakin besar jumlah pakan konsentrat yang di produksi, maka para peternak dapat membeli dalam jumlah banyak dan dapat meningkatkan pendapatan UD. Saputra Jaya.

Dalam blok saluran yang berisikan tentang penyampaian informasi dan promosi perusahaan setelah dilakukan analisis dan evaluasi disarankan untuk membuat akun media sosial Instagram dan Facebook agar dapat melakukan promosi dengan jangkauan yang lebih luas dan lebih menarik dengan adanya SDM bidang IT yang berkualitas dan handal. Kemudian pada blok struktur biaya setelah dilakukan analisis dan evaluasi disarankan untuk menambah biaya pembangunan agar nantinya perusahaan mendapat penghasilan tambahan dari pembangunan pabrik pakan konsentrat yang baru. Blok ini berhubungan dengan blok Kegiatan Utama karena perusahaan harus mengeluarkan biaya untuk aktivitas produksi dan distribusi. Sedangkan pada blok arus pendapatan, disarankan untuk menambahkan *revenue streams* dengan pembuatan pabrik pakan konsentrat baru dan pengolahan pupuk kandang dari limbah feses sapi. Hal ini sejalan dengan tujuan perusahaan yang akan menambah volume stok ketersediaan pakan konsentrat untuk peternak dan juga untuk mengolah limbah feses sapi agar tidak mencemari lingkungan. Selain itu, penambahan *revenue streams* ini akan meningkatkan pendapatan perusahaan (L. S. Putri, 2022; Mitra et al., 2024). Dengan adanya penambahan pada setiap blok diharapkan UD. Saputra Jaya dalam rencananya mengembangkan usahanya dapat berjalan dengan maksimal, sehingga tujuan dapat tercapai dan pendapatan perusahaan akan meningkat.

Kesimpulan

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi BMC di UD. Saputra Jaya untuk mengembangkan usahanya dilakukan dengan cara melakukan identifikasi dan kemudian dilakukan pemetaan BMC. Adapun hasil pemetaan terdapat beberapa perbaikan diantaranya:

- a. Peningkatan dalam arus pendapatan melalui hasil distribusi susu ke PT. Indolakto dan saluran (channel) melalui Email pribadi dan WhatsApp

- b. Menciptakan peternak daerah Bangkal, pembuatan pabrik pakan konsentrat baru, pembuatan pupuk kandang dari limbah feses sapi, menambah anggota sdm di bidang it, pemberian edukasi pada peternak, penambahan biaya untuk pembuatan pabrik pakan konsentrat baru, pembuatan akun sosial media perusahaan (instagram dan facebook).

Daftar Pustaka

- Akbar, R. R. N., Endayani, F., Salsabila, S., & ... (2022). Pengembangan Proposisi Nilai Bisnis Melalui Pelatihan Business Model Canvas Pada Godress Koffie Malang. *Jurnal Pengabdian ...*, 3(2), 555–562.
- Alam, Y., Harliana, H., Haryuni, N., & Oktaviani, R. T. (2024). Pengelolaan Limbah Rumah Tangga Berbasis Komunitas untuk Produksi Pupuk Kompos Organik. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 748–753.
<https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1964>
- Alfin, C., Haryuni, N., & Endriawan, E. (2024). Study of Handling of Animal Market Waste in Probolinggo City. *Bestindo of Animal Science*, 1(3), 161–167.
- Arasy, M. H. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Wanita Tani (Kwt) Sri Rejeki Di Desa Ranuklindungan Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan. Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Jember.
- Asmara, A., Purnamadewi, Y. L., & Lubis, D. (2016). Keragaan Produksi Susu Dan Efisiensi Usaha Peternakan Sapi Perah Rakyat di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 13(1), 14–25.
- EDI, D. N., & HARYUNI, N. (2023). Estimation of Greenhouse Gas Emission Burden of Livestock Sector in East Java Province, Indonesia: Estimasi Beban Emisi Gas Rumah Kaca dari Sektor Peternakan di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. *Jurnal Teknologi Lingkungan*, 24(2), 157-165.
- Endriawan, E., Alfin, C., & Haryuni, N. (2024). Study of Biogas Reactor Construction to Reduce the Negative Impact of Waste in Animal Markets. *Bestindo of Animal Science*, 1(3), 171–178.
- Fajar, M. S. R., & Haryuni, N. (2024). Effect of Silage Feeding on the Production Performance of Dairy Cattle in UD Sultoni. *Bestindo of Animal Science*, 1(1), 49–56.
- Fajar, M. S. R., & Haryuni, N. (2024). Rahasia pembuatan silase pakan ternak anti gagal. PT. Bestindo Berkah Lestari.
- Hanshaw, Natasha; Osterwalder, A. (2015). The Business Model Canvas. Viitattu, 94105.
- Haryuni, N., & Muanam, M. K. (2023). Potret BUMDES Sido Makmur Sejahtera. PT. Bestindo Berkah Lestari.
- Haryuni, N., Harliana, & Alam, Y. (2024). Basic Knowledge of Animal Feed Formulation. *Tropical Poultry Science and Technology*, 1(1), 25–33.
- Haryuni, N., Harliana, H., Khoirul Muanam, M. ., Alam, Y. ., & Izzudin, A. . (2024). Pelatihan Pembuatan Pakan Sapi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Ketahanan Pangan Nasional. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 152–160.
- Hasanah, N., & Haryuni, N. (2024). Supplementation of Tannin and Saponin Extracts to Reduce Methane Gas Emissions. *Bestindo of Animal Science*, 1(2), 137–142.
- Hasanah, N., Haryuni, N., & Yulinarsari, A. P. (2023). Strategi Menjadi Wirausaha Pemula. CV. Haura Utama.
- Hasanah, N., Wahyono, N. D., Prakoso, B. H., Syahniar, T. M., Kusuma, S. B., Adhyatma, M., ... & Rukmi, D. L. (2025). Kemitraan Agribisnis Sapi Potong. PT. Bestindo Berkah Lestari.
- Hasanah, N., Yulinarsari, A. P., Izzulhaq, A., & Haryuni, N. (2024, December). Evaluasi good farming practice peternakan sapi potong di Lamongan-Jawa Timur. In *Conference of Applied Animal Science Proceeding Series (Vol. 5, pp. 72-82)*.
- Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 1–11.
- Kumarawati, N. M. R., Suparta, G., & Yasa, P. N. S. (2017). Pengaruh Motivasi Terhadap Disiplin Dan Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 4(2), 63–75.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Mitra, I. K., Haryuni, N., & Hasanah, N. (2024). Bisnis Pakan Hijauan untuk Sapi Perah di Daerah Tropis. PT. Bestindo Berkah Lestari.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen penelitian dan urgensinya dalam penelitian kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4 (1), 59–75.
- Niswatin Hasanah, S. P., Ir Nanang Dwi Wahyono, M. M., Anwar, S., S Tp, M. P.,

- Pt, N. H. S., & Pt, M. (2023). Interpersonal Skill (Wawasan dan Implementasi). CV. Haura Utama.
- Putri, L. S. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Ekstrak Jahe Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Jember Green Herbalist Sumpersari-Jember. Doctoral Dissertatiion, Politeknik Negeri Jember.
- Saputro, M. F. E., & Tamami, N. D. B. (2022). Strategi pengembangan usaha ternak Sapi Madura berdasarkan business model canvas. *Agriscience*, 3(2), 499–519.
- Sikone, H. Y., Haryuni, N., & Dos Santos, E. P. (2024). Kapita Selekta Sistem Produksi Ternak di Nusa Tenggara Timur. PT. Bestindo Berkah Lestari.
- University, S. (2022). Pengertian Penelitian Eksploratif. Centre for Research and Community Service.
- Viali, A. F., Rifin, A., & Saptono, I. T. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Cargo PT. Garuda Indonesia, Tbk dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 474–485.
- Wahyono, N. D., Hasanah, N., Parmawati, R., & Wong, W. K. (2023). Improving Economic Welfare through Capital Development: Case Study of Smallholder Dairy Farmers in Pujon District. *Sustainability (Switzerland)*, 15(11), 1–13.
- Wahyuni, S. (2021). Strategi Bussiness Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku Usaha Samarinda Dalam Upaya Pengembangan Brand Dan Digitalisasi Produk. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses ...)*, 1(2), 81–86.
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif Dan Bisnis*, 9(79), 52–65