

# Sistem Agribisnis dan Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Perah di Yasin Farm

## *Agribusiness System and Dairy Farming Business Development at Yasin Farm*

**R F Rinanti\*, E P Santoso\*, V Budiman\*, dan E Fitasari\***

<sup>1</sup>Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Jl. Telaga Warna, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur

\*E-mail : [rsdfajri@gmail.com](mailto:rsdfajri@gmail.com)

*Abstract : Livestock agribusiness is a system consisting of sub-systems, from the procurement of production facilities to the marketing of processed products. This research is intended to determine the agribusiness system and analyze internal and external factors in designing a dairy farming business development strategy at Yasin Farm. The agribusiness system was analyzed using the Business Model Canvas (BMC), the internal factors were analyzed using the Internal matrix of summary analysis factors (IFAS), while the external factors used the external matrix of summary analysis factors (EFAS) and the livestock business development system was analyzed using the SWOT matrix. The results of the study show that the agribusiness system in Yasin Farm's farm is interconnected between the upstream subsystem, the cultivation subsystem and the downstream subsystem. where in the upstream subsystem Yasin Farm focuses on meeting the needs of feed, seeds, and medicines, which have been carried out effectively from the results of cooperation with partners, in the cultivation subsystem of Yasin Farm involves the maintenance and production of milk and cheese production while in the downstream subsystem of farming Yasin Farm focuses on selling products from its farm. Based on the results of the internal analysis, the summary analysis factor (IFAS) has a total value of 3.09 and the external summary analysis factor (EFAS) is 3.02, which is a very good position. Meanwhile, in the IE (internal-external) matrix, the farm is in cell I with strong internal conditions and a relatively high response to external factors. So the right strategy in the development of the livestock business is to maintain the increase and stability of milk production and it is recommended to carry out an SO (strength-opportunity) strategy to achieve increased business growth.*

*Keywords: Agribusiness, BMC, Business Development, SWOT*

Diterima: 2 Juli 2024, disetujui 24 Maret 2025

## PENDAHULUAN

Agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri dari sub sistem, dari mulai pengadaan sarana produksi sampai pemasaran hasil olahan. Agribisnis memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Selain mempunyai peluang untuk diekspor, Produk agribisnis juga mempunyai permintaan yang cukup tinggi di pasar dalam negeri. Dalam agribisnis struktur harus jelas misalnya Sumber daya alam, manusia, kapital dan teknologi merupakan syarat keharusan untuk mencapai pertumbuhan ekonomi, tetapi tidak merupakan syarat kecukupan 2 dari upaya pembangunan. Tersedianya perangkat kelembagaan merupakan syarat kecukupan, karena dengan perangkat kelembagaan sumber daya dapat dialokasikan dan dimobilisasi secara optimal.



Lisensi :

Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Menurut Daniar dkk (2014) Agribisnis peternakan meliputi tata cara berternak dari hulu ke hilir mulai pemeliharaan, pembudidayaan, penanganan pasca panen sampai pengolahan dan pemasarannya. Sistem agribisnis yang baik dapat meningkatkan produksi pertanian dan peternakan, termasuk usaha peternakan sapi perah. Dengan menerapkan praktik pengembangan usaha peternakan yang baik juga dapat mempengaruhi produktivitas sapi perah yang meningkat termasuk manajemen pakan, genetika, perawatan kesehatan, dan pemeliharaan yang baik.

Peternakan sapi perah merupakan salah satu usaha di bidang peternakan yang memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan pangan yang terus meningkat, peningkatan pendapatan penduduk, dan peningkatan perekonomian nasional. Sapi perah merupakan salah satu ternak yang produksi utamanya adalah susu yang menghasilkan jumlah yang sangat besar. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian perindustrian pada tahun 2021, kebutuhan susu nasional adalah sejumlah 4,19 juta ton sedangkan kemampuan produksi SSDN (susu segar dalam negeri) hanya 0,87 juta ton (Taufik, 2023). Jawa Timur merupakan provinsi yang memiliki kontribusi terbesar dalam pertumbuhan dan produksi susu di Indonesia yaitu masing-masing sebesar 14,6% dan 24,3%. Hal ini juga di dukung oleh Badan Pusat Statistik Jawa Timur (2020) menyatakan bahwa jumlah populasi sapi perah di Jawa Timur meningkat dari tahun ke tahun yaitu pada tahun 2016 sebesar 265.002 ekor, tahun 2017 naik 2 menjadi 273.881 ekor, 2018 sebesar 280.364 ekor, 2019 sebesar 287.196 ekor, dan tahun 2020 sebesar 293.556 ekor. Potensi agribisnis susu muncul karena angka konsumsi susu dan produk turunannya relatif meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan konsumsi susu disebabkan oleh kesadaran masyarakat untuk hidup sehat dan peningkatan pendapatan perkapita (Gandhi dan Sani, 2023).

Tujuan agribisnis dalam dunia peternakan ada berbagai macam diantaranya yaitu sebagai salah satu sarana untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pangan secara berkelanjutan dan juga agribisnis di peternakan memiliki aspek penting yaitu menciptakan peluang bisnis yang lebih luas. Jadi pengembangan usaha peternakan sapi perah merupakan salah satu sub sistem dari agribisnis untuk meningkatkan dan memperluas kegiatan peternakan sapi perah. Pengembangan usaha peternakan sapi perah dapat melibatkan berbagai strategi, mulai dari peningkatan produktivitas hewan, penggunaan teknologi moderen, hingga penerapan praktik berkelanjutan. Tujuannya adalah untuk mencapai hasil yang lebih baik secara ekonomis dan memastikan kesejahteraan hewan yang baik.

*Business Model Canvas* (BMC) adalah salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Analisis BMC digunakan untuk menerjemahkan model bisnis dari objek penelitian ke dalam 9 blok yang ada pada BMC yaitu *Customer Segment, Value propositions, Customer Realtionship, Channels, Revenue Stream, Key Activities, Key Resource, Cost Structure, dan Key partnership*. Ke-sembilan blok pada BMC akan menggambarkan bagaimana sistem agribisnis di peternakan sapi perah Yasin Farm. Analisis SWOT adalah salah satu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara matematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan Rangkuti (2006).

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (treats). Matrik SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada usaha ternak sapi perah, sehingga diperoleh susunan strategi yang mampu menambah kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada. Matriks SWOT digunakan untuk menentukan strategi yang tepat dalam upaya pengembangan usaha peternakan sapi perah di Yasin Farm.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan selama satu (1) bulan di Peternakan Yasin Farm yang merupakan peternakan mandiri milik bapak Yasin yang terletak di Dusun Krajan, Desa Tlekung Kecamatan Junrejo Kota Batu Jawa Timur dengan pertimbangan karena usaha peternakan ini memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha peternakan sapi perah, baik dari segi kualitas produk, manajemen pemeliharaan, maupun pemasaran. Penelitian ini merupakan studi kasus, menurut Sarpintono (2017), studi kasus merupakan analisis mendalam terhadap suatu kasus atau fenomena tertentu, sering kali dengan penggunaan berbagai sumber data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan dari bulan Januari - Februari 2024. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer yang di peroleh dari 11 responden yang terdiri dari pemilik peternakan dan karyawan di peternakan Yasin Farm dengan metode observasi, wawancara, dan kuisisioner. Dan data sekunder yang diperoleh dari catatan dan laporan di lokasi penelitian serta literatur yang relevan dengan penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Peternakan Yasin Farm**

Usaha peternakan sapi perah Yasin Farm terletak di Dusun Krajan, Desa Tlekung Kecamatan Junrejo Kota Batu Jawa Timur. Secara spesifik usaha peternakan tersebut terletak di Jalan Terusan Tarimin Dusun Krajan, Desa Tlekung Kecamatan Junrejo Kota Batu Provinsi Jawa Timur. Usaha peternakan sapi perah Yasin Farm ini merupakan suatu peternakan sapi perah mandiri yang dimiliki oleh seorang peternak muda yang bernama Yasin. Peternakan ini telah berdiri sejak tahun 2000 dengan jumlah populasi awal sebanyak 13 ekor dan sekarang menjadi 94 ekor. Selain berfokus pada usaha peternakan sapi perah, Yasin Farm juga mempunyai pabrik untuk pembuatan keju. Saat ini Yasin Farm memiliki 11 karyawan untuk menjalankan usaha peternakan dan 8 karyawan untuk produksi keju.

Sapi perah yang dipelihara oleh peternakan Yasin Farm merupakan jenis sapi perah Friesian Holstein (FH). Rata-rata produksi susu mencapai 13 liter/ekor/hari. Pemerahan sapi dilakukan pada pagi dan sore hari, setelah melakukan pembersihan kandang, memandikan induk sapi perah yang sedang laktasi dan memberi pakan. Hal ini sependapat dengan penelitian Rianzani et al (2018), dimana Pemerahan sapi dilakukan pada pagi dan sore hari, setelah melakukan pembersihan kandang, memandikan induk sapi perah yang sedang berlaktasi dan memberi pakan. Untuk pembuatan keju bisa menghabiskan 600 – 1000 liter susu, sehingga dapat menghasilkan kurang lebih 60-100 kg keju/hari.

### **Analisis Business Model Canvas**

#### **Customer Segments**

Bagian ini menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Target segmen pelanggan usaha peternakan sapi perah Yasin Farm ada dua yaitu segmen pelanggan penjualan susu dan penjualan keju. Susu yang diproduksi di peternakan Yasin Farm dapat langsung ditampung dan dijual kepada Koperasi Unit Desa (KUD) dan cafe sebagai segmen planggan penjualan susu. Sementara itu, untuk penjualan keju Yasin Farm akan mendistribusikannya di Toko Keju Mozzarella di Bali dan di Jakarta, yang telah menjadi mitra tetap dalam proses jual-beli keju.

#### **Value Proportions**

Bagian ini menggambarkan hal apa yang membuat pelanggan atau konsumen membeli produk yang ditawarkan (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Dalam penjualan keju dari Yasin Farm, terdapat banyak faktor yang menarik minat konsumen, terutama kandungan yang terdapat dalam keju mozzarella, cheddar dan

parmesean, diantaranya yaitu kandungan lemak yang bagus yang memberikan rasa dan tekstur yang khas, serta memiliki kandungan natrium yang rendah.

### ***Channels***

Bagian ini menggambarkan bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan berkomunikasi dengan Segmen Pelanggannya dan menjangkau mereka untuk memberikan Proporsi Nilai (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Dalam segmen ini, peternakan Yasin Farm menggunakan dua saluran pemasaran yaitu saluran langsung yang dilakukan di lokasi usaha dan saluran tidak langsung yang dilakukan dengan mendistribusikan produk ke KUD atau ke berbagai toko yang telah bermitra. Chanel saluran langsung biasanya adalah para pemilik kafe, sedangkan chanel saluran tidak langsung adalah KUD dan toko-toko antar kota maupun luar kota.

### ***Customer Relationships***

Bagian ini menjelaskan tentang variasi hubungan yang dibangun oleh organisasi dengan segmen pelanggan yang khusus (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Di peternakan Yasin Farm hubungan ini biasanya merujuk pada hubungan antara peternak sapi dengan pembeli produk susu atau produk keju. Sebelum menjalankan usaha, peternakan Yasin Farm sudah bersepakat dengan mitra untuk berkomitmen menjalankan usaha bersama dengan baik tanpa ada tekanan satu sama lain. Dalam segmen ini, peternakan Yasin Farm lebih mengutamakan untuk memenuhi permintaan pelanggan yang berada dalam kota dibandingkan yang ada di luar kota. Hal ini didasari dengan pertimbangan efisiensi biaya distribusi.

### ***Revenue Streams***

Bagian ini menggambarkan uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari setiap Segmen Pelanggan (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Sumber utama pendapatan peternakan Yasin Farm yaitu dari penjualan produk utama berupa susu dan produk sampingan berupa penjualan keju dan penjualan pedet. Untuk pendapatan yang bersumber dari penjualan susu sebesar 55%, penjualan keju sebesar 30% dan penjualan pedet sebesar 15%.

### ***Key Resources***

Bagian ini menggambarkan aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Aset penting dalam operasional usaha di peternakan Yasin Farm diantaranya yaitu induk sapi perah laktasi sebagai penghasil susu, kandang pemeliharaan, mesin produksi keju dan mobil sebagai alat transportasi dalam proses distribusi produk yang dihasilkan maupun distribusi bahan baku usaha.

### ***Key Activities***

Bagian ini menjelaskan tindakan atau aktifitas utama yang perlu diambil oleh perusahaan agar model bisnisnya dapat beroperasi (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Kegiatan yang dilakukan di peternakan Yasin Farm dalam segmen ini diantaranya pengadaan pakan (konsentrat dibeli dari mitra supplier dan hijauan dengan ngarit di lahan yang dimiliki oleh peternakan), pemberian pakan yang dilakukan 3x sehari, pembersihan kandang dilakukan 2x sehari, pemerahan dilakukan pada pagi dan sore hari, mengolah susu segar menjadi keju, serta mendistribusikan produk yang dihasilkan ke KUD dan mitra yang lain.

### ***Key Partnerships***

Bagian ini menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Usaha peternakan Yasin Farm memiliki beberapa partner mulai dari supplier pakan (konsentrat), dan juga patner dalam penjualan produk misalnya penjualan susu di Koperasi Unit Desa (KUD) Junrejo, dan toko penjualan keju yang ada di Bali (keju mozzarella Bali), Jakarta dan Malang.

### ***Cost Structure***

Bagian ini menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Biaya- biaya yang dikeluarkan Yasin Farm antara lain: Biaya pakan, biaya transportasi, biaya listrik, biaya tenaga kerja. Rata-rata biaya pengeluaran untuk pakan sebesar 61,80%, Biaya transportasi sebesar 0,77%, biaya listrik sebesar 0,83% dan biaya tenaga kerja sebesar 36,60% untuk setiap bulannya.

Hasil dari penjabaran ke 9 blok Strategi Business Model Canvas diatas dapat lihat pada gambar 1.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Key Partners</b></li> <li>1. PT. Mix feed (penyedia pakan konsntrat)</li> <li>2. Toko Keju Mozzarella Bali</li> <li>3. Toko keju Jakarta</li> <li>4. Toko keju malang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Key Activities</b></li> <li>1. Pembelian pakan</li> <li>2. Produksi keju</li> <li>3. Penjualan susu</li> <li>4. Penjualan produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Value Proposition</b></li> <li>1. Produk dengan jaminan kualitas baik.</li> <li>2. Harga terjangkau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Customer Relationshis</b></li> <li>1. Melalui media sosial (whatsApp, instagram, dan email)</li> <li>2. Komuniasi dan pendekatan secara lansung dengan mitra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Customer Segments</b></li> <li>1. KUD</li> <li>2. Toko keju yang ada di bali, Jakarta dan di kota malang</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Cost Structure</b></li> <li>1. Biaya pakan</li> <li>2. Biaya transportasi</li> <li>3. Biaya listrik</li> <li>4. Biaya tenaga kerja</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Revenue Streams</b></li> <li>1. Penjualan susu</li> <li>2. Pejualan keju</li> <li>3. Penjualan pedet</li> </ul>		

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Gambar 1. Strategi *Business Model Canvas* Pada Peternakan Yasin Farm

## Analisis SWOT

Setelah melakukan identifikasi sembilan elemen yang dimiliki oleh Peternakan Yasin Farm dari elemen dalam Business Model Canvas, maka langkah selanjutnya adalah melakukan identifikasi kesembilan elemen tersebut berdasarkan analisis SWOT yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dialami oleh suatu organisasi. Setelah diketahui faktor- faktor internal dan eksternal dari Usaha peternakan Yasin Farm, maka selanjutnya dapat dianalisis strateginya melalui tabel IFAS dan EFAS. Bobot dan rating yang ada di dalam tabel IFAS dan EFAS didapat dari hasil kuesioner yang sudah diisi oleh responden.

## Analisis Faktor Internal (IFAS)

Strategi matriks IFAS merupakan rumusan analisis lingkungan internal. Matriks IFAS memberikan rangkuman dan evaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) utama dalam berbagai bidang fungsional pada suatu usaha. IFAS membantu organisasi untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan internal yang dimilikinya. Hasil analisis matriks IFAS dapat dilihat pada tabel 1.

Hasil matriks IFAS adalah (2,353+0,733), skor ini menunjukkan posisi internal yang kuat dengan total skor 3,09. Faktor internal berupa kekuatan yang berpengaruh sangat penting dalam perkembangan usaha sapi perah di Yasin Farm adalah S1 yaitu produksi susu sapi meningkat dan stabil dengan skor 0,535. Hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya menjaga peningkatan dan stabilitas produksi susu. Sedangkan faktor internal berupa kelemahan yang berpengaruh sangat penting dalam perkembangan usaha adalah W3 yaitu sanitasi kandang dan kinerja pekerja yang masih rendah dengan skor 0,255. Hal tersebut menunjukkan perlu adanya peningkatan terhadap pelaksanaan sanitasi kandang agar ternak terhindar dari serangan penyakit. Hasil analisis matris IFAS menunjukan bahwa faktor kekuatan internal yang kurang berpengaruh dalam perkembangan usaha sapi perah di peternakan Yasin Farm adalah S3 yaitu pemberian pakan cukup untuk kebutuhan sapi

perah dengan skor 0,301. Oleh karena itu perlu ditingkatkan lagi agar pertumbuhan sapi lebih baik dan produksi susu yang dihasilkan sesuai harapan peternak. Sedangkan faktor kelemahan internal yang kurang berpengaruh adalah W1 yaitu penggunaan pralatan otomatis terhadap perkembangan usaha sapi perah masih rendah dan kendala atau keterbatasan peternak untuk mencari atau mendapatkan modal dalam menjalankan usaha peternakan.

Tabel 1. Hasil IFAS Usaha Peternakan Yasin Farm

<b>Faktor internal</b>					
<b>No</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor (Bobot x Rating)</b>
1	Produksi susu sapi perah meningkat (produksi susu yang dihasilkan melebihi periode sebelumnya) dan stabil (produksi susu cenderung tetap atau konsisten dalam periode tertentu)	44	0,134	4	0,535
2	Pengalaman beternak sapi perah berpengaruh terhadap pengembangan usaha peternakan sapi perah	38	0,116	3	0,347
3	Pemberian pakan ternak cukup untuk kebutuhan sapi perah yaitu hijauan 2-3 % dari berat badan hidup mereka setiap hari, silase 1,5-2 % dari berat badan mereka setiap hari dan konsentrat 0,5-1 % dari berat badan mereka setiap hari.	33	0,100	3	0,301
4	Pendidikan informal pekerja atau karyawan diperlukan dalam mengembangkan usaha ternak sapi perah	38	0,116	3	0,347
5	Ketersediaan lahan hijauan sapi perah untuk mengembangkan usaha sapi perah	37	0,112	3	0,337
6	Mitra dalam hal pemasaran dan penyedia pakan yang terbatas	40	0,122	4	0,486
<b>Total</b>		<b>230</b>	<b>0,699</b>	<b>16</b>	<b>2,353</b>
<b>Kelemahan</b>					
1	Penggunaan peralatan otomatis terhadap perkembangan usaha sapi perah masih renda	22	0,067	2	0,134
2	Pengelolaan Lingkungan dalam mengembangkan ternak sapi perah belum maksimal	27	0,082	2	0,210
3	Sanitasi kandang dan kinerja pekerja masih rendah	28	0,085	3	0,255
4	Kendala atau keterbatasan peternak untuk mencari atau mendapatkan modal untuk menjalankan usaha peternakan	22	0,067	2	0,134
<b>Total</b>		<b>99</b>	<b>0,301</b>	<b>9</b>	<b>0,733</b>
<b>Total Internal (Kekuatan+Kelemahan)</b>					<b>3,09</b>

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

### **Analisis Faktor Eksternal (EFAS)**

Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja organisasi. Faktor-faktor ini meliputi peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang ada di lingkungan eksternal organisasi. Menurut Rangkuti (2006), dalam EFAS faktor-faktor eksternal dinilai berdasarkan bobot dan peringkat mereka, skor total EFAS menunjukkan sejauh mana peluang dan ancaman eksternal mempengaruhi kinerja organisasi. Semakin tinggi skor total EFAS, semakin besar pengaruhnya terhadap kinerja organisasi. Hasil analisis matriks EFAS dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini.

Hasil matriks EFAS pada tabel 2 adalah (2,135+0,0,887), skor ini menunjukkan posisi eksternal yang kuat dengan total skor 3,02. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki usaha ternak perah lebih besar dibandingkan ancamannya. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Rusman (2020) dimana hasil menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki usaha peternakan lebih besar dibandingkan ancamannya.

Tabel 2. Hasil EFAS Usaha Peternakan Yasin Farm

<b>Faktor Eksternal</b>					
<b>NO</b>	<b>Peluang</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor Bobot</b>
1	Mengembangkan usaha sapi perah dapat meningkatkan pendapatan ekonomi peternak	44	0,142	4	0,568
2	Produk samping seperti keju dari susu sapi dan olahan kotoran sapi sangat menguntungkan	44	0,142	4	0,568
3	Dengan mengembangkan usaha ternak sapi perah dapat meningkatkan minat masyarakat dalam aspek kesehatan, budaya dan keamanan pangan	33	0,106	3	0,319
4	Usaha peternakan semakin berkembang sehingga kapasitas kandang semakin membesar dan karyawan semakin banyak	33	0,106	3	0,319
5	Dapat memotivasi peternak	35	0,113	3	0,361
	<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>0,610</b>	<b>17</b>	<b>2,135</b>
<b>Ancaman</b>					
1	Perubahan cuaca dan manajemen sanitasi yang kurang baik dapat mengakibatkan sapi terserang penyakit	22	0,071	2	0,142
2	Susu impor akan menghambat dalam mengembangkan peternakan sapi perah	33	0,106	3	0,319
3	Harga pakan konsentrat akan mempengaruhi pengembangan usaha sapi perah	22	0,071	2	0,142
4	Hubungan antara peternak yang kurang baik dapat menghambat pertukaran informasi, pengalaman dan dapat menciptakan ketidakpatian dipasar.	22	0,071	2	0,142
5	Kebijakan pemerintah terkait harga susu atau subsidi yang tidak memadai dapat berdampak negatif pada pendapatan peternak.	22	0,071	2	0,142
	<b>Total</b>	<b>121</b>	<b>0,390</b>	<b>11</b>	<b>0,887</b>
<b>Total Eksternal (Peluang-Ancaman)</b>					<b>3,02</b>

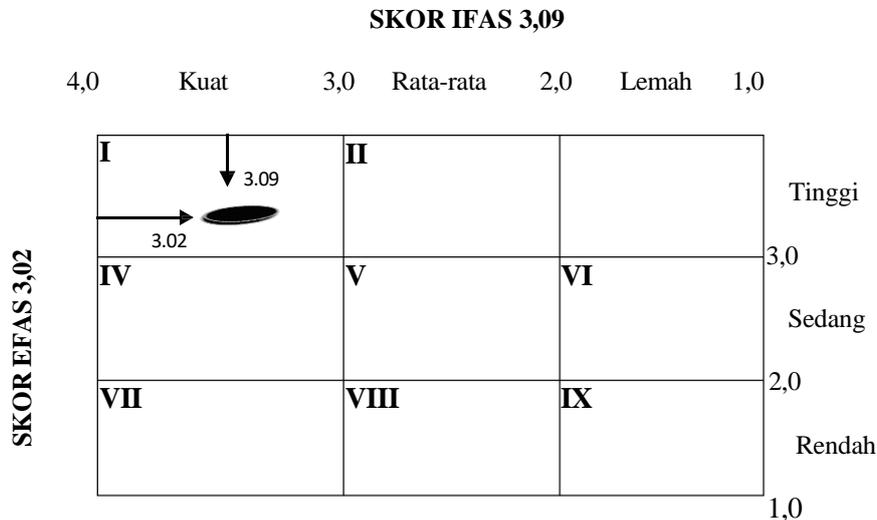
Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Faktor eksternal berupa kekuatan yang berpengaruh sangat penting dalam perkembangan usaha sapi perah di Yasin Farm adalah O1 dan O2 yaitu mengembangkan usaha sapi perah dapat meningkatkan pendapatan peternak dengan skor 0,568 dan produk samping seperti keju dan penolahan limbah sangat menguntungkan dengan skor 0,568. Keberadaan seperti ini tentunya sangat menguntungkan bagi peternakan Yasin Farm karena dapat memberikan rasa semangat kepada pekerja untuk mengembangkan peternakan yang lebih baik. Sedangkan faktor eksternal berupa ancaman yang sangat penting adalah susu impor akan menghambat dalam mengembangkan usaha sapi perah dengan skor 0,319. Dengan bobot yang seperti ini perlu adanya strategi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut, misalnya dengan pendekatan holistik yang melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah.

### **Matriks Internal Eksternal (IE)**

Matriks IE (Internal-Eksternal) merupakan matriks yang menggambarkan keberadaan usaha peternakan Yasin Farm berdasarkan penilaian terhadap faktor internal dan faktor eksternal usaha. Hal ini sependapat dengan Rahmah at all, (2013) bahwa Penilaian matriks IE didasarkan pada faktor internal dan eksternal yang telah disusun. Penentuan posisi peternakan Yasin Farm pada matriks IE mengikuti penghitungan yang dilakukan oleh Rahmah at all, (2022) bahwa penentuan skor IFAS diperoleh dari penjumlahan skor kekuatan dan kelemahan, sedangkan penentuan skor EFAS diperoleh dari hasil jumlah skor peluang dan ancaman.

Nilai IFAS peternakan Yasin Farm adalah  $2,353+0,733=3,09$ , sedangkan EFAS adalah  $2,135+0,887=3,02$ . Nilai IFAS 3,09 menunjukkan bahwa peternakan Yasin Farm berada pada keadaan internal yang kuat, sedangkan nilai EFAS 3,02 menunjukkan bahwa respon usaha peternakan Yasin Farm terhadap faktor-faktor eksternal yang dihadapi berada pada posisi tinggi. Matrix IE (Internal-Eksternal) Peternakan Yasin Farm dapat dilihat pada gambar 2.



Sumber : Data Primer Diolah, (2024)

Gambar 2. Matriks IE (Internal-Eksternal) Peternakan Yasin Farm

### Strategi SWOT

Strategi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh keuntungan dan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang (Ajizah at all 2018). Berdasarkan hasil analisis pada matriks SWOT dapat di ketahui bahwa besaran nilai dari keempat strategi alternatif yang dapat di terapkan di peternakan Yasin Farm diantaranya yaitu strategi SO (Strenght- Oppourtunity) 2,244; Strategi ST (Strenght-Treaths) 1,62; Strategi WO (Weaknes-Oppourtunity) 1.434; dan Strategi WT (Weaknes-Treaths) 0,81.

Strategi Strength-Opportunities (S-O) yang harus dikembangkan oleh peternakan sapi perah Yasin Farm;

1. Meningkatkan dan mempertahankan produksi susu, agar pendapatan ekonomi peternak semakin baik. Untuk meningkatkan dan mempertahankan produksi susu serta meningkatkan pendapatan ekonomi peternak, langkah-langkah strategis yang perlu diterapkan oleh peternakan Yasin Farm adalah: Perlu meningkatkan manajemen peternakan dengan fokus pada perawatan kesehatan ternak, dan manajemen reproduksi yang efektif.
2. Memanfaatkan pengalaman berternak untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha ternak. Pengalaman dalam berternak sangat penting dalam menjalankan bisnis peternakan yaitu guna meningkatkan serta mengembangkan usaha ternak yang sedang dijalankan. Dengan menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dari pengalaman berternak sebelumnya agar dapat meraih perkembangan yang lebih baik dalam operasi atau bisnis ternak mereka saat ini.
3. Memanfaatkan pakan hijauan yang cukup untuk menghasilkan susu yang berkualitas. Ketersediaan lahan untuk budidaya hijauan di peternakan sapi perah Yasin Farm sudah cukup, sehingga dengan memanfaatkan pakan hijauan yang memadai diharapkan dapat memberikan dampak positif pada kesehatan ternak dan akhirnya meningkatkan kualitas susu yang dihasilkan. Diharapkan dalam pemilihan dan pemberian pakan hijauan sebagai strategi untuk meningkatkan mutu susu yang dihasilkan oleh ternak tersebut. Hal ini sesuai yang disampaikan Mayulu et al. (2010) menyatakan

bahwa program peningkatan populasi dan produktivitas sapi perlu diikuti dengan penyediaan pakan yang berkualitas sepanjang tahun.

<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><b><u>Kekuatan (Strengths)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produksi susu yang stabil setiap tahunnya</li> <li>2. Pengalaman beternak sapi perah berpengaruh terhadap pengembangan usaha peternakan sapi perah</li> <li>3. Pemberian pakan hijauan ternak cukup untuk kebutuhan sapi perah</li> <li>4. Pendidikan informal pekerja atau karyawan diperlukan dalam mengembangkan usaha ternak sapi perah</li> <li>5. Mitra dalam hal pemasaran dan penyedia pakan yang cukup</li> <li>6. Ketersediaan lahan hijauan sapi perah untuk mengembangkan usaha sapi perah</li> </ol>	<p><b><u>Kelemahan (Weakness)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan peralatan otomatis terhadap perkembangan usaha sapi perah masih rendah</li> <li>2. Pengelolaan lingkungan dalam mengembangkan ternak sapi perah belum maksimal</li> <li>3. Sanitasi kandang, sapi dan pekerja masih rendah</li> <li>4. Kendala atau keterbatasan peternak untuk mencari atau mendapatkan modal untuk mejalankan usaha peternakan</li> </ol>
<p><b><u>Peluang (Opportunity)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan usaha sapi perah dapat meningkatkan pendapatan ekonomi peternak</li> <li>2. Produk samping seperti keju dari susu sapi dan olahan kotoran sapi sangat menguntungkan</li> <li>3. Dengan mengembangkan usaha ternak sapi perah dapat meningkatkan minat masyarakat dalam aspek kesehatan, budaya dan keamanan pangan</li> <li>4. Usaha peternakan semakin berkembang sehingga kapasitas kandang semakin membesar dan karyawan semakin banyak dapat memotivasi peternak</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI S-O</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan dan mempertahankan produksi susu, agar pendapatan ekonomi peternak semakin baik. (S1, O1,O3,O4)</li> <li>2. Memanfaatkan pengalaman berternak untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha ternak. (S2,S4,O2,O5)</li> <li>3. Memanfaatkan pakan hijauan yang cukup untuk menghasilkan susu yang berkualitas. (S3,S5,S6,O3)</li> <li>4. Melakukan pendidikan informal bagi pekerja atau karyawan agar usaha semakin berkembang. (S4,S6,O5)</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI W-O</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah peralatan otomatis agar mudah dalam pembersihan kandang. (W1,O1,O3,O4)</li> <li>2. Lakukan manajemen kandang yang baik supaya penghasilan dari usaha peternakan dapat meningkat secara signifikan. (w2,w2, O1,O3, O4,O5)</li> <li>3. Memperbanyak mitra. (W4,O5)</li> </ol>
<p><b><u>Ancaman (Treats)</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perubahan cuaca dan manajemen sanitasi yang kurang baik dapat mengakibatkan sapi terserang penyakit</li> <li>2. Susu impor akan menghambat dalam mengembangkan peternakan sapi perah.</li> <li>3. Harga pakan konsentrat akan mempengaruhi pengembangan usaha sapi perah</li> <li>4. Hubungan antara peternak yang kurang baik dapat menghambat pertukaran informasi, pengalaman dan dapat menciptakan ketidakpatian dipasar.</li> <li>5. Kebijakan pemerintah terkait harga susu atau subsidi yang tidak memadai dapat berdampak negatif pada pendapatan peternak.</li> </ol>	<p><b><u>STRTEGI S-T</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan fasilitas kandang dapat dengan mudah menjaga sapi terserang penyakit sehingga produksi susu stabil dan meningkat. (S1,T1)</li> <li>2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi susu untuk mengurangi ketergantungan impor. (S1, T2, T5 )</li> <li>3. Tetap mempertahankan hubungan yang baik dengan mitra dan antar karyawan. (S2, S5, A4)</li> <li>4. Meningkatkan budidaya hijauan. (S3, S6, T2, T5)</li> </ol>	<p><b><u>STRATEGI W-T</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia. ( W2, W3, W4, T4.)</li> <li>2. Bekerja sama dengan kelompok tani untuk mengetahui harga pakan. (W5, T3.)</li> </ol>

Sumber: Data Primer Diolah, (2024)

Gambar 3. Matriks Strategi SWOT Di Peternakan Yasin Farm

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di peternakan Yasin Farm, bahwa penerapan sistem agribisnis sudah saling berhubungan antara subsistem hulu, subsistem budidaya dan subsistem hilir. Dimana dalam subsistem hulu Yasin Farm fokus pada pemenuhan kebutuhan pakan, bibit, dan obat-obatan, yang telah dijalankan dengan efektif dari hasil kerja sama dengan mitra, pada subsistem budidaya Yasin Farm melibatkan pemeliharaan dan produksi susu dan produksi keju sedangkan pada subsistem hilir peternakan Yasin Farm berfokus pada penjualan produk dari peternakannya. Berdasarkan hasil analisis internal faktor analisis summary (EFAS) total nilainya mencapai 3,35 dan eksternal faktor analisis summary (EFAS) 3,02 yang merupakan posisi yang sangat baik. Sedangkan pada matrix IE (internal-eksternal) menunjukkan usaha peternakan Yasin Farm disarankan untuk melakukan strategi agresif atau strategi SO (strength- opportunity) untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ajizah, S., Widjaya, S. and Situmorang, S., 2020. Strategi pengembangan ternak ayam ras petelur di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 6(1), pp.33-40.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. 2020. *Provinsi Jawa Timur dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Surabaya
- Daniar, G.R., Nugroho, B.A. and Nugroho, E., 2014. Persepsi dan minat pemuda terhadap agribisnis sapi Madura (Studi di Kecamatan Waru, Kabupaten Pamekasan). *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, 24(3), pp.69-78.
- Gandhi, P. dan Sani, Z. S. 2023. Analisis non finansial pendirian bisnis frozen yoghurt di Cipta Rasa Farm Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 19(3), 184–195. <https://doi.org/10.31940/jbk.v19i3.184-195>
- Mayulu, H. dan Daru, T. P., 2019. Kebijakan pengembangan peternakan berbasis kawasan: studi kasus di Kalimantan Timur. *Journal of Tropical AgriFood* 2019; 1(2): 49-60.
- Osterwalder, A. dan Pigneur, Y., 2013. *Business Model Generation*. PT Elek Media Komputindo. Jakarta
- Rahmah, U, I, L., Yuliandri, L. A, dan Aprizal, A. 2022. Strategi pengembangan usaha peternakan ayam ras petelur di CV Gifar Farm Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka. *Jurnal Tropical Livestock Science Journal (TLSJ)*, No. 1, 36-50.
- Rangkuti, F., 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rusman, R.F.Y., Hamdana, A. and Sanusi, A., 2020. Strategi pengembangan usaha ternak sapi potong di Kecamatan Lau Kabupaten Maros. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 17(2), pp.120-129.
- Sarpintono., Adiprasetyo, T., dan Nusril. 2017. Strategi pengembangan system agribisnis peternakan sapi perah di Propinsi Bengkulu. *OSF*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pxcwm>
- Taufik, E. 2023. Tantangan Indonesia mencapai industri persusuan tangguh 2025. *Foodreview Indonesia*, XVIII (6): 29—40.