

## Analisis Strategi Pengembangan Industri Peternakan Kambing Peranakan Etawa “Fathur Farm” di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

Justisia Amru Coryna<sup>1</sup> Jahrizal<sup>2</sup> Mardiana<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email: [justisia.amru0053@student.unri.ac.id](mailto:justisia.amru0053@student.unri.ac.id)<sup>1</sup> [jahrizal@lecturer.unri.ac.id](mailto:jahrizal@lecturer.unri.ac.id)<sup>2</sup>  
[mardiana@lecturer.unri.ac.id](mailto:mardiana@lecturer.unri.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Persaingan dalam dunia usaha sangatlah sengit, sehingga para pelaku bisnis harus mampu merancang strategi pemasaran yang efektif agar produk mereka tetap bertahan di pasar, meskipun menghadapi perubahan zaman dan meningkatnya jumlah pesaing. Studi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan apa yang paling efektif dan paling tepat yang dapat digunakan oleh perusahaan yang bergerak di industri peternakan kambing “Fathur Farm”. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan merupakan analisis SWOT, yang mana cara pengumpulan data dengan cara melakukan observasi dan wawancara dengan metode purposive sampling dan pengumpulan data dengan mencari sumber data dari beberapa sumber seperti jurnal, artikel ataupun riset-riset yang sudah ada sebelumnya.

**Kata Kunci:** Industri, Strategi Pengembangan, Peternakan, Kambing Peranakan Etawa, Kabupaten Kampar

### Abstract

Competition in the business world is very fierce, so business actors must be able to design effective marketing strategies so that their products remain in the market, even though they face changing times and increasing numbers of competitors. This research study aims to determine what is the most effective and most appropriate development strategy that can be used by companies engaged in the goat farming industry “Fathur Farm”. This study uses a qualitative descriptive approach. The method used is a SWOT analysis, which is a way of collecting data by conducting observations and interviews with the purposive sampling method and collecting data by looking for data sources from several sources such as journals, articles or previous studies.

**Keywords:** Industry, Development Strategy, Livestock, Etawa crossbred goats, Kampar Regency



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir peternakan kambing etawa di Kabupaten Kampar telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Kondisi lingkungan yang mendukung, ketersediaan pakan hijau yang melimpah, serta kesadaran masyarakat akan pentingnya kualitas ternak, menjadi faktor peningkatan produktivitas kambing etawa di daerah ini. Pertumbuhan ini tidak lepas dari tingginya permintaan pasar terhadap produk-produk kambing etawa, baik dalam bentuk susu, daging maupun anakan kambing yang memiliki nilai jual yang tinggi. Berikut tabel populasi kambing ternak di Kabupaten Kampar.

Tabel 1. Populasi Data Kambing Ternak di Kabupaten Kampar Periode 2021-2023

Kabupaten Kampar	Populasi Kambing Ternak (ekor)
2021	21.480
2022	25.157
2023	29.001

Sumber: BPS, Kabupaten Kampar Dalam Angka Tahun 2024

Fathur *Farm* merupakan salah satu usaha dalam bidang industri ternak yang memiliki fokus usaha dalam perah kambing peternakan etawa (PE) dan daging kambing jenis yang sama. Kekayaan khasiat dari susu kambing peranakan etawa (PE) dan kualitas daging dari jenis kambing tersebut yang membuat tingkat permintaan semakin menjolok tinggi. Dengan adanya tingkat permintaan yang tinggi, membuat banyaknya individu maupun kelompok yang memulai usaha di bidang yang sama dengan fokus utama usaha Fathur *Farm* tersebut. Sehingga banyaknya pesaing yang harus dihadapi Fathur *Farm* dalam menjalankan usahanya. Dalam periode waktu 2022 hingga 2023 omset pendapatan Fathur *Farm* mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pada periode waktu 2022 omset yang diperoleh Fathur *Farm* menempuh angka Rp44.628.000 dan mengalami penurunan pada tahun 2023 di angka Rp27.520.000

Hasil penelitian yang dilakukan (Susanto, 2017) dengan penelitian yang berjudul "Analisis Perwilayahan dan Strategi Pengembangan Peternakan Kambing di Kabupaten Lumajang" disimpulkan bahwa terdapat 10 wilayah kecamatan basis usaha peternakan kambing di Kabupaten Lumajang, dan usaha peternakan kambing tidak terlokasikan dan terkonsentrasi pada suatu wilayah kecamatan tertentu. Usaha peternakan kambing secara kontinu mempunyai efek pengganda baik di wilayah basisnya maupun non-basis. Sementara kriteria yang menjadi prioritas pengembangan adalah kriteria input, sedangkan altyernatif yang menjadi prioritas pengembangan adalah modal. Sehingga melalui kajian ini, ingin diketahui strategi apa yang efektif yang dapat digunakan terhadap perusahaan Fathur *Farm* dalam upaya pengembangan pasar.

## METODE PENELITIAN

Adapun jenis data yang di gunakan dalam penelitain ini antara lain penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah yang sering digunakan dan dilakukan sekelompok peneliti di bidang ilmu sosial dengan memperoleh data dari hasil wawancara berupa tanggapan yang diberikan oleh responden berupa data lisan dengan penjelasan mengenai pembahasan strategi dan jumlah pesaing industri peternak kambing etawa. Pendekatan penelitian kualitatif dilakukan dengan cara memahami fenomena-fenomena yang menjadi fokus penelitian melaluj observasi partisipatif di lapangan, dengan keterbukaan terhadap berbagai sumber informasi. Informasi yang dikumpulkan dari penelitian lapangan disajikan dalam bentuk deskripsi yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dalam menghadapi persaingan. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian, digunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. *Library Research*: Ini adalah teknik pengumpulan data dengan meninjau publikasi-publikasi yang relevan dengan topik penelitian
2. *Field Research*: Ini adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui metode sebagai berikut:
  - a. Observasi: Teknik ini melibatkan pengamatan langsung terhadap objek untuk memahami keseluruhan gejala atau fenomena yang terjadi serta mengumpulkan data tidak secara langsung.
  - b. Wawancara: Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data ketika peneliti ingin melakukan studi awal guna mengidentifikasi masalah yang perlu diteliti.
  - c. Studi Kepustakaan: Teknik ini melibatkan pengumpulan informasi dari buku-buku yang relevan dengan topik yang sedang dibahas.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT adalah metode evaluasi yang digunakan untuk menilai kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam

suatu organisasi, proyek, atau situasi tertentu. Metode ini membantu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja atau keberhasilan suatu entitas. Dengan menganalisis keempat elemen tersebut secara komprehensif, analisis SWOT memungkinkan pemilik *Fathur Farm* untuk memahami kondisi internal dan eksternal usaha. Dari analisis ini, pemilik usaha dapat menentukan strategi yang tepat untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, sekaligus memanfaatkan kelemahan dan ancaman yang ada.

**Tabel 2. Analisis Faktor Internal “Fathur Farm”**

No	Faktor Internal Perusahaan
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>	
1.	Kualitas Daging
2.	Harga Jual
3.	Lokasi
4.	Potongan Harga
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>	
1.	Belum mampu memanfaatkan teknologi
2.	Tidak memanfaatkan platform media untuk melakukan promosi
3.	Tenaga kerja yang kurang memadai
4.	Biaya operasional yang tinggi

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Dari data di atas dapat ditentukannya *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS). Analisis matriks IFAS merupakan hasil evaluasi yang mencakup kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) yang mempengaruhi usaha *Fathur Farm*. Penentuan nilai rating dilakukan berdasarkan pendapat dari 18 responden, yang terdiri dari pemilik, dua distributor, sepuluh konsumen, tiga karyawan dan dua pesaing.

**Tabel 3. Matriks Evaluasi IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)**

No	Faktor Internal Perusahaan	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>				
1.	Kualitas Daging	0,15	4,0	0,60
2.	Harga Jual	0,10	4,0	0,40
3.	Lokasi	0,15	4,0	0,60
4.	Potongan Harga	0,10	3,0	0,30
<b>Total Kekuatan</b>		<b>0,50</b>		<b>1,90</b>
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1.	Belum mampu memanfaatkan teknologi	0,15	2,0	0,30
2.	Tidak memanfaatkan platform media untuk melakukan promosi	0,15	2,5	0,375
3.	Tenaga kerja yang kurang memadai	0,10	2,5	0,25
4.	Biaya operasional yang tinggi	0,10	2,0	0,20
<b>Total Kelemahan</b>		<b>0,50</b>		<b>1,125</b>
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>1,00</b>		<b>3,025</b>

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui hasil dari faktor internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan (*strengths*) sebanyak 1,9 dan kelemahan (*weakness*) sebesar 1,125 dan untuk hasil keseluruhan dari *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) tersebut sebanyak 3,025

**Tabel 4. Analisis Faktor Eksternal “Fathur Farm”**

No	Faktor Eksternal Perusahaan
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>	

1.	Kepuasan pelanggan
2.	Tingginya tingkat permintaan
<b>Ancaman (Threats)</b>	
1.	Tingginya tingkat pesaing
2.	Kurangnya promosi

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

**Tabel 5. Matriks Evaluasi EFAS (External Factor Analysis Summary)**

No	Faktor Eksternal Perusahaan	Bobot	Rating	Skor
	Peluang ( <i>Opportunities</i> )			
1.	Kepuasan pelanggan	0,30	4,0	1,20
2.	Tingginya tingkat permintaan	0,30	4,0	1,20
<b>Total Peluang</b>		<b>0,60</b>		<b>2,40</b>
No	Ancaman ( <i>Threats</i> )	Bobot	Rating	Skor
1.	Tingginya tingkat pesaing	0,20	1,0	0,20
2.	Kurangnya promosi	0,20	1,0	0,20
<b>Total Ancaman</b>		<b>0,40</b>		<b>0,40</b>
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>1,00</b>		<b>2,80</b>

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui hasil dari faktor internal perusahaan yang terdiri dari peluang (*opportunities*) sebanyak 2,40 dan ancaman (*threats*) sebesar 0,40 dan untuk hasil keseluruhan dari *External Factor Analysis Summary* (EFAS) tersebut sebanyak 2,80.

**Tabel 6. Analisis SWOT**

Faktor Internal	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
Faktor Eksternal		
<i>Opportunity (O)</i>	Strategi (SO) $SO = S + O$ $SO = 1,90 + 2,40$ <b>SO = 4,30</b>	Strategi (WO) $WO = W + O$ $WO = 1,125 + 2,40$ <b>WO = 3,525</b>
<i>Threats (T)</i>	Strategi (ST) $ST = S + T$ $ST = 1,90 + 0,40$ <b>ST = 2,30</b>	Strategi (WT) $WT = W + T$ $WT = 1,125 + 0,40$ <b>WT = 1,525</b>

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Pada tabel 5 diatas, diperoleh nilai kombinasi strategi SWOT sebagai berikut: *strength-opportunity* (4,30) pada strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Dari tabel 2 matriks evaluasi IFAS dan tabel 3 matriks evaluasi EFAS diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Jumlah dari hasil perkalian bobot × *rating* pada kekuatan dan kelemahan diselisihkan untuk memperoleh titik X.

Kekuatan : 1,90

Kelemahan : 1,125

Titik X : 1,90–1,125

X : 0,775

Berdasarkan hasil analisis IFAS, dapat disimpulkan bahwa Fathur *Farm* memiliki kekuatan yang lebih dominan dibandingkan kelemahan yang ada. Hasil perhitungan skor kekuatan 1,90 sedangkan skor kelemahan hanya mencapai 0,75

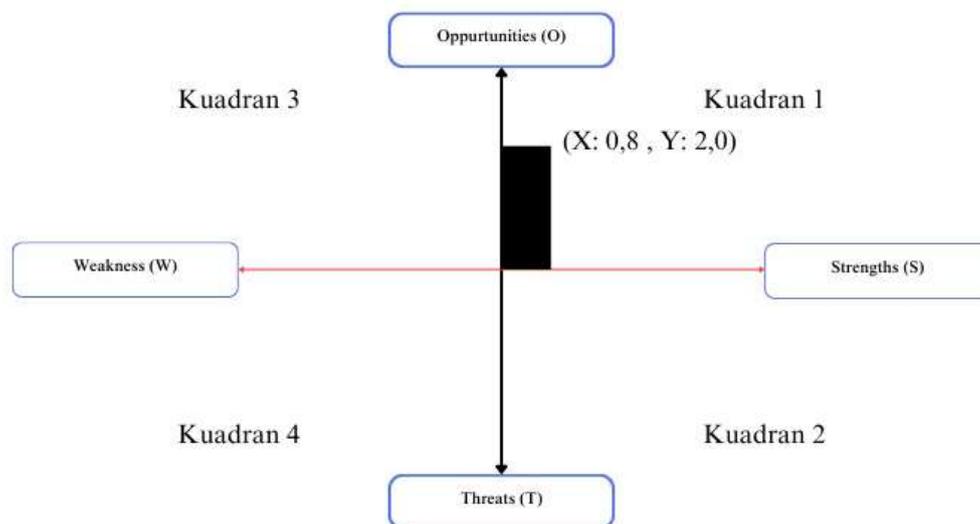
b. Jumlah dari hasil perkalian bobot  $\times$  *rating* pada peluang dan ancaman diselisihkan untuk memperoleh titik Y.

Peluang : 2,40

Ancaman : 0,40

Titik Y : 2,40–0,40

Y : 2,00



Gambar 1. Matriks *Grand Strategy*

Berdasarkan analisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sesuai dengan gambar 1 menyatakan bahwa industri peternakan peranakan etawa “Fathur *Farm*” berada pada koordinat (0,8 ; 2,0) yang menempatkannya di kuadran I (*Rapid Growth Strategies*). Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki daya saing yang kuat. Strategi yang cocok untuk perusahaan di kuadran I merupakan perkembangan pasar (*market development*), pengembangan produk (*product development*) dan integritas horizontal. Berdasarkan *Rapid Growth Strategies*, maka strategi yang dapat diterapkan Fathur *Farm* adalah:

1. Strategi *premium pricing* memungkinkan perusahaan menjual produk atau layanan dengan harga lebih tinggi dari sebelumnya, dengan menambahkan nilai atau keunggulan pada produk atau layanan yang ditawarkan (Subrahmanyam, 2022). Dalam hal ini, Fathur *Farm* dapat menghasilkan daging kambing yang berkualitas dan segar seperti melakukan pemotongan daging setelah pembeli melakukan transaksi, pemerahan susu kambing secara langsung sebelum melakukan proses pembelian, dan memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk memilih peranakan kambing sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Dengan strategi ini, perusahaan tidak hanya menjual produk yang ditawarkan, tetapi juga menawarkan pengalaman yang berkesan dalam proses transaksi pembelian. Agar strategi *premium pricing* berhasil, Fathur *Farm* perlu membangun citra yang eksklusif, menjaga kualitas yang konsisten, dan memberikan nilai unik yang tidak dapat ditemukan pada kompetitor.
2. Membangun *branding* menjadi langkah penting Fathur *Farm* untuk membedakan produk yang ditawarkan dari para pesaing. *Branding* merupakan investasi strategis untuk

memperoleh loyalitas pelanggan serta membangun citra positif dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Lopian pada tahun 2015 menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Meningkatkan *brand awareness*, perusahaan dapat menjadi sponsor dalam acara seperti aqiqah, pernikahan, dan lain-lain. Langkah ini membantu konsumen mengenali dan mengingat merek, sehingga lebih cenderung memilihnya saat mengambil keputusan pembelian.

3. Menawarkan *promo bundling* dan bonus dapat menjadi strategi efektif untuk menarik minat konsumen. Dalam bisnis peternakan, *promo bundling* dan bonus berperan penting dalam mendorong peningkatan penjualan produk tambahan, meningkatkan nilai transaksi, serta membangun persepsi positif di kalangan. *Bundling* biasanya menggabungkan layanan atau produk dengan harga yang lebih kompetitif, sedangkan bonus berupa gratifikasi setiap pembelian daging di satuan berat tertentu, begitu juga saat melakukan transaksi susu perah kambing dan bibit peranakan kambing, hal demikian dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan merangsang kepuasan pembeli.

## KESIMPULAN

Kebijakan yang dapat di ambil dalam upaya mengembangkan usaha di Fathur Farm dari segi pemasaran produk dalam mengejar target penjualan melalui analisis SWOT sebagai berikut.

1. Menerapkan strategi premium pricing, dengan menambahkan nilai atau keunggulan pada produk atau layanan yang ditawarkan. Fathur Farm dapat menghasilkan daging kambing yang berkualitas dan segar seperti melakukan pemotongan daging setelah pembeli melakukan transaksi, pemerahan susu kambing secara langsung sebelum melakukan proses pembelian, dan memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk memilih peranakan kambing sesuai dengan yang diinginkan konsumen.
2. Membangun branding menjadi langkah penting Fathur Farm untuk membedakan produk yang ditawarkan dari para pesaing. Untuk meningkatkan brand awareness, perusahaan dapat menjadi sponsor dalam acara seperti aqiqah, pernikahan, dan lain-lain.
3. Menawarkan promo bundling dan bonus dapat menjadi strategi efektif untuk menarik minat konsumen. Perusahaan dapat memberikan potongan harga atau gratifikasi produk disaat konsumen melakukan pembelian dengan satuan jumlah tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abay, B. T., & Kebede, T. B. (2018). Physicochemical Properties and Comparisons of Goat and Cow Milk. Review. *International Journal of Engineering Development and Research*, 6(3), 416–419.
- Craig, J. C., & Grant, R. M. (2017). *Strategic Management*. Elex Media Komputindo.
- Hamdan, A., Purwanto, B. P., Astuti, D. A., Atabany, A., & Taufik, E. (2018). Respon Kinerja Produksi dan Fisiologis Kambing Peranakan Ettawa Terhadap Pemberian Pakan Tambahan Dedak Halus pada Agroekosistem Lahan Kering di Kalimantan Selatan. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 21(1), 73–84.
- Kartikasari, D. (2015). *Hubungan Umur, Berat Badan, Paritas dan Bulan Laktasi terhadap Kualitas Susu Sapi Perah Peranakan Friesien Holstein (PFH) di KUD Tani Wilis Sedang Tulungagung*. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Lebacqz, T., Baret, P., Stilmant, D., Didier, S., & Baret, P. V. (n.d.). *Sustainability indicators for livestock farming. A review Sustainability indicators for livestock farming. A review. Agronomy for Sustainable Development*, 2013, 33 (2) *Sustainability indicators for livestock farming. A review*. <https://doi.org/10.1007/s13593-012-0121>

- Sudono, A., F. R. R., & S. S. B. (2003). *Beternak Sapi Perah Secara Intensif*. Agromedia Putaka, Surabaya.
- Wulandari, S., Hariadi, M., & Widodo, O. S. (2017). Pengaruh Pemberian Konsentrat pada Periode Laktasi terhadap Berat Jenis, Kadar Lemak dan Kadar Bahan Kering Susu Sapi. *Jurnal Agroveteriner*, 5(2), 180–188.
- Zalizar, L., Sujono, & Yani, A. (2012). Formulasi Pakan Pelet Kambing Peranakan Etawah (PE) di Kelompok Ternak Abimanyu di Desa Bumiaji Kota Batu. *Jurnal Dedikasi*, 9, 22–26.