

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SUSU SAPI PERAH PADA KELOMPOK TERNAK SENGKUT MAKARYO DI KECAMATAN CANGKRINGAN, KABUPATEN SLEMAN**

***STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF DAIRY COW'S MILK BUSINESS IN THE SENGKUT MACARYO LIVESTOCK GROUP IN SLEMAN REGENCY***

**Asminatun<sup>1</sup> & Meita Puspa Dewi**

*Program Studi Agribisnis, Fakultas Industri Halal, Universitas Nahdlatul Ulama, Yogyakarta*

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to formulate a strategy for the development of a dairy cattle business in the Makaryo group of Sengkut cattle. The research was conducted at the Sengkut Makaryo Livestock Group, Umbulhajo Village, Cangkringan, Sleman. The data were obtained from interviews with dairy farmers in the Makaryo group. Secondary data from various sources of literature and publications. SWOT analysis was used to identify the internal and external factors of the Sengkut Makaryo livestock group. The results showed that the Sengkut Makaryo livestock group was founded on December 20 2018 and had 21 members as breeders. The Sengkut Makaryo livestock group distributes cow's milk through the samesta cooperative. The average age of breeders is over 40 years with an educational background of SD – SLTA/equivalent. Milk production in the Sengkut Makaryo livestock group reaches a maximum capacity of 200 liters in the morning and 120 liters in the afternoon. Strategic issues that arise are improving economic conditions, technological advances, customer loyalty to companies, market share opportunities, and the growing public demand for milk. Development strategy; is to improve and maintain good relations between members of the herd.*

*Keywords: Sengkut Makaryo, Dairy Cattle, Cooperatives, Development Strategy*

**INTISARI**

Tujuan penelitian ini untuk merumuskan strategi pengembangan usaha susu sapi perah pada kelompok ternak sengkut makaryo. Penelitian dilaksanakan di Kelompok Ternak Sengkut Makaryo Desa Umbulhajo, Cangkringan, Sleman. Data diperoleh dari hasil wawancara terhadap peternak sapi perah pada kelompok ternak sengkut makaryo. Data sekunder dari berbagai sumber pustaka dan publikasi. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal kelompok ternak sengkut makaryo. Hasil penelitian menunjukkan kelompok ternak sengkut makaryo berdiri pada tanggal 20 Desember 2018 memiliki anggota 21 peternak. Kelompok ternak sengkut makaryo mendistribusikan susu sapi melalui Koperasi Samesta. Rata – rata usia peternak diatas 40 tahun dengan latar belakang pendidikan SD – SLTA/Sederajat. Penghasilan susu pada kelompok ternak sengkut makaryo dalam sehari mencapai kapasitas maksimum 200 liter di pagi hari dan 120 liter di sore hari. Isu strategis yang muncul adalah kondisi perekonomian yang semakin membaik, kemajuan teknologi, loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, peluang pangsa pasar, dan kebutuhan masyarakat terhadap susu yang semakin berkembang. Strategi pengembangan; adalah dengan meningkatkan dan mempertahankan hubungan yang baik antara anggota kelompok ternak.

Kata Kunci: Sengkut Makaryo, Sapi Perah, Koperasi, Strategi Pengembangan

**PENDAHULUAN**

Peternakan merupakan sektor penting dalam perekonomian nasional. Pembangunan ekonomi peternakan memiliki nilai strategis untuk mencapai kesejahteraan. Susu merupakan komponen pangan asal hewani dengan kandungan gizi yang tinggi dan lengkap yang sangat dibutuhkan tubuh untuk kesehatan manusia

(Lukman *et al.*, 2018; Hamdilah *et al.*, 2021). Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia tahun 2020, rata-rata konsumsi susu di Indonesia adalah 16,27 kg/kapita/tahun. Nilai tersebut masih jauh di bawah rata-rata konsumsi susu negara tetangga seperti Malaysia (26,20 kg/orang/tahun), Myanmar (26,7 kg/orang/tahun) dan Thailand (22,2 kg/orang/tahun). Rendahnya

<sup>1</sup> Penulis korespondensi: Asminatun. Email: [asminatund01@gmail.com](mailto:asminatund01@gmail.com)

konsumsi susu per kapita di Indonesia disebabkan masih sedikitnya jumlah sapi perah di Indonesia.

Propinsi DIY merupakan salah satu daerah produksi dan pengembangan peternakan sapi perah. Namun, dalam lima tahun terakhir, laju pembangunan telah melambat. Menurut Dinas Pertanian Yogyakarta (2018), populasi ternak sapi perah mengalami penurunan sebesar 1,04% pada tahun 2017 dibandingkan tahun sebelumnya. Sentra susu di Kabupaten Sleman mengalami penurunan karena kebutuhan modal perusahaan dianggap pada tingkat peternakan daging dan peternakan lainnya. Selain faktor permodalan, pengusaha juga dirugikan oleh persaingan dengan produk susu dari luar industri rumahan.

Kabupaten Sleman berusaha menggunakan sumber daya yang tersedia dan menjalin kemitraan dengan masyarakat dan sektor swasta untuk mengembangkan perekonomian di wilayah tersebut dan menciptakan lapangan kerja baru. Dalam mengenali potensi wilayah, penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan wilayah tersebut. Dengan begitu, perencanaan pembangunan wilayah dapat dilakukan dengan tepat (Gatiningsih dan Sartika, 2019).

Berdasarkan data statistik Kabupaten Sleman tahun 2017, kabupaten Sleman memiliki 12 kecamatan, 4 diantaranya adalah sentra populasi sapi perah terbanyak yaitu kecamatan Tempel 207 ekor, Turi 109 ekor, Pakem 929 ekor dan Cangkringan 2.446 ekor. Kecamatan Cangkringan memiliki jumlah populasi sapi terbanyak salah satunya adalah Desa Umbulharjo.

Salah satu kelompok ternak sapi perah yang ada di Kabupaten Sleman yaitu berada di lereng Merapi tepatnya di Dusun Tangkisan, Desa Umbulharjo, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman. Seiring meningkatnya pemanfaatan susu sapi di berbagai jenis usaha mengakibatkan terjadinya persaingan di dunia produksi. Tumbuhnya usaha-usaha yang memerlukan susu sapi sebagai bahan utamanya sehingga membuat persaingan cukup ketat. Peternak perlu strategi untuk mengembangkan produksi susu sapi demi memenuhi kebutuhan pasar.

Dalam upaya pengembangan dan peningkatan produksi susu sapi perah mempunyai pandangan masa depan yang baik, salah satunya dari segi pemasaran. Produksi susu dalam negeri hanya mampu terpenuhi 21% dari konsumsi nasional, sedangkan sisanya sebesar 79% dipasok dari impor. Untuk itu usaha pengembangan ternak sapi perah perlu diupayakan dengan segala

potensi yang memungkinkan. Usaha pengembangan ternak sapi perah dapat dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari perbaikan genetic, makanan maupun pemeliharaan Kesehatan (Kementrian Pertanian, 2016).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi internal dan kondisi eksternal pada Kelompok Ternak Sengkut Makaryo, serta merumuskan strategi pengembangan usaha susu sapi perah pada Kelompok Ternak Sengkut Makaryo.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di kelompok Sengkut Makaryo Dusun Tangkisan, Desa Umbulharjo, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman pada bulan Maret – Juli 2023. Penelitian dalam menentukan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*). Menurut (Morrisan, 2012). Dalam penelitian ini responden berasal dari internal yaitu kelompok ternak Sengkut Makaryo, eksternal berasal dari konsumen yaitu koperasi samesta yang bergerak dibidang pendistribusian susu hasil perahan kelompok ternak.

Sumber data berasal dari wawancara dan observasi langsung. Data pendukung berupa artikel, jurnal, buku, studi pustaka dll. kemudian dilanjutkan dengan pengolahan data menggunakan matrik SWOT dengan metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis dan pengolahan data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan strategic management thinking. Analisis ini merupakan metode untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT dapat dilakukan dengan memilah dan mengidentifikasi isu-isu yang mempengaruhi keempat faktor tersebut (Fatimah, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### I. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

#### A. Faktor – Faktor Internal

Analisis lingkungan internal adalah proses mengidentifikasi faktor-faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh kelompok ternak. Beberapa faktor yang akan dipelajari mencakup manajemen, distribusi dan pemasaran, keuangan, produksi, serta sumber daya dan karyawan. Beberapa faktor internal yang mempengaruhi usaha susu sapi perah di Kelompok Ternak Sengkut Makaryo yaitu:

### 1. Manajemen

Aspek yang dipelajari dalam manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, motivasi, dan pengelolaan. (1) Aspek perencanaan, Sengkut Makaryo Sudah memiliki visi, misi dan tujuan yang jelas. Secara umum, Sengkut Makaryo memiliki perencanaan baik perencanaan jangka panjang dan jangka menengah. (2) Aspek pengorganisasian, Sengkut Makaryo telah memiliki tim organisasi yang cukup baik. Diantaranya Ketua Bapak Dalimin, Sekretaris Ibu Sri Lestari dan Bendahara Ibu Yukodiah. (3) Aspek Pengelolaan, Sengkut Makaryo memiliki pertemuan setiap bulan bersama dengan anggota kelompok ternak. Hal itu dilakukan secara terbuka sehingga seluruh anggota dapat mengetahui informasi apapun dan mengetahui setiap kekurangan dan kelebihan masing-masing anggota. (4) Aspek Motivasi, Sengkut Makaryo dalam hal ini memiliki makna “rajin bekerja”. Ketua kelompok selalu mengajak anggotanya untuk rajin bekerja dalam urusan peternakan, dari pemeliharaan pakan, kesehatan, serta kebersihan sehingga susu yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.

### 2. Pemasaran

Aspek pemasaran yang dianalisis menggunakan pendekatan bauran pemasaran mencakup produk, harga dan distribusi. Aspek produk, dalam hal ini Para peternak hanya menjual produk susu murni hasil perahan sendiri yang kemudian akan disalurkan kepada produsen pengolah susu melalui Koperasi Samesta. Aspek harga, kelompok ternak Sengkut Makaryo mendapatkan harga Rp. 5.700 – Rp. 6.500 per liter dari Koperasi Samesta. Harga jual produk susu tergantung pada hasil uji Laboratorium yang dilakukan oleh koperasi. Aspek lokasi, Sengkut Makaryo memiliki lokasi pos penampungan susu yang dekat dengan para peternak. Jarak peternak menuju pos penampungan dapat di tempuh dengan berjalan kaki. Lokasi yang berada di pedesaan dan berada di sekitar wilayah wisata Gunung Merapi.

### 3. Keuangan

Modal merupakan bagian penting dalam suatu usaha. . Meskipun beberapa kalangan berpendapat bahwa modal dalam bentuk uang bukanlah segala-galanya dalam suatu usaha atau bisnis, namun uang tetap menjadi bagian penting yang diperlukan dalam menjalankan usaha (Devi, 2021;

Formaida, 2022). . Para peternak dalam memulai bisnis ternaknya dengan membeli bibit sapi dengan modal sendiri. Dalam perkembangannya, kemudian para peternak bergabung dengan koperasi samesta dan mendapatkan pinjaman modal untuk mengembangkan peternakan mereka.

### 4. Produksi

Produksi susu Sengkut Makaryo dilakukan secara mandiri, mulai dari perawatan hingga pemerahan susu. Proses perawatan biasanya mulai dari kebersihan kandang dan pemberian pakan. Proses pemerahan susu dilakukan dua kali pagi dan sore hari.

### 5. Sumber Daya Manusia

Dalam sebuah perusahaan, salah satu faktor kunci untuk keberhasilan adalah sumber daya manusia yang dimilikinya. Menjaga loyalitas tenaga kerja menjadi hal penting karena hal ini secara tidak langsung mendukung kemajuan perusahaan. Sumber daya manusia pada kelompok ternak Sengkut Makaryo rata – rata berusia 40 sampai 70 tahun. Latar belakang pendidikan sumber daya manusia rata – rata lulusan SD dan SLTA/Sederajat. Jumlah anggota kelompok ternak Sengkut Makaryo 21 anggota yang tersebar di wilayah Dusun Tangkisan Gondang, Desa Umbulharjo.

### B. Analisis Lingkungan Eksternal

Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengenali faktor-faktor peluang yang bisa dimanfaatkan dan untuk mengantisipasi faktor-faktor ancaman yang harus dihadapi. Lingkungan eksternal terbagi menjadi dua bagian, yaitu lingkungan sosial dan lingkungan industri.

#### 1. Analisis Lingkungan Sosial

Analisis lingkungan sosial dibagi menjadi empat faktor yaitu ekonomi, politik dan hukum, teknologi, serta sosial dan budaya. (1) Aspek ekonomi memiliki pengaruh krusial dalam perkembangan dunia usaha. Faktor ekonomi terkait dengan karakteristik, arah, dan metode perekonomian di mana perusahaan beroperasi. (2) Faktor sosial dan budaya, Sengkut Makaryo berada di lingkungan pedesaan yang mengedepankan kebersamaan sehingga memberikan energi positif kepada para peternak lainnya. (3) Faktor hukum, dalam hal ini berdasarkan peraturan menteri pertanian Nomor

67/Permentan/SM.050/12/2016 tentang pembinaan kelembagaan petani. Kelompok ternak Sengkut Makaryo belum memiliki kekuatan hukum yang legal. (4) Faktor teknologi, Perkembangan teknologi pada saat ini mengalami peningkatan yang signifikan. Tetapi Para peternak Sengkut Makaryo masih menggunakan cara manual dalam pemerah susu serta melakukan perawatan sapi dan kandangnya.

## 2. Analisis Lingkungan Industri

Analisis lingkungan industri dibagi menjadi empat faktor yaitu (1) Ancaman pendatang baru, Permintaan susu yang semakin meningkat menyebabkan peternak tidak mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini menjadi perhatian bagi peternak untuk dapat meningkatkan produksi susu sapi. Oleh sebab itu, dengan adanya peternak atau kelompok ternak baru tidak menjadi hambatan serius bagi para peternak. (2) Kekuatan tawar menawar, Dalam hal ini Sengkut Makaryo berada diposisi sebagai pemasok yang menampung produknya adalah Koperasi Samesta. Untuk itu kekuatan tawar menawar tidak terlalu dirasakan oleh peternak, karena peternak mengikuti harga yang sudah diberikan oleh Koperasi Samesta. (3) ancaman produk pengganti, Faktor utama yang mempengaruhi persaingan produk pengganti adalah harga dan kualitas. Jika harga produk pengganti lebih rendah, maka tingkat persaingan pun meningkat. (4) persaingan antar kelompok ternak, Banyaknya peternak sapi perah tidak berdampak secara signifikan terhadap kelompok ternak sengkut makaryo. Hal ini dikarenakan adanya koperasi yang selalu siap menampung produk peternak dengan besaran volume yang tidak ditentukan.

## II. Identifikasi Faktor Internal

Faktor internal perusahaan mengacu pada kekuatan dan kelemahan yang ada dalam perusahaan yang dinilai dari berbagai aspek, seperti manajemen, distribusi dan pemasaran, keuangan, produksi, serta sumber daya dan karyawan.

### A. Kekuatan kelompok ternak

Kekuatan adalah kemampuan atau keahlian yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dengan memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Kekuatan yang dimiliki Sengkut Makaryo (1) susu merupakan produk premier, Meskipun barang yang

ditawarkan adalah produk susu murni yang belum memiliki label atau merek dagang, tetapi selalu dicari oleh kalangan produsen. Hal ini karena susu murni merupakan bahan baku produksi dan bukan sebuah inovasi produk siap saji, (2) harga penjualan terjangkau dikalangan konsumen, harga jual susu ditentukan berdasarkan hasil ujilaboratorium yang dilakukan oleh Koperasi Samesta. Faktor yang menentulan kualitas susu diantaranya TS berjumlah minimal 12%. Total solid tersusun atas fat, protein, mineral dan laktosa dan Berat Jenis diatas 23. Sengkut makaryo mendapatkan harga Rp. 5.700 – Rp. 6.500 per liter dari Koperasi Samesta, (3) lokasi peternakan yang strategis, Sengkut Makaryo memiliki lokasi pos penampungan susu yang dekat dengan para peternak. Jarak peternak menuju pos penampungan dapat di tempuh dengan berjalan kaki. Hal ini memberikan kemudahan bagi peternak serta keuntungan bagi peternak, dengan tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi untuk mendistribusikan produk mereka, (4) hubungan baik antar peternak, Adanya hubungan baik antar peternak terlihat ketika dilakukan pertemuan anggota kelompok ternak yang hadir lebih dari 50% dari total keseluruhan anggota yaitu 17 anggota aktif.

### B. Kelemahan

Kelompok Ternak Sengkut Makaryo memiliki beberapa kelemahan diantaranya (1) kualitas susu belum terjamin, Protein dalam pakan memiliki peran dalam membentuk enzim lactose sintetase yang berfungsi dalam proses pembentukan laktosa dalam susu (Yusuf, 2014). Dalam hal ini peternak dalam pemberian hijauan pakan tidak menentukan jenis hijauan yang baik untuk di konsumsi sapi, karena kebutuhan pakan yang masih belum tercukupi sehingga peternak hanya memberikan pakan seadanya dengan pertimbangan sapi tetap dapat mengkonsumsi hijauan, (2) kebutuhan hijauan ternak belum terpenuhi, Sengkut Makaryo mengalami kesulitan hijauan pakan ketika musim kemarau datang. Ladang yang biasa digunakan untuk mencari hijauan akan menjadi tandus karena kurang resapan air dalam tanah, (3) promosi yang dilakukan belum maksimal, Dalam hal ini kelompok ternak tidak dapat melakukan promosi produk mereka karena sudah ada keterikatan antara peternak dengan koperasi, peternak tidak dapat memperluas jangkauan pasar, (4) kurangnya modal usaha, Modal merupakan komponen krusial dalam sebuah usaha. Biaya yang

diperlukan meliputi pembuatan kandang, modal untuk membeli sapi, dan biaya pemeliharaan, (5) kondisi wilayah yang ekstrim dan rawan bencana, secara geografis berada di lereng gunung merapi dengan jarak 8,4 km dari puncak gunung merapi. Aktivitas gunung merapi sendiri terpantau aktif hingga saat ini. Hal itu menjadi kewaspadaan para peternak apabila terjadi erupsi atau bencana lain yang mengarah di wilayah peternakan tersebut.

### III. Identifikasi Faktor Eksternal

Dari analisis lingkungan eksternal, ditemukan beberapa faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi Sengket Makaryo.

#### A. Peluang

Kelompok Ternak Sengket Makaryo memiliki peluang sebagai berikut (1) Produksi susu segar di Indonesia terus meningkat, Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2022 produksi susu segar di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 2,38% dibandingkan tahun sebelumnya, (2) kemajuan teknologi, Kemajuan teknologi memiliki dampak besar terhadap perusahaan, terutama jika perusahaan tersebut memanfaatkannya dalam aktivitas operasionalnya, (3) loyalitas pelanggan terhadap kelompok ternak, kelompok ternak berupaya mempertahankan pelanggan karena hal ini menjadi alasan utama yang sangat penting, (4) peluang pangsa pasar, analisis ini memiliki peran penting, karena membantu kelompok ternak untuk memahami seberapa besar peluang yang ada untuk memasarkan produknya dan untuk menilai apakah pasar cukup besar untuk mendukung produk lain dan tetap memberikan keuntungan, (5) Kebutuhan masyarakat terhadap susu yang semakin berkembang, perusahaan berupaya menyediakan barang yang dapat memenuhi kebutuhan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

#### B. Ancaman

Beberapa faktor yang menjadi ancaman bagi kelompok ternak yaitu (1) banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis, Keadaan ini menimbulkan ancaman bagi usaha kita, (2) Promosi perusahaan lain lebih maksimal, tantangan yang dihadapi adalah adanya perusahaan lain yang lebih efektif dalam mempromosikan produknya, sehingga calon konsumen lebih tertarik pada perusahaan tersebut, (3) permainan harga dari pesaing, pelaku

usaha kadang-kadang berusaha untuk menghindari atau menghilangkan persaingan di antara mereka untuk memperoleh laba yang lebih besar, (4) persaingan produksi susu dari kelompok lain.

#### IV. Analisis SWOT

<b>Faktor-faktor Internal</b>  <b>Faktor-faktor Eksternal</b>	<b><u>Kekuatan (S)</u></b> 1. Adanya hubungan baik antar peternak 2. Susu merupakan produk <b>premier</b> 3. harga penjualan terjangkau dikalangan konsumen 4. lokasi peternakan yang strategis	<b><u>Kelemahan(W)</u></b> 1. kualitas produk belum terjamin 2. kebutuhan pakan ternak belum terpenuhi 3. promosi yang dilakukan belum maksimal 4. kurangnya modal usaha 5. kondisi wilayah <b>ekstrem</b> /rawan bencana
	<b><u>Peluang (O)</u></b> 1. produksi susu di Indonesia terus meningkat 2. kemajuan <b>teknologi</b> 3. loyalitas pelanggan terhadap perusahaan 4. peluang pangsa pasar 5. kebutuhan masyarakat terhadap susu yang semakin berkembang	<b><u>Strategi S-O</u></b> 1. meningkatkan kualitas produk 2. meningkatkan dan mempertahankan hubungan baik antar anggota kelompok ternak 3. memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi 4. mempertahankan citra kelompok ternak untuk meningkatkan loyalitas pelanggan
<b><u>Ancaman (T)</u></b> 1. banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis 2. promosi dari perusahaan lain lebih maksimal 3. permainan harga dari pesaing 4. persaingan produksi susu dari kelompok lain	<b><u>Strategi S-T</u></b> 1. memaksimalkan penjualan produk yang sudah dikenal 2. mengontrol harga pasar untuk meningkatkan persaingan 3. melakukan inovasi produk	<b><u>Strategi W-T</u></b> 1. melakukan evaluasi secara berkala

Dari hasil identifikasi analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan, strategi yang dapat dijalankan oleh perusahaan dapat diformulasikan. Formulasi strategi ini menggunakan alat analisis SWOT Yang menghasilkan strategi-strategi sebagai berikut.

##### a. Strategi S-O

(1) Meningkatkan kualitas produk, Sengkut Makaryo dapat mengambil langkah dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki seperti memberikan hijauan yang cukup untuk sapi, (2)

meningkatkan dan mempertahankan hubungan baik antar peternak, dengan demikian akan menciptakan komunikasi yang baik, sehingga antar anggota dapat saling berbagi pengetahuan yang berkaitan dengan keadaan ternak mereka, (3) Memanfaatkan teknologi sebagai media promosi, Hal ini menjadi peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan kegiatan promosi produk, (4) Mempertahankan citra kelompok ternak, Tujuan utamanya adalah menghindari agar pelanggan tidak beralih ke perusahaan pesaing.

##### b. Strategi W-O

(1) Memberikan hijauan yang cukup, Hal ini dapat dilakukan dengan menambah kuantitas pakan maupun kualitas pakan. Atau mencari celah-celah lain yang sekiranya mampu mengoptimalkan produksi susu, (2) Memaksimalkan produksi pakan, Sengkut Makaryo dapat memanfaatkan strategi dengan cara memaksimalkan produksi pakan seperti pembuatan bank pakan untuk menjaga ketersediaan pakan ketika musim kemarau, (3) Memperluas pangsa pasar, Keputusan ini didasarkan pada gambaran umum wilayah yang berada di lereng Merapi dengan keindahan alamnya serta banyaknya lokasi wisata di area tersebut.

c. Strategi S-T

(1) Perusahaan harus berusaha menjual produk mereka dengan cara-cara baru agar konsumen dapat membeli barang tersebut dengan lebih mudah, (2) Mengontrol harga pasar untuk meningkatkan persaingan, Kelompok ternak perlu memiliki kecermatan dalam melihat harga barang atau produk yang sedang berlaku di pasaran, (3) Melakukan inovasi produk, Hal yang dapat dimanfaatkan kelompok ternak untuk menarik konsumen adalah dengan melakukan inovasi-inovasi baru, seperti membuat produk siap saji, membuka inovasi usaha baru seperti eduwisata.

d. Strategi W-T

Melakukan evaluasi secara berkala, Strategi ini bertujuan untuk mengurangi dampak dari kelemahan yang ada dan juga untuk menghindari potensi ancaman. Dalam kondisi yang dihadapi oleh Sengkut Makaryo, strategi ini memungkinkan perusahaan untuk tetap bertahan dan bersaing dengan kompetitif dalam pasar yang semakin ketat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil Penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat sebelas strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha kelompok ternak sengkut makaryo dengan prioritas strategi sebagai berikut:

1. Meningkatkan dan mempertahankan hubungan baik antar anggota kelompok ternak
2. Meningkatkan kualitas produk
3. Mempertahankan citra kelompok ternak untuk meningkatkan loyalitas pelanggan
4. Memaksimalkan produksi pakan

5. Memberikan hijauan yang cukup untuk menciptakan produk yang berkualitas
6. Memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi
7. Memperluas pangsa pasar
8. Mengontrol harga pasar untuk meningkatkan persaingan
9. Memaksimalkan penjualan produk yang sudah dikenal
10. Melakukan inovasi produk
11. Melakukan evaluasi secara berkala

## DAFTAR PUSTAKA

- Ratu, S., Hamdilah, N., & Baksh, R. (2021). PENGEMBANGAN MODEL BISNIS PETERNAKAN SUSU SAPI PERAH MELALUI PERSPEKTIF BLUE OCEAN (Studi Kasus: Peternakan Sapi Perah Cibugary di Pondok Ranggon Cipayang Jakarta Timur) Development Of Dary Castle Business Model Through The Blue Ocean Perspective (Case Study: Cibugary Dairy Cattle Farming at Pondok Ranggon, East Jakarta). *Jurnal Bioindustri*, 4(1).
- Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2023. Konsumsi susu masyarakat Indonesia per tahun 2020. [https://ditjenpkh.pertanian.go.id/berita/1340-kementan-berkomitmen-kembangkan-produksi-susu-segar-dalam-negeri#:~:text=Menurut%20Badan%20Pusat%20Statistik%20\(BPS,50%20kg%2F%20kapita%2Ftahun](https://ditjenpkh.pertanian.go.id/berita/1340-kementan-berkomitmen-kembangkan-produksi-susu-segar-dalam-negeri#:~:text=Menurut%20Badan%20Pusat%20Statistik%20(BPS,50%20kg%2F%20kapita%2Ftahun). Diakses pada tanggal 06 Agustus 2023.
- Gatiningsih, dan Sartika, I. 2019. Analisis Potensi Wilayah dan Daerah. Pustaka Rahmat. Jakarta. Hlm 4-5.
- Badan Pusat Statistik Nasional Kabupaten Sleman. 2017. Banyaknya Ternak menurut Jenisnya per Kecamatan di Kabupaten Sleman, 2017. <https://slemankab.bps.go.id/statictable/2018/10/11/354/banyaknya-ternak-menurut-jenisnya-per-kecamatan-di-kabupaten-sleman-2017.html> diakses pada tanggal 05 Juni 2023.
- Morrisan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. PT. Fajar Pratama Mandiri.
- Fatimah, F. N. D. (2020) SWOT ANALYSIS Alive And Kicking. Yogyakarta: Quadrant.
- Tambunan Formaida. (2022). Pengaruh Modal Usaha Terhadap Sikap Berwirausaha dan

- Peran Orang Tua Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Maksipreneur*, 12(1)
- Yusuf, R. 2014. Kecernaan protein ransum kambing Peranakan Ettawa akibat perbedaan level protein ransum. *Bioma*. 3 (1): 1-15.
- Farida, L. (2018) 'ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN LOKAL DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI KREATIF PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur)'
- Amam, A., Jadmiko, M. W., Harsita, P. A., & Poerwoko, M. S. (2019). Model Pengembangan Usaha Ternak Sapi Perah Berdasarkan Faktor Aksesibilitas Sumber Daya. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*, 14(1), 61–69.
- Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Daerah Istimewa Yogyakarta. 2023. Jumlah Populasi Sapi Perah di DIY 2019-2023. [http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data\\_dasar/cetak/171-peternakan](http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/171-peternakan) diakses pada 05 Juni 2023