

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK OLAHAN SUSU
(STUDI KASUS CV. RUMAH DANGKE DI KOTA MAKASSAR)**



**MUHAMMAD YUSUF LAHAMUDDIN
I011201034**



**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

Optimized using
trial version
www.balesio.com

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK OLAHAN SUSU
(STUDI KASUS CV. RUMAH DANGKE DI KOTA MAKASSAR)**

**MUHAMMAD YUSUF LAHAMUDDIN
I011 20 1034**



**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK OLAHAN SUSU
(STUDI KASUS CV. RUMAH DANGKE DI KOTA MAKASSAR)**

**MUHAMMAD YUSUF LAHAMUDDIN
I011 20 1034**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Peternakan

Pada

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**



SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK OLAHAN SUSU
(STUDI KASUS CV. RUMAH DANGKE DI KOTA MAKASSAR)**

MUHAMMAD YUSUF LAHAMUDDIN

1011 20 1034

Skripsi,

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Peternakan pada 2 Oktober
2024

dan telah dinyatakan memenuhi syarat kelulusan

pada

Program Studi Peternakan
Departemen Sosial Ekonomi
Fakultas Peternakan
Universitas Hasanuddin
Makassar
2024

Mengesahkan:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Vidyahwati Tenrisanna, S.Pt., M.Sc., Ph.D
NIP. 19750851 199903 2 001

Dr. Ir. Siti Nurlaelah, S.Pt., M.Si., IPM
NIP. 19691003 199903 2 001



Mengetahui:
Ketua Program Studi

Dr. Agr. Ir. Renny Fatmyah Utamy, S.Pt., M.Agr., IPM
NIP. 19720120 199803 2 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Produk Olahan Susu (Studi Kasus CV. Rumah Dangke di Kota Makassar)" adalah benar karya saya dengan arahan dari Vidyahwati Tenrisanna, S.Pt., M.Ec., Ph.D sebagai Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Siti Nurlaelah, S.Pt., M.Si., IPM sebagai Pembimbing Pendamping. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin

Makassar, Oktober 2024



Muhammad Yusuf Lahamuiddin



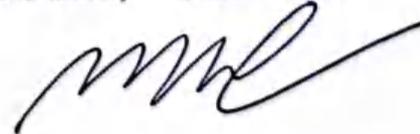
UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga peneliti menyelesaikan skripsi ini dengan segala keterbatasan dan tak lupa kita kirimkan shalawat serta salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Penelitian yang saya lakukan dapat terlaksana dengan sukses dapat terampungkan atas bimbingan, diskusi dan arahan ibu Vidyahwati Tenrisanna, S.Pt., M.Ec., Ph.D sebagai pembimbing utama, dan ibu Dr. Ir. Siti Nurfaelah, S.Pt., M.Si., IPM sebagai pembimbing pendamping, dan ibu Dr. Ir. Hj. St. Rohani, M.Si dan bapak Ilham Syarif, S.Pt., M.Si sebagai dosen pembahas. Saya mengucapkan berlimpah terima kasih kepada mereka. Saya ucapkan terima kasih kepada ibu Marwah, S.Pt., M.T.P selaku owner dari CV. Rumah Dangke yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian.

Saya ucapkan terima kasih banyak kepada Bapak/Ibu Pimpinan dari Program Studi S1 Peternakan Universitas Hasanuddin, dosen maupun tenaga kependidikan atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis. Ucapan terima kasih juga kepada Bapak/Ibu Dosen Departemen Sosial Ekonomi Peternakan atas pembelajaran yang diberikan kepada peneliti selama di Universitas Hasanuddin. Penulis juga mengucapkan terima kasih atas dukungan dari berbagai pihak selama melaksanakan proses akademik.

Terakhir, limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara kepada ayahanda Lahamuddin dan Ibunda Summiati yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang yang begitu tulus serta senantiasa memanjatkan do'a dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis. Kepada Nurhasanah Fajriani Lahamuddin, Mukarramah Fitrah Lahamuddin, Munawwarah Mutiara Lahamuddin, Muthahharah Ani Lahamuddin, Mawaddah Fajri Lahamuddin dan Nadhifa Khaerani selaku saudara dan keponakan terima kasih banyak saya ucapkan atas motivasi dan dukungan yang tak ternilai. Penghargaan yang besar juga kepada Nanda, Aulia, Rina, Islami dan Miftah, Ikatan Keluarga Alumni Irmas, pengurus irmas angkatan 17 Mtsn 1 Kota Makassar atas motivasi dan dukungan yang tak ternilai dan terima kasih kepada saudari Andi Sakinah Hamzah yang telah menemani, menyemangati, mengingatkan dan menjadi tempat bercerita sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Makassar, Oktober 2024



Muhammad Yusuf Lahamuddin



ABSTRAK

MUHAMMAD YUSUF LAHAMUDDIN. **Strategi Pengembangan Usaha Produk Olahan Susu (Studi Kasus CV. Rumah Dangke di Kota Makassar)** (dibimbing oleh Vidyahwati Tenrisanna dan Siti Nurlaelah).

Latar Belakang. Produk peternakan yang memiliki potensi pengembangan usaha yang besar karena berperan dalam pemenuhan gizi harian protein hewani ialah susu. Salah satu usaha produk olahan susu yang berada di Kota Makassar adalah CV. Rumah Dangke. Salah satu alat analisis strategi pengembangan usaha yang dapat digunakan yaitu analisis SWOT. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan usaha produk olahan susu CV. Rumah Dangke dengan menggunakan analisis SWOT. **Metode.** jenis penelitian ini menggunakan metode campuran yaitu kuantitatif dan kualitatif, dengan metode pengumpulan data yang digunakan yaitu studi lapangan yang mencakup observasi, wawancara, dan studi literatur. Data diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian data yang diperoleh diolah dan dianalisis dengan bantuan matriks internal factor evaluation (IFE), eksternal (EFE), dan matriks SWOT. **Hasil.** Penelitian menunjukkan bahwa usaha produk olahan susu CV. Rumah Dangke berada pada kuadran 3 yaitu strategi *turn oriented strategy* dengan mendukung strategi *weakness opportunities* (WO). Pada posisi ini perusahaan menghadapi peluang besar, tetapi terdapat kendala kelemahan pada internal perusahaan. **Kesimpulan.** Strategi *weakness opportunities* (WO) yang dapat dilakukan usaha produk olahan susu CV. Rumah Dangke dengan memaksimalkan penjualan pada kegiatan akhir pekan, melengkapi dan memperbaiki sarana pada tempat usaha serta membuat inovasi produk yang disukai konsumen.

Kata kunci: Usaha Olahan Susu, Analisis SWOT, CV. Rumah Dangke



ABSTRACT

MUHAMMAD YUSUF LAHAMUDDIN. **Business Development Strategy for Processed Products Milk (Case Study of CV. Rumah Dangke in Makassar City)** (supervised by Vidyahwati Tenrisanna and Siti Nurlaelah).

Background. A livestock product that has great business development potential because it plays a role in fulfilling daily animal protein nutrition is milk. One of the dairy product businesses in Makassar City is CV. Dangke House. One of the business development strategy analysis tools that can be used is SWOT analysis. **Aim.** This study aims to determine alternative strategies for the business development of dairy products CV. Rumah Dangke using SWOT analysis. **Method.** This type of research uses mixed methods, namely quantitative and qualitative, with the data collection methods used as field studies, which include observation, interviews, and literature studies. Data was collected using a purposive sampling technique. Then, the data obtained is processed and analyzed with the help of an internal factor evaluation (IFE) matrix, an external factor evaluation (EFE), and a SWOT matrix. **Results.** The results showed that CV. Rumah Dangke's dairy product business is in quadrant 3, namely the turn-oriented strategy, by supporting the weakness opportunities (WO) strategy. The company faces excellent opportunities in this position, but there are constraints on the company's internal weaknesses. **Conclusion.** The weakness opportunities (WO) strategy that can be carried out by the CV. Rumah Dangke dairy product business by maximizing sales on weekend activities, completing and improving facilities at the place of business, and making product innovations that consumers like.

Keywords: Dairy Processed Business, SWOT Analysis, CV. Rumah Dangke



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Kegunaan Penelitian	2
1.5 Potensi Sapi Perah	3
1.6 Tinjauan Umum Susu Sapi Perah.....	3
1.6.1 Olahan Susu Pasteurisasi.....	5
1.6.2 Dangke Dan Produk Olahan Dangke.....	5
1.7 Strategi Pengembangan Usaha	6
1.8 Analisis SWOT	7
1.9 Penelitian Terdahulu	8
1.9.1 Berpikir.....	9
1.9.2 ii PENELITIAN	11
1.9.3 tempat penelitian	11
1.9.4 Penelitian	11



2.3	Jenis dan sumber data.....	11
2.4	Metode pengumpulan data	11
2.5	Subjek penelitian.....	12
2.6	Analisis data penelitian	12
2.7	Konsep Operasional.....	16
BAB III_HASIL DAN PEMBAHASAN.....		17
3.1	Gambaran Umum Perusahaan	17
3.2	Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman CV. Rumah Dangke	20
3.2.1	Produk.....	20
3.2.2	Pemasaran.....	21
3.2.3	Manajemen	22
3.2.4	Tempat.....	22
3.3	SWOT.....	36
3.4	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i>	37
3.5	Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i>	38
3.6	Diagram SWOT.....	39
3.7	Matriks SWOT.....	41
BAB IV_KESIMPULAN DAN SARAN		46
4.1	Kesimpulan	46
4.2	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....		47
LAMPIRAN.....		53



DAFTAR TABEL

Nomor Urut	Halaman
1. Penelitian terdahulu	8
2. Format matriks <i>internal factor evaluation</i> (IFE).....	13
3. Format matriks <i>eksternal factor evaluation</i> (EFE)	14
4. Matriks SWOT	15
5. Identifikasi faktor internal dan eksternal CV. Rumah Dangke	22
6. Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman CV. Rumah Dangke.....	35
7. Faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman CV. Rumah Dangke.....	36
8. <i>Internal factor evaluation</i>	37
9. <i>eksternal factor evaluation</i>	37
10. Perhitungan IFE dan EFE	38
11. Matriks SWOT CV. Rumah Dangke.....	40



DAFTAR GAMBAR

Nomor Urut	Halaman
1. Kerangka pemikiran	10
2. Diagram SWOT	14
3. Struktur organisasi CV. Rumah Dangke	18
4. Diagram SWOT CV. Rumah Dangke.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Urut	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	53
2. Hasil Wawancara ke Informan	56
3. Dokumentasi Penelitian	61
4. Riwayat Hidup	63



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produk peternakan yang memiliki potensi pengembangan usaha yang besar karena berperan dalam pemenuhan gizi harian protein hewani ialah susu. Melihat populasi sapi perah Indonesia yang tersebar luas dan terus meningkat setiap tahun, sektor peternakan di Indonesia memiliki peluang pengembangan yang cukup besar. Susu adalah salah satu produk peternakan yang dikonsumsi sehari-hari oleh masyarakat karena susu sangat bermanfaat bagi seluruh kalangan usia dan memiliki kandungan gizi yang lengkap dan seimbang (Wulandari dan Bowo, 2019). Pentingnya protein susu menjadi salah satu peluang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam menjalankan usaha, dengan menjadikan susu sebagai bahan baku produk. Susu sebagai bahan dasar utama memiliki potensi yang tak terbatas untuk dapat menghasilkan berbagai produk olahan yang disukai masyarakat.

Usaha berbahan baku susu dapat dilakukan inovasi dengan membuat produk olahan susu berupa susu pasteurisasi, cemilan, maupun makanan tradisional. Dengan melakukan inovasi atau penganekaragaman produk susu diharapkan dapat meningkatkan konsumsi susu masyarakat dan dapat berguna bagi produsen serta pihak-pihak yang terkait dalam usaha tersebut. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi membuat pelaku usaha bersaing lebih kompetitif. Sehingga dalam menjalankan bisnis dibutuhkan suatu strategi yang akan disusun untuk menetapkan kebijakan suatu perusahaan dalam rangka mencapai tujuan usaha.

Kabupaten Enrekang menjadi salah satu kabupaten dengan produksi susu tertinggi di Sulawesi Selatan. Produksi susu Kabupaten Enrekang tahun 2021 dan 2022 secara berurutan sebesar 1.737.487,67 liter dan 1.793.371,73 liter (BPS, 2024). Tingginya produksi susu membuat masyarakat tertarik untuk memulai usaha yang menggunakan bahan baku susu. Salah satu usaha produk olahan susu yang berada di Kota Makassar adalah CV. Rumah Dangke. CV. Rumah Dangke memproduksi beberapa olahan susu seperti dangke, susu pasteurisasi *brand* lomilk dan keripik dangke dengan *brand* lochess yang bahan pembuatannya diperoleh dari susu sapi murni dari peternak lokal yang ada di peternakan Kecamatan Curio Rogo, Curio, Sangtempe, Anggeraja dan Cendana, Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Susu pasteurisasi lomilk, dangke dan kerupuk dangke lochees adalah salah satu inovasi



otakan produk yang sejalan dengan gaya hidup sehat yang masyarakat karena baik untuk kesehatan. menjalankan usaha, CV. Rumah Dangke menghadapi beberapa munculnya pesaing yang lebih inovatif dan berkualitas, penawaran ur yang belum menentu, manajemen usaha yang belum baik, yang belum dilakukan secara optimal serta teknologi yang

digunakan masih sederhana. Sehingga dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi CV. Rumah Dangke dibutuhkan suatu analisis strategi. Salah satu alat analisis strategi pengembangan usaha yang dapat digunakan yaitu analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan metode untuk melakukan analisis perencanaan strategi dengan melihat faktor internal dan faktor eksternal. Analisis SWOT dapat membantu menentukan strategi usaha yang seharusnya dijalankan oleh pemilik usaha. Menurut Wiswasta dkk., (2018) SWOT adalah metode perencanaan model strategis dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Dengan melihat *strengths* atau kekuatan dalam usahanya karena merupakan salah satu kunci untuk melakukan aktivitas usaha. Mengetahui kelemahan yang diwaspadai oleh kompetitor dan memperbaikinya. Memanfaatkan setiap peluang yang dimiliki dan mencegah ancaman yang terjadi pada perusahaan (Mardiyana, 2022). Hal inilah yang melatarbelakangi dibuatnya skripsi mengenai strategi pengembangan usaha produk olahan susu (Studi Kasus CV. Rumah Dangke di Kota Makassar).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut maka masalah yang dirumuskan adalah bagaimana strategi analisis SWOT yang diterapkan dalam pengembangan usaha produk olahan susu CV. Rumah Dangke?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi analisis SWOT yang diterapkan CV. Rumah Dangke dalam pengembangan usaha produk olahan susu.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan pengetahuan bagi peneliti mengenai strategi analisis SWOT pengembangan usaha produk olahan susu CV. Rumah Dangke kota Makassar, Sulawesi Selatan.
2. Sebagai bahan informasi/rekomendasi/masukan oleh pelaku usaha dalam mengambil keputusan terkait strategi analisis SWOT pengembangan usaha n susu CV. Rumah Dangke kota Makassar, Sulawesi Selatan.



1.5 Potensi Sapi Perah

Perkembangan peternakan semakin meningkat, baik peternakan skala kecil maupun skala besar. Keadaan ini disebabkan oleh meningkatnya permintaan akan protein hewani yang kualitasnya lebih tinggi dibandingkan protein nabati untuk memenuhi kebutuhan protein manusia. Seperti halnya daging dan telur, susu merupakan makanan sumber protein hewani. Sapi perah merupakan ternak penghasil susu utama untuk mencukupi kebutuhan susu dunia bila dibandingkan dengan ternak penghasil susu yang lain, sehingga dalam pemeliharaannya selalu diarahkan pada peningkatan produksi susu (Al-Amin dkk., 2017).

Peternakan sapi perah merupakan salah satu industri peternakan yang mempunyai potensi untuk dikembangkan lebih lanjut di masa depan. Potensi pengembangan industri susu didukung oleh kondisi alam Indonesia yang relatif cocok untuk pengembangan usaha pertanian. Potensi dan peluang pengembangan produk susu juga difasilitasi dengan peningkatan konsumsi susu nasional dan dukungan pemerintah untuk mencapai kemandirian pangan nasional. Mengingat meningkatnya persaingan antar negara, terdapat kebutuhan mendesak untuk mengembangkan bisnis susu, mulai dari produksi budidaya hingga pengolahan dan pemasaran, menjadi perusahaan yang lebih efisien dan kompetitif (Asmara dkk., 2016).

Berkembangnya industri susu di Indonesia pada hakikatnya bertujuan untuk meningkatkan produksi susu dalam negeri untuk memenuhi tingginya permintaan susu. Pemenuhan kebutuhan sumber protein hewani secara nasional menjadi tanggung jawab sektor peternakan yang menyediakan susu bergizi tidak hanya untuk kebutuhan masyarakat lokal tetapi juga sebagai bahan baku industri. Oleh karena itu, peternakan sapi perah merupakan salah satu alternatif usaha yang memiliki potensi keuntungan besar di masa depan. Saat ini, potensi terbesar industri susu terletak pada bisnis pemasarannya. (Labodu dkk., 2015).

Pendirian peternakan sapi perah merupakan salah satu cara alternatif untuk menjamin gizi lokal dan mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap impor susu. Sebenarnya usaha persusuan di Indonesia sudah sejak lama dikembangkan. Usaha ternak sapi perah di Indonesia didominasi oleh skala kecil dengan kepemilikan ternak kurang dari empat ekor (80%), empat sampai tujuh ekor (17%), dan lebih dari tujuh ekor (3%). Hal itu menunjukkan bahwa sekitar 64% produksi susu nasional disumbangkan oleh usaha ternak sapi perah skala kecil, sisanya 28% dan 8% diproduksi oleh usaha ternak sapi perah skala menengah dan usaha ternak sapi perah skala besar (Sugeng dkk., 2020).



Umum Susu Sapi Perah

Susu sapi perah merupakan salah satu bahan makanan sumber hewani yang sangat penting karena mengandung gizi tinggi dan lengkap. Susu segar dari sapi perah mengandung protein, lemak, vitamin dan mineral yang seimbang, itulah

sebabnya susu disebut sebagai makanan yang sempurna. Produk susu murni erat kaitannya dengan industri susu dan proses produksinya. Menurut BPS, (2024) Jumlah penduduk pada tahun 2020 dan 2022 sebesar 9,073 dan 9,225. Akibat pertambahan jumlah penduduk, meningkatnya pendapatan perkapita, dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan gizi, maka masih terdapat peluang besar bagi berkembangnya usaha pengolahan susu. Pertumbuhan penduduk dapat meningkatkan jumlah konsumsi susu nasional, sedangkan peningkatan kesadaran gizi masyarakat dan pendapatan per kapita akan meningkatkan konsumsi susu oleh masyarakat (Gunawan dkk., 2020).

Proses produksi di tingkat peternak merupakan langkah awal untuk menghasilkan susu. Setiap peternak sapi perah senantiasa mengupayakan agar susu yang diproduksi sapi perah yang dipelihara dapat dimanfaatkan seutuhnya tanpa ada yang mengalami kerusakan. Upaya yang dilakukan tidak hanya tertuju pada kebersihannya tetapi juga terhadap kualitas susu. Keadaan susu murni yang rentan terhadap bakteri membuat susu murni tidak tahan lama sehingga membuat harganya rendah. Kegiatan pengolahan pada tahapan pasca panen diperlukan untuk meningkatkan nilai tambah (*value added*) suatu produk. Pengolahan pada tahapan pasca panen dapat meningkatkan daya tahan dan daya simpan produk serta memperluas cakupan pemasaran suatu produk. Peningkatan nilai tambah produk peternakan dapat dilakukan dari pengolahan secara terpadu yang memperhatikan proses sehingga dapat menambah pendapatan peternak (Ramadhani dkk., 2019).

Salah satu bahan pangan asal hewan ternak yang mempunyai palatabilitas dan nilai gizi yang tinggi merupakan pengertian dari susu. Susu merupakan salah satu bahan pangan yang sangat enak dan bergizi bagi hewan ternak. Tujuan penting dari proses pengolahan susu adalah untuk meningkatkan kualitas dan umur simpan susu, menyederhanakan proses pemasaran dan transportasi, meningkatkan nilai kegunaan, dan mengubah rasa susu agar sesuai dengan preferensi konsumen. Proses pengolahan yang mengubah nilai rasa susu menjadi variasi yang berbeda-beda dimaksudkan untuk meningkatkan nilai guna dan harga sehingga memotivasi masyarakat untuk membelinya. Meningkatnya volume pembelian dapat memberikan dampak positif tidak hanya bagi industri pengolahan susu, namun juga bagi para peternak sapi perah itu sendiri (Murti dkk., 2022).

Produksi susu dipengaruhi oleh faktor genetik, lingkungan, dan interaksi keduanya. Musim, temperatur, kelembaban, tahun pemeliharaan dan peternakan juga merupakan faktor lingkungan yang banyak mempengaruhi performa produksi susu, dan pada kenyataannya faktor-faktor tersebut seringkali berkaitan satu sama lain. Puncak prestasi produksi air susu sapi terjadi pada umur 7–8 tahun. Sapi-sapi muda di bawah umur tersebut produksi mulai turun karena umurnya mulai tua dan sedikit sampai mencapai umur 10–12 tahun. Penurunan



produksi selain disebabkan oleh *senilitas* juga karena kelenjar–kelenjar susu mulai menurun aktivitasnya (Pasaribu dkk., 2015).

1.6.1 Olahan Susu Pasteurisasi

Susu merupakan bahan pangan hasil ternak yang mempunyai nilai gizi yang tinggi. Untuk meningkatkan kualitas dan varian produk berbasis susu, diversifikasi atau penganeekaragaman produk olahan susu merupakan salah satu cara untuk meningkatkan konsumsi susu bagi masyarakat kita. Oleh karena itu, perlu mempertimbangkan produk susu yang benar-benar dibutuhkan, bermanfaat, dan memiliki nilai tambah bagi peternak serta usaha kecil dan menengah susu. Susu pasteurisasi merupakan salah satu produk susu yang memiliki peluang dan prospek yang baik (Muhtadi dkk., 2012).

Usaha minuman susu merupakan salah satu bidang usaha yang berkembang pesat dan merupakan peluang yang besar serta berpotensi untuk diusahakan karena susu merupakan kebutuhan yang sangat besar bagi masyarakat dan konsumen. Dengan semakin meningkatnya permintaan konsumen terhadap susu, maka Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang bergerak di bidang produksi susu berperan penting dalam menyediakan susu yang memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu UKM juga memiliki peran sebagai tulang punggung perekonomian nasional Indonesia, berdasarkan data Kementerian Koperasi bahwa saat ini jumlah UKM sekitar 55,6 juta unit atau 99,9 % dari jumlah pelaku usaha di Indonesia (Purwantisari dkk., 2021).

Kualitas susu pasteurisasi, produk ini memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan produk pesaing. Saat ini konsumen semakin cerdas dalam memilih produk yang ingin dikonsumsi. Bukan tidak mungkin masyarakat tertarik dengan susu karena kualitas produknya yang tinggi dan beragamnya jenis susu pasteurisasi. Produksi dengan menggunakan teknik pasteurisasi tercanggih dan berteknologi maju bertujuan untuk menjaga kesegaran dan nilai gizi serta menghasilkan produk susu berkualitas tinggi bagi konsumen (Purwoko dkk., 2020).

1.6.2 Dangke Dan Produk Olahan Dangke

Susu adalah salah satu sumber pangan aman dan sehat yang dapat diperoleh dari pemerahan sapi dan mamalia lainnya. Produsen susu mengembangkan berbagai produk olahan berbahan dasar susu, baik modern maupun tradisional karena banyaknya nutrisi yang terkandung dalam susu. Salah



an dengan bahan dasar susu adalah dangke. Dangke adalah | dibuat oleh masyarakat setempat di Kabupaten Enrekang, atan, yang merupakan produk olahan susu. Dangke diakui oleh n Enrekang sebagai makanan tradisional unggulan. Dangke ini n karena menggunakan tempurung kelapa sebagai cetakan,

bentuknya menyerupai kubah, dan pada akhirnya dibungkus dengan daun pisang (Amri dkk., 2023).

Dangke merupakan salah satu produk olahan susu yang dikembangkan di Sulawesi Selatan, tepatnya di Kabupaten Enrekang. Susu sapi dan kerbau dapat dibuat dangke, jenis susu yang dominan digunakan dalam pembuatan dangke yaitu susu sapi jenis *Frisien Holstein* (FH). Bahan yang digunakan dalam pembuatan dangke sangat mudah didapatkan di masyarakat yaitu susu, getah pepaya, dan sedikit garam, dan cetakan menggunakan tempurung kelapa. Mengolah susu menjadi dangke menjadi salah satu tujuan masyarakat memelihara sapi perah. Masyarakat Sulawesi Selatan dan bahkan di luar Sulawesi telah banyak yang mengenal dangke (Mukhlisah dan Irfan, 2023).

Masyarakat Enrekang sadar bahwa gizi yang terkandung dalam susu sapi dapat memberikan manfaat. Masyarakat percaya bahwa dengan melakukan usaha dangke banyak kalangan yang meminati sebagai bahan makanan atau menjadi salah satu sumber pendapatan. Dangke tidak dapat bertahan lama sehingga masyarakat mengambil inisiatif untuk membuat kerupuk dangke dari produk dangke. Kerupuk dangke adalah makanan/cemilan yang berbahan dasar dari dangke yang dicampur dengan tepung beras ketan (Suryanti dkk., 2023).

1.7 Strategi Pengembangan Usaha

Secara umum, strategi adalah suatu pendekatan menyeluruh yang berkaitan dengan realisasi gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Strategi yang baik memerlukan koordinasi tim kerja, tema, identifikasi elemen pendukung yang konsisten dengan prinsip implementasi ide yang rasional, pembiayaan yang efisien, dan taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi juga merupakan rencana organisasi yang komprehensif untuk mengimplementasikan keputusan yang diambil untuk mencapai tujuan organisasi (Alyas dan Rakib, 2017).

Pengembangan adalah segala upaya untuk meningkatkan kinerja tugas saat ini atau masa depan dengan memberikan informasi untuk mempengaruhi sikap atau meningkatkan keterampilan. Strategi pengembangan adalah langkah-langkah yang berorientasi pada masa depan, dan realisasinya memerlukan pengambilan keputusan oleh manajemen puncak dalam pengembangan bisnis. Selain itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kelangsungan hidup suatu organisasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, strategi pembangunan berorientasi pada masa depan. Strategi pengembangan adalah merumuskan dan memperhitungkan strategi yang dihadapi perusahaan. (Afridhal, 2017).

Salah satu aspek penting dalam pengembangan adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha. Untuk mencapai keberhasilan, pengusaha membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Dengan demikian, diharapkan oleh setiap wirausaha, maka besarlaha harapan untuk mengembangkan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan skala nasional. Strategi pengembangan adalah merumuskan dan memperhitungkan strategi yang dihadapi perusahaan. (Afridhal, 2017).



manajemen strategi adalah analisis lingkungan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengamati kondisi perusahaan, baik internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Dalam audit internal, informasi harus yang dikumpulkan tentang manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi, dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi perusahaan. Di sisi lain, audit eksternal berfokus pada menemukan dan mengevaluasi praktik dan peristiwa yang tidak berada di bawah kendali perusahaan. Lima kategori indikator lingkungan luar: ekonomi, budaya sosial, demografi, dan lingkungan, politik dan hukum, kekuatan teknologi, dan persaingan (Prastiti dkk., 2018).

1.8 Analisis SWOT

Strengths-Weakness-Opportunities-Threats (SWOT) Matrix adalah alat pencocokan penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi: SO (*strengths-opportunities*) strategi, WO (*weakness-opportunities*) strategi, ST (*strengths-threats*) strategies, dan WT (*weakness-threats*) strategies. SO strategi menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. WO strategi bertujuan untuk meningkatkan kelemahan internal dengan mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi WT adalah taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal (David, 2016)

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan ancamannya. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki dampak yang sangat besar dari rancangan suatu strategi yang berhasil dan analisis lingkungan bisnis yang memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berada di dalam perusahaan (Mayang dan Ratnawati, 2020).

Menurut Sulaiman dan Rahmatullah (2022) analisis SWOT diklasifikasikan empat komponen dasar, diantaranya adalah:



(Kekuatan) Kekuatan yakni sumber daya, keterampilan, atau kemampuan yang dimiliki perusahaan, serta kebutuhan pasar yang dihadapi perusahaan. Kekuatan merupakan persaingan khusus yang bisa dimanfaatkan kompetitif untuk perusahaan di pasar.

(Kelemahan) Kelemahan yakni sumber daya, keterampilan, serta kemampuan yang dimiliki perusahaan yang kurang efektif menghambat kinerja organisasi. Keterbatasan bisa

terjadi dalam bentuk fasilitas, sumber daya keuangan, keterampilan manajemen, serta keterampilan pemasaran yang menjadi penyebab kelemahan perusahaan.

- *Opportunities* (peluang) Peluang yakni keuntungan penting dalam lingkungan bisnis yang mana selaku sumber peluang contohnya perubahan teknologi serta peningkatan hubungan antara perusahaan dan pembeli atau pemasok, dan selaku gambaran peluang untuk perusahaan.

- *Threats* (ancaman) Ancaman yakni kerugian yang signifikan dalam lingkungan bisnis. Ancaman adalah gangguan besar bagi posisi perusahaan saat ini atau yang diinginkan. Peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat mengancam keberhasilan perusahaan.

Tujuan dan kegunaan analisis SWOT adalah memadukan keempat elemen atau konfigurasi secara tepat untuk menemukan peluang dan strategi mempersiapkan kekuatan, mengatasi kelemahan, dan menghadapi berbagai ancaman. Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan. Ketika teknik ini dapat dijalankan secara tepat dengan menggabungkan keempat elemen tersebut maka kesempurnaan meraih visi dan misi program yang direncanakan tentunya akan bertujuan lebih dengan hasil yang optimal. Analisis ini berperan sebagai alat meminimalisasikan kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi (Huddin, 2021).

1.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai strategi pengembangan usaha susu dapat dilihat pada Tabel 1;

Tabel 1. Penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Pangartika, (2017)	Strategi Pengembangan Usaha Cibugur Garden Dairy (CIBUGARY)	Metode Analisis tiga tahap formulasi strategi dan <i>quantitative strategic planning</i> (QSP)	Prioritas strategi yang dapat diimplementasikan dalam pengembangan usaha cibugary diantaranya yaitu dengan cara memperkuat investasi usaha dan melakukan pembinaan dan pelatihan kepada SDM
	Perencanaan strategi pengembangan usaha Susu dan turisasi dengan Metode	<i>Metode Balanced Scorecard</i>	Output yang diperoleh dari perencanaan strategis yaitu, pada perspektif keuangan adalah meningkatkan pendapatan, perspektif pelanggan adalah memperluas

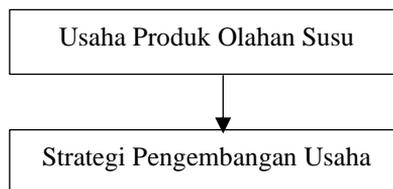
	<i>Balanced Scorecard</i> (BSC) (Studi Kasus di Koperasi Unit Desa 'Batu')		wilayah pemasaran produk, pada perspektif bisnis internal terdapat tiga inisiatif strategi yaitu meningkatkan kecepatan pada proses menu baru, meningkatkan sistem <i>quality control</i> pada proses produksi dan meningkatkan kualitas baik dengan pemasok dan mitra kerja, pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan terdapat dua inisiatif yaitu pelatihan dan pemberdayaan karyawan serta pengembangan sistem program pengolahan data computer
Yusa, (2011)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada E-Cofarm, Kampus IPB Darmaga-Bogor	Metode Deskriptif	Menggunakan matriks SWOT penentuan alternatif strategi yang dihasilkan sepuluh strategi. Urutan prioritas strategi yang dilaksanakan adalah memanfaatkan skim kredit, memperluas wilayah distribusi produk meningkatkan kegiatan promosi, melakukan pengaturan dan pengelolaan keuangan Perusahaan, memperbaiki kemasan produk, melakukan diferensiasi produk, melakukan upaya inovasi, mempertahankan tingkat harga bersaing dan pelayanan kepada konsumen, dan terakhir meningkatkan kualitas SDM

1.10 Kerangka Berpikir



igke adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang produk baku susu yang digunakan CV. Rumah Dangke berasal dari produk olahan susu yang dihasilkan adalah susu pasteurisasi *brand* Lomilk, dangke dan keripik dangke dengan *brand* Lochees. melakukan pemasaran melalui sosial media *whatsapp* dan melakukan penjualan pada kegiatan akhir pekan seperti *Car Free*

Day. Melihat peluang pengembangan usaha yang dimiliki CV. Rumah Dangka serta persaingan produk usaha yang meningkat sehingga dalam menjalankan usaha diperlukan suatu strategi yang dapat mempertahankan keberlangsungan usaha. Alat analisis perumusan strategi yang dapat digunakan yaitu analisis SWOT. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran



BAB II

METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Waktu dan tempat penelitian

Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Maret 2024 sampai April 2024 yang berlokasi CV. Rumah Dangke yang bertempat di BTN Asal Mula Blok 12, Perintis, Makassar. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan pertimbangan bahwa CV. Rumah Dangke merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam penjualan dan pengolahan susu segar yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Pertimbangan lain berupa adanya ketersediaan data yang dibutuhkan dan kesediaan manajemen perusahaan menjadikan perusahaan tersebut sebagai lokasi penelitian.

2.2 Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan *mix method* atau metode campuran. Penelitian menggunakan metode campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif dalam suatu penelitian. Desain penelitian campuran yaitu suatu prosedur untuk mengumpulkan, menganalisis dan menggabungkan antara metode kualitatif dan kuantitatif dalam penelitian (Saparuddin dan Arizona, 2022).

2.3 Jenis dan sumber data

Jenis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Data kualitatif yaitu data yang bersifat bukan angka, yang termasuk data kualitatif yaitu gambaran umum usaha dan faktor internal dan eksternal usaha.
2. Data kuantitatif yaitu jenis data yang diperoleh dari penelitian yang berupa angka-angka, yang termasuk data kuantitatif yaitu penentuan bobot dan rating faktor internal dan eksternal usaha dan penentuan strategi.

Sumber data yang digunakan adalah :

1. Data primer adalah data informasi yang diperoleh tangan pertama yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara serta penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden untuk mendapatkan informasi.
2. Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dari an. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan sumber-it seperti buku, jurnal dan skripsi.



Simpulan data

1) data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

itu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek hingga dapat memahami kondisi yang sebenarnya.

2. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pemilik usaha serta staf yang berkaitan dengan objek penelitian.
3. Studi literatur yaitu dengan melengkapi data-data penelitian dari buku referensi, jurnal atau skripsi yang berkaitan dengan judul penelitian.
4. Kuesioner yaitu proses pengumpulan informasi dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada pelaku usaha yang berkaitan dengan judul penelitian.

2.5 Subjek penelitian

Untuk menentukan subjek penelitian sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive*. Menurut (Rahmadi, 2011) teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu seperti orang yang dijadikan sebagai informan adalah orang yang dianggap paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti. Informan adalah orang-orang yang mengenal betul dinamika dan keadaan bisnis yang dijalani. Informan dalam penelitian ini terdiri dari lima orang informan yang berasal dari internal dan eksternal yaitu Marwah., S.Pt., M.TP selaku direktur dan M. Yarham Samad selaku tim pemasaran dan 2 orang konsumen CV. Rumah Dangke yang telah melakukan pembelian produk sebanyak 2 kali serta ahli susu dan produk olahan susu. Adanya keterlibatan pihak eksternal dalam penelitian ini diharapkan menghasilkan alternatif strategi yang lebih objektif.

2.6 Analisis data penelitian

Penelitian kualitatif yang paling sering digunakan dalam penyajian data adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan adanya penyajian data ini, akan memberi kemudahan dalam melakukan pemahaman terkait apa yang sedang terjadi, kemudian dapat melakukan perencanaan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami sebelumnya. Dalam analisis data terdiri dari beberapa yaitu, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks SWOT.

Matriks IFE dan EFE yang bertujuan untuk memberikan input informasi dasar untuk matriks tahap pencocokan dan pembuat keputusan. Terdapat empat tahapan dalam menyusun matriks IFE dan EFE. Adapun tahapan tersebut diantaranya:

- a. Mengidentifikasi faktor-faktor kunci internal dan eksternal

Faktor-faktor yang termasuk dalam kategori ini adalah faktor yang memiliki dampak perusahaan termasuk peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor tersebut kemudian akan diberi bobot. Dalam memberikan bobot tersebut dilakukan secara hati-hati dan didasarkan pada tingkat kepentingan dan dampak strategisnya. Semakin penting faktor tersebut,



maka semakin tinggi bobot yang harus diberikan. Maksimum total bobot adalah 1 (satu).

c. Tahap Rating

Rating terdiri antara angka 1 sampai 4 yang mengindikasikan seberapa efisien usaha terhadap faktor kunci tersebut. Penilaian rating untuk lingkungan internal diberikan dalam skala sebagai berikut: 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan kecil, 2 = kelemahan kecil, 1 = kelemahan utama. Sedangkan untuk lingkungan eksternal diberikan dalam skala pembagian sebagai berikut: 4 = respon usaha superior, 3 = respon usaha di atas rata-rata, 2 = respon usaha rata-rata, 1 = respon usaha buruk.

d. Tahap Perkalian Bobot dan Rating

Nilai dari pembobotan dikalikan rating (peringkat) untuk memperoleh total nilai tertimbang perusahaan. Matriks IFE-EFE terdiri dari kolom faktor utama, bobot, peringkat dan rata-rata tertimbang.

e. Tahap Penambahan

Tambahkan seluruh skor untuk setiap variabel untuk menentukan total skor terbobot dari semua variabel Perusahaan.

Berikut merupakan format matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan matriks *Eksternal Factor Evaluation (EFE)* menurut (David, 2016):

Tabel 2. Format matriks *internal factor evaluation (IFE)*

Faktor internal strategi	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kelemahan			
Total	1,00		

David, 2016

Format matriks *eksternal factor evaluation (EFE)*

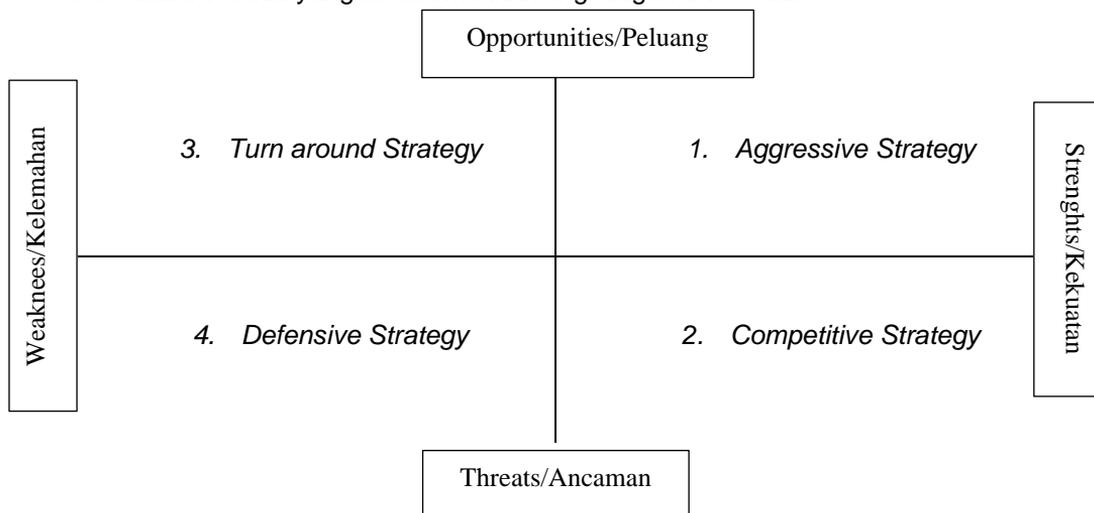
Faktor internal strategi	Bobot	Rating	Skor
--------------------------	-------	--------	------



Peluang			
Ancaman			
Total	1,00		

Sumber: David, 2016

Matriks SWOT, memiliki empat kuadran yang terbentuk oleh salah satu sumbu horizontal yang mencerminkan variabel lingkungan internal perusahaan dan satu sumbu vertikal yang mencerminkan lingkungan eksternal.



Gambar 2. Diagram SWOT (Wardoyo, 2011)



Perusahaan berada pada situasi yang paling menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan untuk memanfaatkan keduanya. Strategi yang tepat untuk dipakai dalam situasi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth strategy*).

- b. Kuadran 2: Perusahaan menghadapi ancaman namun tetap memiliki kelebihan berupa kekuatan yang dimiliki perusahaan. Strategi yang tepat untuk digunakan dalam situasi ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dari strategi diversifikasi.
- c. Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang besar, tetapi terdapat kendala kelemahan pada internal perusahaan. Dalam kondisi tersebut, strategi yang tepat untuk digunakan perusahaan adalah *turn oriented strategy* untuk menangkap peluang yang lebih baik dengan meminimalkan kelemahan.
- d. Kuadran 4: Perusahaan menghadapi situasi yang merugikan atau situasi yang sangat tidak menguntungkan bagi perusahaan, karena perusahaan menghadapi adanya berbagai ancaman dan kelemahan dari internal.

Matriks SWOT merupakan metode yang didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Berikut merupakan format matriks SWOT: Tabel 4. Matriks SWOT

Internal	<i>Strengths</i> Daftar kekuatan internal	Weakness Daftar kelemahan internal
Eksternal		
<i>Opportunities</i> Daftar peluang eksternal	Strategi SO Buat strategi untuk yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Buat strategi untuk yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
<i>Threats</i> Daftar ancaman eksternal	Strategi ST Buat strategi untuk yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Buat strategi untuk yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: (David, 2016)

Matrik SWOT ini akan menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis diantaranya sebagai berikut :

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat didasarkan pada jalan pemikiran perusahaan, yakni dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar – besarnya.



dengan menggunakan kekuatan untuk yang dimiliki untuk yang akan dihadapi perusahaan.

dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini dibuat berdasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensif dan berusaha meminimalisir kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.

2.7 Konsep Operasional

1. Strategi adalah suatu pendekatan menyeluruh yang berkaitan dengan realisasi gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan dalam jangka waktu tertentu.
2. Strategi pengembangan adalah strategi yang disusun secara komprehensif, untuk mencapai tujuan bisnis, dengan mengoptimalkan kekuatan, mengurangi kelemahan, memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada.
3. Sapi perah adalah hewan ternak yang dipelihara secara khusus untuk menghasilkan susu.
4. Faktor internal adalah faktor-faktor yang terdapat di dalam usaha produk olahan susu CV. Rumah Dangke meliputi faktor kekuatan dan kelemahan.
5. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang terdapat di luar usaha produk olahan susu CV. Rumah Dangke meliputi faktor peluang dan ancaman.
6. Analisis SWOT adalah Analisis yang didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur- unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman.
7. Kekuatan adalah faktor faktor yang memberikan keunggulan bagi perusahaan yang berasal dari lingkungan internal, faktor kekuatan CV. Rumah dangke diantaranya yaitu bahan baku tersedia, memiliki harga yang terjangkau, fasilitas tempat yang nyaman, pelayanan yang memuaskan kepada konsumen dan bermitra dengan peternak.
8. Kelemahan merupakan kekurangan yang memberikan dampak kurang baik bagi perusahaan yang berasal dari lingkungan internal, faktor kelemahan CV. Rumah dangke diantaranya yaitu bahan baku yang mudah rusak, pemasaran yang belum optimal, manajemen usaha yang kurang baik, prasarana yang kurang memadai dan stok susu terbatas.
9. Peluang adalah faktor-faktor yang bersifat menguntungkan bagi Perusahaan yang berasal dari lingkungan eksternal, faktor peluang CV. Rumah dangke diantaranya yaitu pangsa pasar yang telah ada, varian produk yang beragam dan permintaan tinggi.



adalah faktor-faktor yang mengganggu kelangsungan yang berasal dari lingkungan eksternal, faktor ancaman CV. gke diantaranya yaitu terjadi kontaminasi bahan baku, harga bahan baku, tempat yang kurang strategis dan pesaing inovatif.

OT adalah matriks yang akan digunakan untuk menyusun matriks strategi pengembangan usaha ternak sapi perah

12. Diagram SWOT adalah proses menentukan posisi dari hasil perhitungan matriks IFE dan EF.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN



ium Perusahaan

gke awalnya menjual keripik dangke dimulai pada tahun 2017
nudian pindah ke Bumi Tamalanrea Permai (BTP) pada tahun