

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, B., Zumaeroh, & Winarto, H. (2022). Diversifikasi Produk dan Ekspansi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 75–79.
- Adil, A., Ni, W. Y. A., & Bambang, K. T. (2021). Menentukan Stok Produk Berdasarkan Pola Pembelian Konsumen dengan Algoritma Apriori. *SATIN - Sains Dan Teknologi Informasi*, 7(2), 82–91.
- Adriani, D., Sinaga, A. F., Puspitasari, D., & Sinulingga, F. A. B. (2022). Analisis Harga, Pendapatan, dan Permintaan Bahan Pokok di Medan: Suatu Kajian Literatur. *Promosi: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 71–81.
- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjung Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal Sains Pertanian*, 1(3), 223–233.
- Al-Amin, F. A., Hartono, M., & Suharyati, S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Calving Interval Sapi Perah Pada Peternakan Rakyat Di Provinsi Lampung. *Jurnal Riset Dan Inovasi Peternakan*, 1(1), 33–36.
- Alyas, & Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*, 19(2), 114–120.
- Amri, Ramli, Y., & Nasir, Y. (2023). Pengaruh Penambahan Getah Pepaya Terhadap Kualitas Dangke (Produk Olahan Susu). *Bioma*, 5(2), 73–81.
- Amrusi, Razak, A., & Andriani, R. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Penjualan Manisan Pala di Kabupaten Aceh Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 9–15.
- Anggraeni, E. D., Hidayat, S. I., & Amir, I. T. (2021). Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Konsumsi Susu. *Sea*, 10(01), 41–49.
- Apriyanti, M. E. (2020). Pelayanan Terbaik bagi Pelanggan Berperan Mempertahankan Kontinuitas Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 12(1), 70.
- Asmara, A., Purnamadewi, Y. L., & Lubis, D. (2016). Keragaan Produksi Susu Dan Efisiensi Usaha Peternakan Sapi Perah Rakyat Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 13(1), 14–25.
- Astutik, L. I., Asjari, F., & Heriawan, F. (2021). Pengaruh Kenyamanan dan Consumer Experience Terhadap Minat Beli Consumer di Pasar Pagesangan Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(3), 16–23.
- Asy'ari, H., & Christian, W. W. (2024). Pengadaan Sarana Dan Prasarana Perusahaan Di Kota Megapolitan (Studi Kasus: PT AMS). *Journal of Administrative and Sosial Science (JASS)*, 5(1), 108–120.
- Attariq, M. Al, & Siregar, M. R. (2022). Pengaruh Suasana Toko dan Kenyamanan Lokasi Terhadap Niat Pembelian Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Cut Bit Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 7(4), 642–656.
- Vidayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk Keringan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1–20.
- Widada, & Budy, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Peternakan Sapi Perah Rakyat Di Kecamatan



- Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya. *Agribusiness System Scientific Journal*, 1(1), 15–29.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan (BPS). (2024). *Provinsi Sulawesi Selatan Dalam Angka 2023* (Vol. 1).
- Badi'ah, R., Odelia, E. M., & Syauqi, A. (2022). Proses Perencanaan dan Pengendalian Persediaan Bahan Baku Produk Chicken Nugget. *Journal Ekombis Review*, 10(1), 47–58. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1>
- Baidowi, M. A. (2021). Pengaruh Strategi E-Marketing dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Kompetitif*, 10(1), 2021.
- Brahmantyo, R. A., Wibowo, J., & Nurcahyawati, V. (2023). Manajemen Persediaan Menggunakan Metode Safety Stock dan Reorder Point. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 9(1), 89–99.
- Budhiartini, D. (2021). Peranan Tenaga Pemasaran Dalam Mencari Pangsa Pasar Untuk Memperluas Daerah Pada Danamon Simpan Pinjam. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan Juripol*, 4(1), 83–89.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Tokopedia). *Journal of Management Small and Medium Enterprise*, 15(3), 367–378.
- Curatman, A., Rahmadi, Maulany, S., & Ikhsani, M. M. (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, XVIII(3), 61–75.
- David, F. R. (2016). *Strategic Management Concepts and Cases* (13th ed.). Prentice Hall.
- Deba, H. K. P., & Pramono. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Promosi Produk Usaha Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Marketing E-Business. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(2), 124–133.
- Desafitri, L., & Justin, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Uptown Brew Greenlake City, Tangerang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 402–408.
- Dhoka, L., Fanggidae, R. P., & Amtiran, P. Y. (2021). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu Terhadap Proses Produksi Roti di Borneo Kuanino Kupang. *Jurnal Ekonomi Dan Sosial*, 2(1), 103–117.
- Eriswanto, E., & Kartini, T. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan Pada PT. Liza Crhristina Garment Industry. *Ummu: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Teknologi*, 13(2), 103–112.
- Faizin, N., Irawati, S., Soseco, T., & Nurjanah, N. (2023). Inovasi Produk Olahan Susu Aneka Rasa dan Warna di Desa Pagersari Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 85–92.



- D. M. L. (2023). Resiko Sistem Manajemen Kinerja yang Buruk sahaan Start Up di Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 3(1),
- awan, B., & Hafiz, M. B. A. (2020). Pengolahan Susu Murni an Ringan (Stik Susu) Sebagai Alternatif Peningkatan Bagi Masyarakat Dusun Kebondowo, Boyolali. *Jurnal Masyarakat Ipteks*, 6(1), 39–47.

- Halik, F. R. A., Rifin, A., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Kemitraan Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Tahun di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2), 164–174. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.164-174>
- Hartanto, R., Harjanti, D. W., Prayitno, E., Restitrisnami, V., & Prima, A. (2021). *Manajemen Ternak Perah (Pemerahan dan Penanganan Susu)* (Vol. 1). Undip Press.
- Hendarsih, I., & Harjunawati, S. (2017). Metode Dedicated Storage Fifo Untuk Bahan Baku Berkualitas Pada PT. Frisian Flag Indonesia Plant Pasar Rebo Jakarta Timur. *Jurnal Riset Dan Akuntansi*, 4(1), 40–56.
- Huddin, M. (2021). Manajemen Strategi Analisis Swot Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada BMT NU Pusat Gapura Sumenep. *Jurnal Al-Idārah*, 2(1), 94–111.
- Ismunandar. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Illo Cake Patisserie & Bistro di Kota Blma. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 92–98.
- Jamlean, S., Ronald, S., Saleky, J., & Pattipeilohy, V. R. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1), 151–157.
- Kusrini, W., Aditya, K. I., Stevan, G. S., & Puspa, T. (2022). Analisis Strategi Bisnis Pada Olah Susu Segar “House of Milk.” *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 555–566.
- Labodu, R. P., Wantasen, E., Massie, M. T., & Oroh, F. N. S. (2015). Analisis Finansial Peternakan Sapi Perah Rakyat Di Kota Tomohon (Studi Kasus di kelompok Ramulu Sangkor). *Zootrek Journal*, 35(2), 275–279.
- Lewerissa, C. M., Pasalli, D., Tunjanan, L., & Hijriah, N. (2023). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Permintaan Konsumen Pada Iyana Store di Kota Nabire. *Jurnal Sketsa*, 16(1), 67–84.
- Lina, R. (2018). Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing. *Management and Business*, 1(1), 91–100.
- Maharani, Sudarwanto, M. B., Soviana, S., & Pisestyani, H. (2020). Pemeriksaan Kualitas Susu Asal Kedai Susu Kawasan Permukiman Mahasiswa IPB Dramaga dan Cilibende Bogor. *Jurnal Kajian Veteriner*, 8(1), 24–33.
- Mardiyana. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis Swot Pada Home Industri Wen-Dang Jahe Di Kabupaten Kukar. *EJournal Administrasi Bisnis*, 10(1), 1–11.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 475–490.
- Mayang, A. A. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Anissa Mawang Indri Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.



adnan, A. R. A. (2022). Perencanaan Rancangan Peralatan Susu Kapasitas 28 Liter. *PRESISI*, 24(1), 66–73.

i, M., Purnomo, D., & Anis, M. (2012). Perbaikan Tampilan dan Proses Produksi Untuk Meningkatkan Kualitas dan Nilai Produk Susu Olah Pada Umkm Mulia Jaya Mandiri di Ciharjo. *Warta*, 15(2), 114–123.

- Mukhlisah, A. N., & Irfan, M. (2023). Kadar Asam Amino Dangka Dengan Level Enzim Papain dan Lama Pemanasan Berbeda. *Nusantara Hasana Journal*, 2(9), 185–190.
- Mukti, W. W., & Pradana, B. I. (2022). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Beras Dengan Metode Eoq. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(2), 154–162.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518.
- Murti, A. T., Setyowati, K., Farida, D., & Astuti, K. (2022). Faktor-Faktor Yang Berperan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Susu Segar Dan Olahannya Di Malang: Studi Kasus di Koperasi SAE Pujon. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Peternakan*, 10(1), 18–25.
- Nurihayanti, O. (2022). Pola Kemitraan Ayam Ras Pedaging dalam Membangun Loyalitas Kerjasama Peternak Inti-Plasma. *Jurnal Polbangtan Malang*, 1(1), 281–294.
- Pangartika, S. A. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Cibubur Garden Dairy (Cibugary)*.
- Pasaribu, A., Firmansyah, F., & Idris, N. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi susu sapi perah di Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, 18(1), 18–35.
- Prabowo, F., Widodo, Z. D., & Zailani, A. (2023). Analisis Hubungan Pelayanan Optimal dengan Kepuasan Pelanggan Pada PT Pegadaian CP Sukoharjo. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(1), 343–353.
- Pramudya, A., Yunita, E., & Ali Tanjung, L. (2023). Pentingnya Manajemen Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 219–225.
- Prastiti, E. D., Mariam, I., & Siambaton, E. (2018). Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Dalam Strategi Pengembangan Bisnis Pada PT Esa Jaya Global. *Epigram: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Humiora*. 15:1–14., 1(1), 1–14.
- Purwantisari, S., Jannah, S. N., Ardiansari, A., Yulianto, M. E., & Pangestu, I. T. (2021). Pendampingan Perizinan Bpom Produk Susu Pasteurisasi Ukm Karya Bumi Boyolali Sebagai Strategi Perluasan Pasar. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 429–436.
- Purwoko, S., Haryana, A., & Tamba, M. (2020). Pengaruh Kemasan, Kualitas Dan Harga Produk Susu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Dwimitra Usaha Global. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(1), 117–126.
- Puspitaningrum, Y., & Damanuri, A. (2022). Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. *Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 289–304.
- N., & Soedarto, T. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Susu UD. Rojo Susu Sapi Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 9(1), 1193–1207.
- Antasari Metodologi Penelitian (Vol. 1)*. Antasari Press.



- Ramadhani, D., Wolor, C. W., & Marsofiyati. (2023). Pengelolaan Sarana Prasarana Dalam Mendukung Kegiatan Operasional Perusahaan. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 211–220.
- Ramadhani, F., Santoso, S. I., & Sumarsono, D. (2019). Analisis Nilai Tambah Komoditi Produk Olahan Susu di Koperasi Peternakan Bandung Selatan (KPBS), Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(4), 738–750.
- Rizal, M. H. S., & Sahri, M. Z. (2024). Peran Car Free Day sebagai Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Mojokerto. *Nuris Journal of Education and Islamic Studies*, 4(1), 63–70.
- Rizky, A. I., Kusumadewi, R., & Saefullah, E. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM di Kecamatan Cigugur). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 361–376.
- Sahala, J., Simamora, T., Chrisinta, D., Abi, A. P. T., Seran, M. M., & Ninu, M. M. (2024). Edukasi Pentingnya Minum Susu Bagi Masyarakat di Desa Oenemu, Kecamatan Bikomi Tengah Kabupaten Timor Tengah Utara. *Proficio: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 2024.
- Saota, S., Buulolo, P., & Fau, S. H. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD. Trialvela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 135–142.
- Saparuddin, & Arizona, K. (2022). *Metode Penelitian Campuran Alternatif Menjawab Permasalahan Yang Komprehensif* (Vol. 1). Prenada.
- Saputri, A. D., & Sani, P. S. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Strategi Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc. *Jurnal Riset Dan Manajemen Akuntansi*, 2(1).
- Sari, N. O., Endaryanto, T., & Rosanti, N. (2022). Dampak Kemitraan Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging Terhadap Biaya Produksi dan Pendapatan di Kota Metro. *Journal of Integrated Agribusiness*, 4(1), 32–45.
- Sinaga, C. N. A., Yenni, E., & Riezky, R. N. (2020). Pembuatan Iklan Komersial di Media Sosial Untuk Pengembangan Usaha Kecil di Komunitas Goptki Dan Ipemi Kota Binjai. *Wahana Inovasi*, 9(1), 199–208.
- Sitorus, P. (2022). Mekanisme Penetapan Harga (Price) dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Attanmiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 44–59.
- Sugiri, M., & Ardiansyah, R. (2023). Perancangan Mobil Box Pendingin Sebagai Proses Distribusi Daging Sapi Pada Temperatur 35°F Dengan Kapasitas 4 Ton. *Jurnal Ismetek*, 15(2), 1–7.
- Sulaiman, A., & Rahmatullah, S. A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dan Profitabilitas Pada Rich's Coffe. *Equilibrium*. 11(1), 19–29.
- & Sabahannur, S. (2023). Analisis Perbandingan Pendapatan Usaha Dangke dan Kerupuk Dangke. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 5(1), 1–10.
- Umayanti, T. E. (2024). Pengaruh Suasana Pada Kenyamanan Pet Friendly: Ben and Lou Coffee, Bandung. *Jurnal Desain*, 5(1), 1–10.



- Susilaningrum, D. F., Wijaya, A. S. Y., Zuliana, M., Ariani, P., Angga, M. F., & Ujilestari, T. (2022). Analisis Pengaruh Perbedaan Teknik Pemerahan Susu Sapi terhadap Jumlah Bakteri Salmonella sp. *Journal of Tropical Animal Research (JTAR) J. Trop. Anim. Res*, 3(1), 1–9.
- Suzana, A. J., Setiawan, H., Zuhaena, F., Ghonimah, ), & Ainiyah, Z. (2022). Meningkatkan Manajemen Usaha Pada Umkm Wing Pastry & Snack. *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 183–187.
- Syafi'i, A., Shobichah, & Mulyani. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Pertumbuhan dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Pada Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592–599.
- Tsaniya, R., & Ni, L. W. S. T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39.
- Wahyuningsih, & Pazra, D. F. (2022). Kualitas Fisik, Kimia, Mikrobiologi Susu Sapi pada Peternakan Sapi Perah di Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor. *Jurnal Agroekoteknologi Dan Agribisnis*, 6(1), 1–16.
- Walad, M. M., Meliyani, Ananda, S. R., Alfarezzi, A., & Suhairi. (2022). Pemanfaatan Sumber Daya Manusia Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan. *El Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(3), 450.
- Walandouw, J. A., & Worang, F. G. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pariwisata pada Rumah Alam Manado. *Wenas 340 Jurnal EMBA*, 10(1), 340–349.
- Wardoyo, P. (2011). *Alat Analisis Manajemen* (1st ed., Vol. 1). Semarang University Press.
- Widiawati, A., Sari, A. N., Marjania, D., Nurhamidah, E. A., & USuherman, U. (2024). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku dengan Metode Economic Order Quantity Pada Klontang Coffe & Resto. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(1), 78–85.
- Winahyu, N., & Lestari, R. D. (2021). Analisis Keuntungan Produk Olahan Susu Pasteurisasi Skala Rumah Tangga. *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*, 2(1), 22–27.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)* (1st ed., Vol. 1). Universitas Mahasaraswati Press.
- Wulandari, S., & Bowo, A. (2019). Pengaruh Produksi, Konsumsi, dan Harga Susu Sapi Nasional Terhadap Impor Susu Sapi. *EEAJ*, 8(3), 1130–1146.
- Yesi, R. S. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Supermarket di Cikarang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 542–548.
- Yuhdiwanto, A. A., Wolor, C. W., & Marsofiyati. (2023). Analisis Kondisi Sarana dan Prasarana Kantor Pada PT. Sumber Artha Barokah. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(6), 135–147.



7). *Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Susu dengan Metode Balanced Scorecard (BSC) (Studi Kasus di Desa "Batu")*.

). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada E-Cofarm, armaga Bogor*.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### Kuesioner Putaran Pertama

#### Penentuan Faktor Internal dan Eksternal

#### Strategi Pengembangan Usaha Produk Olahan Susu CV. Rumah Dangke

Oleh :

**Muhammad Yusuf Lahamuddin (I011 20 1034)**

---

---

Pengambilan data ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan skripsi, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1). Informasi yang diperoleh dari survey yang dilakukan ini hanya dilakukan untuk keperluan penelitian. Setiap jawaban dari responden merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penelitian ini. Atas kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

#### Identitas Responden

Nama :  
Umur : tahun  
Jabatan/Pekerjaan :

#### Daftar Pertanyaan Pihak Internal

1. Bagaimana proses persediaan bahan baku pada produk?
2. Bagaimana proses produksi pada produk?
3. Bagaimana cara mengenalkan produk pada konsumen?
4. Bagaimana market yang anda dapati pada konsumen?

#### Daftar Pertanyaan Pihak Eksternal

1. Bagaimana kualitas produk CV. Rumah Dangke?
2. Dimana anda biasa membeli produk CV. Rumah Dangke?
3. Apa yang membedakan produk CV. Rumah Dangke dengan pesaingnya?



**Kuesioner Putaran Kedua**  
**Penentuan Bobot dan Rating**  
**Strategi Pengembangan Usaha Produk Olahan Susu CV. Rumah Dangkae**

Oleh :  
**Muhammad Yusuf Lahamuddin (I011 20 1034)**

---

---

Pengambilan data ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelesaikan skripsi, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1). Informasi yang diperoleh dari survey yang dilakukan ini hanya dilakukan untuk keperluan penelitian. Setiap jawaban dari responden merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penelitian ini. Atas kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

**Identitas Responden**

Nama :  
Umur : tahun  
Jabatan/Pekerjaan :

**Petunjuk Pengisian Bobot dan Rating IFE**

- a. Mencatat aspek-aspek internal Perusahaan
- b. Memberikan bobot pada setiap aspek, bobot yang diberikan maksimal 1 (satu)
- c. Rating  
4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan kecil,  
2 = kelemahan kecil, 1 = kelemahan utama.
- d. Nilai dari pembobotan dikalikan rating (peringkat) untuk memperoleh total nilai tertimbang perusahaan.

Faktor internal strategi	Bobot	rating	Skor
Kekuatan			



Kelemahan			
Total	1,00		

**Petunjuk Pengisian Bobot dan Rating EFE**

- a. Mencatat aspek-aspek internal Perusahaan
- b. Memberikan bobot pada setiap aspek, bobot yang diberikan maksimal 1 (satu)
- c. Rating  
4 = respon usaha superior, 3 = respon usaha di atas rata-rata,  
2 = respon usaha rata-rata, 1 = respon usaha buruk.
- d. Nilai dari pembobotan dikalikan rating (peringkat) untuk memperoleh total nilai tertimbang perusahaan.

Faktor internal strategi	Bobot		rating	Skor
Peluang				
Ancaman				
Total	1,00			



## Lampiran 2. Hasil Wawancara ke Informan

### Informan Internal

- Bagaimana persediaan bahan baku produk pada CV. Rumah Dangke dilakukan, informan internal mengatakan bahwa:

“Bahan bakunya dari enrekang langsung yang dikirim 1 kali sepekan, kalau dangke saya sekarang lebih ke PO, karena kalau dangke kita maksimaln ndak boleh lebih 3 hari dikulkas, takutki rusak karena orang kan mau ambilnya segar, kalau adami masuk pemesanan kukirimmi dari kampung jadi sisanya kusimpan disini, kalau susu itu kita yang pesan yang baru diperah dikemas dikampung baru dibekukan terus dikirim disini. Kurangnya biasa di penyediaan susunya, biasa habismi susu toh na hari jumatpi naik susu, bisaji selalu ada susu kalau pakai mobil penumpangki baru itu skala sedikit ji nakirim baru mahal ongkirnya, jadi soal pengiriman susu. ini juga harga susunya naik teruski,dan kita ndak mungkin langsung kasi naik harga toh jadi otomatis kita mi yang harus tanggungki, harga bahan baku itu cepatki juga naik” (Marwah, Owner).

“Ini bahan bakunya dikirim langsung dari enrekang kesini, dikirim mobiltoh, kalau kurangmi stokta diordermi lagi, lumayan banyak sapinya itu orang lumayan besar peternak sapinya di enrekang dan jadi langgananmi toh, susu yang telah diperah kasi masuk plastik yang 1 liter itu baru lanngsungmi dibekukan, sebelum dikirim kesini dikasi masuk gabus beku memang, biasanya yang plastik satu liter, nabekukan mungkin ta satu malam misalnya ini hari toh sudahmi diperah dikasi masukmi plastik plastik satu liter, kasi masuk freezer besok kan pasti kerasmi toh, besoknya atau sorenya nakirim kesini, jadi sampai disini kan kurang lebih 7 jam, biasa kujemput di bagian tallasa city atau biasa anak anak, karena kebetulan itu yang dropkan ki langganan dia tiap minggu biasa dari erekang kesini anu toh kan ada juga pabrik tahunya, ambil pakan, yang kayak kedelain, ada mobil ekspedisinya memang toh, jadi sekalian kalau kesini yah bawami susu jadi kesanaka, disini kalau habis yang sudah ada dikulkas dipesan lagi tiap tiap minggu dipesan habisji, tiap minggu biasa ta 30 liter, 50 liter, biasa tong kalau banyak banyak sampai 100 liter sampai satu minggu” (Yarham, Staf).

- Bagaimana proses produksi produk pada CV. Rumah Dangke, informan internal mengatakan bahwa:

“Susunya itu disini baru dipasteurisasi, misalnya kita pasteurisasi 10 liter habis lagi karena takutnya kita simpan lama dikulkas jadi kita pasteurisasi sedikit sedikit, peralatannya masih pakai manual tapi kalau untuk suhu sudah pakai termometer lebih ke pengaturan suhunya sih sebenarnya” (Marwah, Owner).



ni bahan bakuta yang dari kampung kita ji yang pasteurisasi menggunakan peralatan biasa ji toh kayak pengatur suhuji, ia dimasak toh, ada takaran tersendiriya missal dalam 1 liter ah dipasture disini baru ki disimpan. Pada dasarnya cv rumah olahan susu toh salah satu turunannya itu lomilk termasuk isa, segarki juga memang apalagi kalau baru sudah dipasture ibuat, ditambah juga ada varian dingin dan panasnya, ada juga

lochess, kan dulu yang dia bawa dulu waktu pmw kan locheesji, paspa disini mau buka warkop mulai tommy dia pikir mau tongka pade launching anuku, samami jadi sekalian kurang lebih 1 tahun lalu launching tommy juga lomilk toh padahal awalnya dulu dia anu ituji loches, pokoknya olahan olahan susu, kalau khas enrekang itu, kalau dangke, dangke jadi langsung dikirim kesini, rempongki kalau dangke dibuat, memang ada langganan, jadi biasa tiap malam itu ada langganan datang, ditelfon mami, kurang lebih kan banyakmi yang tau marwah jual dangke biasa kalau po mi orang kurang lebih cukupmi 10 ordermi, biasa kan mobil berangkat malam sudah magrib jadi tengah sammpaimi, besok na ambilmi yang pesan, biasa 2 hari tinggal dipacking mami disini, kan kalau dangkekan ciri khasnya dibungkus daun pisang terus kita bungkus plastik lagi supaya steril. Cuman kendalanya lagi susunya lagi, karena peternak juga terbatas juga susunya, misalnya dalam satu minggu mintaki 100 liter kalau 1 peternak itu kualahan ki, susu murni juga sensitife ki toh cepatki juga rusak, kalau salah caranya olahki, ada kotoran atau dimasaki baru terlalu tinggi suhunya baru harus diaduk terus” (Yarham, Staf).

- Bagaimana cara yang dilakukan CV. Rumah Dangke untuk mengenalkan produk olahan susu, informan internal mengatakan bahwa:

“Marketingnya belum inipi karena memang saya untuk marketing belumpa jalan, masih sebatas carfree day, social media juga itupun belum pakai yang prabayar jadi belum pi bisa diukur dari situ jadi kalau peluangnya belumpa tahu karena belum pa dapat data segini orang yang suka susu dimakassar dan belumpa memang bikin pencatatan, tapi kalau diliat dari carfree day berpengaruh sekali. Kalau kubawa di carfree day toh biasa kubawa ta 50 cup sebentarji itu , kayak jam 8 pulangma, kan saya biasa buat kalau lagi bazar orang, selesai jam jam 3, baru taruh di kulkas jadi pagi sisa dijual, belumpa bikin yang langsung ditempat, kendalanya disitu ndak ada aliran listriknya jadi belumpa bisa bikin ditempat jadi solusinya itu bikin memang disini tinggal menjual maki, pemasarannya juga di sosial media ndak maksimalpi, orang langsung datang atau orang yang sudah taumi atau dari mulut ke mulut, belumpi maksimal social medianya, maksudnya jalanji tapi ndak prabayar. Biasa juga kerja samaka dengan kampus yang buat event umkm baru mereka pelajari mengangkat ukm, misal apanya yang kurang dan kemarin itu kayak pamerannya ka kesana” (Marwah, Owner).

“Kalau kita disini dek mungkin karena dekat juga sama daerah mahasiswa jadi sering sering ada bazar toh, dalam seminggu mungkin 3 kali ada bazar, baru tiap minggu kan marwah sama anak anak menjual di carfree day, biasa 50-100 liter biasa tonji ndak habis 100 liter, rata rata itu 50 habis, sering juga rggilan pameran tapi karena ada anak kecil jadi jarangmi ikut, u yang di pantai reklamasi cpi, dipanggilki kegiatan anak anak a disediakan stand untuk mengenalkan memang produknya. ay habis terus, jadi minggu kemarin diami paling cepat pulang s, karena lamami menjual dan nataumi orang, jadi orang yang



dari olahraga lebih memilih susu murni toh daripada susu biasa, malahan orang kemarin banyak orang yang minta na ndak cukup nabawa, karena biasa tiap malam minggu bertepatan ada bazar, bazar juga kita layani anak bazar mana lagi kita siapkan yang mau nabawa besok, baru susu biasa habismi. Khususnya kita disini, masih mau diperbaiki itu manajementa disini belum terlalu anu, awal awal dulu kan saya dulu biasa jaga terus, tapi paling tidak berjalanmi lah, perlu juga strategi strategi yang lebih baik toh, pemasaran. Marketingta kurang maksimal. Biasaji juga bikin bikin promosi lewat sosial media tapi ndak maksimalpi memang ditambah lagi lokasi ta disini masih terbatas anu, bukan jalur utama, tempatta juga agak agak sederhana walaupun memang agak luas, karena ini kan masih status anuji toh tempatnya keluarga disini toh yang ditempati, daripada ndak dipakaiji, kotor saja, mau direnov ala ala kafe yang identik dengan kopi susu ndak usahmi terlalu anu takutnya dia mau bangun kedepannya, yang penting ala kadarnya, yang penting bisa ditempati nongkrong dulu, belajar dulu merintis usaha, kan bagus tong dari awal.” (Yarham, Staf).

- Bagaimana market yang ditemukan pada pembeli CV. Rumah Dangke, informan internal mengatakan bahwa:

“Untuk peluang susu murni dimakassar belumpi dapatka pasar yang pasnya tapi yang kupelajari sementara ini dapatka orang orang yang mau lebih ke sehat, kayak misalnya carfree day yang baru sudah olahraga adami itu yang cari minggu depan lagi, ada memang yang sudah tau mi susu murni ini, dia kayak orang yang sudah sadar Kesehatan peluangnya lebih kesitu sih, mengangkat produk membuat orang sehat. Dari segi produk mungkin 80 persen bisami naterima konsumen karena ndak pernahji tinggal barangta,tapi ini alhamdulillah selaluji habis, kan ada juga yang mau yang masih belum dipasteurisasi baru biasa ndak adami yang tersisa yang sudah mami dipasteurisasi, dilihat dari pemasarannya mungkin yang mau ditingkatkan sama memperkenalkan produk. kalau disini targetnya lebih ke bazar, kalau misalnya orang yang datang ke sini buat kerja tugas jarang, kayak misalnya orang ke kafe atau ke warkop toh mau kerja tugas karena nyamanki toh kalau kita disini lebih ke menjual tempat misal luaski untuk tempat bazar, kurangnya kita disini karena masih jauh masuk tempatta ndak naliat dari luar kalau orang dari jauh, kalau orang yang sudah tau juga agak susah masuk nacari, jadi lebih banyak ke bazar atau kegiatan mahasiswa dengan carfree day” (Marwah, Owner).

“Memang sih kalau pertama kan dangke khususji toh orang orang tertentu misalnya penasaran, memang atau orang orang yang ada darah enrekangnya, misalnya buatki acara pasti biasa beli dangke, Adapun dia marketnya tapi terlalu luaski toh, sama juga lochess, dibilang potensi pasarnya ana dia keripik toh yang khas pakai susu. Tapi yang paling , susu pasteurisasi ada varian rasa, kalau diliat marketnya disini paling banyak permintaannya lomilk, tapi memang lumayan lain ang lain karena kentaraki susu murninya, segarki juga kalau tua peluangnya cuman paling potensi itu lomilk sama lochess,



dangke kancanggi juga cuman dia ada anunya tersendiri bukan untuk semua kalangan, kalangan kalangan tertentu” (Yarham, Staf).

### **Informan Eksternal**

- Bagaimana kualitas produk yang anda dapatkan dari CV. Rumah Dangke, informan eksternal mengatakan bahwa:

“Kalau produknya alhamdulillah bagus karena banyak varian rasa yang natakawarkan apalagi nasediakan ki pakai kemasan yang bagus bisaki juga pilih mau yang dingin atau panas, dari segi pelayannya juga ramah sekaliji. Tempatnya ji disini yang kurang karena ndak terlalu keliatan dari poros, masih banyak yang belum tau. Bagus kalau dibikinkan logo logo penjualan, kalau hari minggu keluar supaya natau ada pade warkop disini ke taman unhas kah atau menjual menjual dipinggir jalan pakai logo ini supaya kalau ada orang yang bertanya oh ada disini, supaya lebih dikenal lagi” (Taufik, Pelanggan).

“Kalau saya dari segi produk itu sudah mantap, mantap sekalimi dari segi rasa, lomilk disinikan diciptakan dari berbagai varian rasa, sebuah inovasi baru mencampurkan susu dengan kurma, strowbery dan segala macam kan dengan susu murni, Cuma yang perlu diperbaiki disini saya pikir tampilan kafe, mungkin bisa lebih di upgrade lagi, kan konsepnya ini semi outdoor, konsepnya taman jadi bisa lebih dipercantik lagi lah kupikir, sama saluran nya perlu diperbaiki karena banyak sekali nyamuk disini dan penerangannya” (Adytia, Pelanggan).

- Dimana anda biasa membeli produk dari CV. Rumah Dangke, informan eksternal mengatakan bahwa

“Kalau saya biasa beli langsung ditempat, karena dari segi tempat juga ada taman taman begini, nyamanki duduk baru banyak juga temanku. Kurangnya itu fasilitasnya yang perlu diperluas kalau bisa karena kan kalau diliat kemarin kemarin kalau ada kegiatan bazar pasti kurang tempat, meja atau kursi perlu ditambah lagi, sama tempat parkirnya juga kalau bisa dicarikan yang lebih layak lagi” (Taufik, Pelanggan).

“Kalau saya seringka beli ke tempat memang langsung, sekalianma biasa mau kerja tugas kuliahku karena nyamanji kurasa kerja tugas disini daripada tempat lain. Masalahnya ini ketika produk susu orang orang diluar lebih inovatif mengupgrade dan mengiklankan produk mereka itusih, karena lagi lagikan persaingan orang berdagang, tapi dari segi cita rasa enak memang lomilk, bahkan beberapa selebgram sudah datang disini untuk cobai memang karena membuatnya menjadi otentik karena dia menggunakan susu asli dari enrekan, ancaman nya sih kupikir Cuma pesaing bisnis, pesaing usaha minuman yang lain, tempat ada orang lain yang menjual minuman yang lebih enak cita rasanya dari n mereka juga dari segi pengiklanannya itu massif dan bagus, perhatikan lomilk supaya lebih strategis dalam memasarkan” (n).

• Bagaimana anda melihat produk CV. Rumah Dangke dengan produk pesaingnya, informan mengatakan bahwa

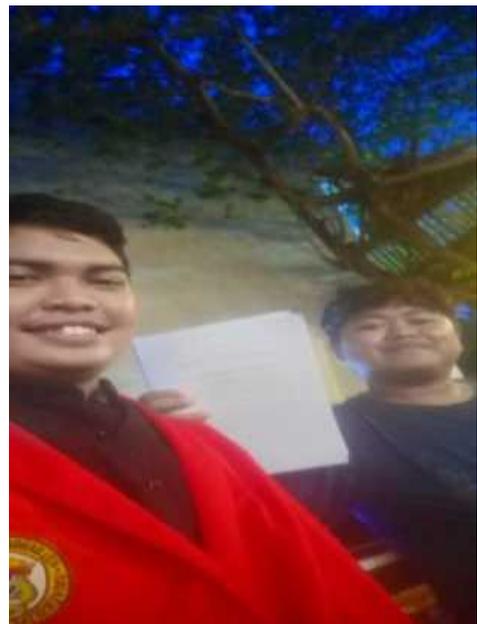


“Yang membedakannya sama pesaing itu karena dia memang pakai susu yang memang asli jadi segar juga kalau diminum., biasakan orang beliji susu dari swalayan swalayan begitu. Banyak juga tawwa varian rasa di produknya jadi ndak itu itu terusji. Kalau peluang bisnisnya lumayan bagusji, baru saya liat lomilk disini lumayan banyak pelanggannya. Yang lomilknya kan biasa diliat orang ngopiiji disana beda ini label logonya, jadi oh beda disini memang daripada warkop warkop lain, pasti disana ngopi jaki atau mau minum es jus. jarangji mungkin yang jual lomilk begitu” (Taufik, Pelanggan).

“sebagai pelanggan tetap ya disini, pertama itu dia menggunakan susu murni asli dari kampung enrekang, kedua harganya terjangkau dibandingkan dengan warkop lain atau tempat lain, ketiga kupikir unik, karena salah satu kafe atau warkop yang menjual susu murni ini disini saya pikir dibagian sini, semuanya itukan biasanya orang orang pakai susu sachet atau susu kaleng untuk campuran kopinya kan tapi disini memang original, lebih sehat malahan minum susu. Kupikir peluang usahanya itu banyak, lomilkkan dia itu usaha olahan susu, pertama produk andalannya itu susu murni, ada juga olahan susu seperti dangke, ada juga keripik susu yang keripik dangke itu kan, kupikir itu menjadi peluang usaha yang besar, karena saya pikir dimakassar yang menjual keripik susu dangke hanya disini, ditempat lain tidak ada saya dapat karena memang ini makanan khas dari enrekang dan kebetulan ownernya itu orang enrekang toh, dia menjual panganan lokal dengan kemasan yang trendy jadi lebih kekinian, walaupun makanannya dianggap kayak ketinggalan jaman toh makanan orang kampung tapi kita bisa mengemasnya dalam kemasan milenials, makanya banyak muda mudi sekarang suka nongkrong disini, keutamaannya juga karena 24 jam nonstop bukanya” (Adytia, Pelanggan).



### Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian



Optimized using  
trial version  
[www.balesio.com](http://www.balesio.com)



Optimized using  
trial version  
[www.balesio.com](http://www.balesio.com)

## Lampiran 4. Riwayat Hidup

### ***CURRICULUM VITAE***

#### **A. Data Pribadi**

1. Nama : Muhammad Yusuf Lahamuddin
2. Tempat, tgl, lahir : Makassar, 1 Desember 2000
3. Alamat : Jln. Sultan Alauddin
4. Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia

#### **B. Riwayat Pendidikan**

1. Tamat SLTA tahun 2020 di MA As' Adiyah Layang Makassar
2. Tamat SLTP tahun 2017 di MTsN 1 Makassar
3. Tamat SD tahun 2014 di MI Al Abrar Makassar

