STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK SAPI BALI DI MAIWA BREEDING CENTER KABUPATEN ENREKANG

SKRIPSI

EDI TANSIL
18221000024

PROGRAM STUDI D4 AGRIBISNIS PETERNAKAN
JURUSAN PETERNAKAN
POLITEKNIK PERTANIAN NEGERI PANGKEP
2022

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK SAPI BALI DI MAIWA BREEDING CENTER KABUPATEN ENREKANG

SKRIPSI

Oleh :

EDI TANSIL
1722100024

Skripsi ini sebagai Syarat untuk Menyelesaikan Studi pada
Prodram Studi Agribisnis Peternakan Jurusan Peternakan
Politeknik Pertanian Negeri Pangkep

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :

Pembimbing I	Pembimbing II
Ummul Masir, S.Pt, M.Si	**Aisyah, SE, Ak, M.Si**
NIP. 198924082019032015	NIP 196812071999032001

Mengetahui,

Direktur,	Ketua Jurusan
Dr. Ir. Darmawan, M.P	**Dr. Ir. Harifuddin, M.Si**
NIP. 196702021998031002	NIP.196512312001121001

Tanggal Lulus: 25 Agustus 2022

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

Judul : Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Bali di Maiwa Breeding Center Kabupaten Enrekang

Nama : Edi Tansil

NIM : 1822100024

Program Studi : Agribisnis Peternakan

Jurusan : Peternakan

Menyetujui, Tim Penguji :

1. Ummul Masir, S.Pt, M.Si (.....)
2. Aisyah, SE, Ak, M.Si (.....)
3. Anita Sari S.Pd.,M.Pd (.....)
4. Jumatriatikah Hadrawi, S.Pt.,M.Si (.....)

Mengetahui,
Ketua Program Studi,

Dr. Alima Bachtiar Abdullahi, S.Pt.,M.Si
NIP.197611242009122001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah *subhanahu wa ta'ala* yang telah memberikan karunia-Nya serta nikmat yang tak terhingga penulis diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Strategi Pengembangan Sapi Bali di Maiwa Breeding Center Kabupaten Enrekang" dan tak lupa mengucapkan salam serta salawat kepada Nabi Muhammad Sallallahu 'Alaihi wa sallam sebagai suri tauladan kita dalam menjalani kehidupan di dunia ini. Penyusunan skrips ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna menyelesaikan studi, di Program Studi Agribisnis Peternakan, Jurusan Peternakan, Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, Penulis banyak memperoleh bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua tercinta yang senantiasa memberikan bantuan kepada penulis baik moril maupun materil serta doa yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Dr.Ir.Darmawan, MP selaku Direktur Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan beserta dengan jajarannya.
2. Dr.Ir.Harifuddin, M.Si selaku Ketua Jurusan Peternakan Agribisnis Peternakan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan.
3. Alima B Abdullahi, S.Pt., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Peternakan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan.
4. Ummul Masir S.Pt.,M.Si selaku Pembimbing I dan Aisyah, SE, Ak, M.Si selaku Pembimbing II.
5. Dosen beserta Staf Akademik Program Studi Agribisnis Peternakan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan.
6. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca yang membutuhkan informasi ini.

Pangkep, 25 Juli 2022

Edi Tansil

DAFTAR ISI

SKRIPSI i
HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
ABSTRAK x
I. PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 3
1.4 Manfaat Penelitian 3
II. TINJAUAN PUSTAKA 5
2.1 Landasan Teori 5
2.2 Penelitian Terdahulu 16
2.3 Kerangka Konseptual 20
III.METODE PENELITIAN 22
3.1. Tempat dan Waktu 21
3.2. Instrumen Penelitian 21
3.3 Metode Pengumpulan Data 21
3.4 Teknik Analisis Data 22
3.5 Definisi Operasional Variabel 24
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN 26
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian 25
4.2 Visi Misi Maiwa Breeding Center 25
4.3 Struktur Organisasi Maiwa Breeding Center 26
4.4 Identifikasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) 27
4.5 Identifikasi Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) 33
4.6 Strategi Pengembangan usaha sapi bali di *Maiwa Breeding Center* 39

4.7 Alternatif Strategi 44
VI. KESIMPULAN DAN SARAN 47
5.1 Kesimpulan 53
5.2 Saran 53
DAFTAR PUSTAKA 55
RIWAYAT HIDUP 58
LAMPIRAN 60

DAFTAR TABEL

No. Hal.

Tabel 2. 1 Matriks Faktor Strategi IFE 13

Tabel 2. 2 Matriks Faktor Strategi EFE 14

Tabel 2. 4 Matriks SWOT 14

Tabel 5. 1. Identifikasi kekuatan dan kelemahan sapi bali di MBC 27

Tabel 5. 2 Identifikasi Kekuatan dan kelemahan sapi bali di MBC..... 34

Tabel 5. 3 Matrix IFE usaha ternak sapi bali 39

Tabel 5. 4 Matrix EFE Usaha Ternak Sapi Bali 41

Tabel 5. 5 Matrix SWOT 44

DAFTAR GAMBAR

No. Hal.

Gambar 2. 1 Sapi Bali Jantan dan sapi bali betina 5

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Penelitian 20

Gambar 4. 1 Struktur Orgaisasi *Maiwa Breeding Center*. 26

Gambar 5. 1 Diagram Kuadran analisis SWOT 43

ABSTRAK

EDI TANSIL, 1822100024. Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Bali di Maiwa Breeding Center Kabupaten Enrekang. Dibimbing oleh Ummul Masir dan Aisyah.

Pengembangan Sapi Bali di MBC Universitas Hasanuddin, Kabupaten Enrekang memiliki potensi dari segi luas lahan dan kondisi ternak, namun kurang termanfaatkan secara maksimal. Selanjutnya, dibutuhkan strategi pengembangan Sapi Bali sebagai suatu rangkaian tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi lingkungan usaha peternakan secara internal dan eksternal, serta mengetahui strategi yang efektif untuk pengembangan ternak Sapi Bali di MBC, Kabupaten Enrekang. Penelitian dilaksanakan di Desa Patondon Salu, Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang pada perusahaan MBC pada bulan Juni sampai Juli 2022. Responden dalam penelitian ini sebanyak 11 orang terdiri dari pihak internal dan eksternal MBC. Responden internal MBC sebanyak delapan orang terdiri dari: satu orang direktur, satu orang manajer, satu orang marketing dan lima orang pekerja lapang. Selanjutnya, dari pihak eksternal MBC sebanyak tiga orang. Pemilihan responden secara *purposive sampling* yaitu pemilihan subjek didasarkan atas kriteria sebagai pihak dengan peranan penting dalam pengembangan usaha ternak Sapi Bali, serta mengetahui dengan pasti hal-hal berkaitan dengan masalah yang diteliti. Jenis data yang digunakan yakni kuantitatif berupa hasil wawancara dari masing-masing responden. Data kemudian dianalisis menggunakan SWOT untuk menentukan kekuatan *(Strenght)*, kelemahan *(weakness)*, peluang *(opportunity)*, dan ancaman *(treats)*. Melalui penelitian ini, dapat ditarik beberapa strategi seperti: 1) mengoptimalkan dan mengembangkan kemampuan internal peternak serta memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia; 2) menambah jumlah ternak yang ada agar keuntungan semakin tinggi karena adanya peluang permintaan sapi potong sangat tinggi; dan 3) memperkuat hubungan kerja sama dengan lembaga terkait. Pada penelitian selanjutnya dibutuhkan penelitian untuk mengkaji keseluruhan aspek usaha pada tiap periode pemeliharaan ternak Sapi Bali.

Kata Kunci: MBC, SWOT, Sapi Bali, Strategi, dan Peternakan

ABSTRACT

EDI TANSIL, 1822100024. Bali Cattle Business Development Strategy at Maiwa Breeding Center, Enrekang Regency. Supervised by Ummul Masir and Aisyah.

The development of Bali Cattle at MBC Hasanuddin University, Enrekang Regency, has potential in terms of land area and livestock conditions but is not fully utilized. Furthermore, the Bali Cattle development strategy is needed as a series of actions aimed at achieving company goals. This study aims to determine the environmental conditions of the livestock business internally and externally, as well as to find an effective strategy for developing Bali cattle in MBC, Enrekang Regency. The research was conducted in Patondon Salu Village, Maiwa District, Enrekang Regency, at the MBC company from June to July 2022. The respondents in this study were 11 people consisting of MBC internal and external parties. MBC's internal respondents consisted of eight people: one director, one manager, one marketing person and five field workers. Furthermore, from external MBC, there were three people. Respondents were selected by purposive sampling, namely the selection of subjects based on the criteria as parties with an essential role in the development of the Bali cattle business, as well as knowing for sure things related to the problem being studied. The data types used are quantitative in the form of interviews with each respondent. The data were then analyzed using SWOT to determine strengths, weaknesses, opportunities, and threats (treats). Through this research, several strategies can be drawn, such as 1) optimizing and developing the internal capabilities of farmers and utilizing available natural resources; 2) Increasing the number of existing livestock so that profits will be higher because there is a very high chance of demand for beef cattle; 3) Strengthening cooperative relationships with related institutions. Further, research is needed to examine all aspects of the business in each period of raising Bali cattle.

Keywords: Bali Cattle, MBC, Farm, SWOT, and Strategy.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sapi bali merupakan ternak asli Indonesia yang banyak dipelihara oleh peternak di Sulawesi Selatan. Hal tersebut disebabkan bangsa sapi ini memiliki beberapa keunggulan antara lain mampu memamfaatkan pakan berkualitas rendah, memiliki tingkat adaptasi terhadap lingkungan yang cukup tinggi bahkan dapat hidup dan berproduksi baik dilahan kritis dan mempunyai presentase karkas tinggi, daging yang sedikit lemak serta keempukan dagingnya tidak kalah dengan sapi impor (Baco dkk, 2012)

Usaha ternak sapi bali dianggap usaha yang menguntungkan, prospek usaha ini masih terbuka lebar dalam waktu yang lama dikarenakan permintaan konsumen yang terus saja meningkat, permintaan daging sapi dari tahun ketahun terus menunjukan peningkatan yang sejalan dengan kesadaran akan gizi masyarakat. Semakin bertambahnya penduduk maka akan bertambah pula konsumsi daging sapi (Astati, dkk 2016).

Penduduk Indonesia pada tahun 2022 diperkirakan 274,85 juta orang meningkat tajam menjadi 294,11 juta orang pada tahun 2030 (Bappenas, 2022). Demikian juga halnya kebutuhan daging yang bersumber dari sapi sebesar 19% kebutuhan daging nasional dipenuhi oleh daging sapi (Harahap 2012). Dalam neraca pasokan dan kebutuhan daging sapi 2022 yang telah disusun pemerintah, konsumsi perkapita pada 2022 mencapai 2,57 per kg per tahun, meningkat dari konsumsi 2021 di angka 2,46 per kg per tahun adapun jumlah penduduk bertambah dari 272,24 juta pada 2021 menjadi 274,85 pada tahun 2022 sehingga kebutuhan daging meningkat dari 669.731 ton menjadi 706.388 ton (BPS 2022)

Kabupaten Enrekang merupakan salah satu daerah pengembangan sapi di Sulawesi Selatan yang memiliki populasi ternak sapi pada tahun 2017 sebanyak 42.130 ekor. jumlah populasi ternak sapi terus mengalami peningkatan setiap tahunya. hal tersebut membutikan bahwa Kabupaten Enrekang merupakan wilayah berpotensi untuk pengembangan peternakan sapi khususnya sapi bali (Dinas Peternakan dan perikanan 2017) peningkatan

populasi ternak sapi bali terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan daging hingga mampu mencapai swasembada daging nasional. Dalam peningkatan produksi dan produktivitas sapi potong, Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin bersama Pemerintah kabupaten Enrekang turun andil membentuk Maiwa Breeding Center (MBC) yang bergerak dibidang industry ternak sap bali.

Maiwa Breeding Center merupakan perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2015 atas dasar hubungan kerja sama antara Kemenristek, Pemerintah Kabupaten Enrekang, Pemerintah Sulawesi Selatan, PT karya Anugerah Rumpin (KAR) dengan Universitas Hasanuddin yang terdapat di Kelurahan Bengkala, Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang. Maiwa Breeding Center berdiri diatas lahan 250 hektar sebagai salah satu pusat pembibitan sapi lokal yang akan dikembangkan bersama dengan kelompok tani/ternak setempat melalui program pemberdayaan masyarakat sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan mencapai swasembada daging. Pemeliharaan sapi bali di desa ini menggunakan dua sistem pemeliharaan yakni sistem pemeliharaan secara intensif dan sistem pemeliharaan secara ekstensif (padang pengembalaan). Kegiatan Maiwa Breeding Center (MBC) meliputi industri pembibitan sapi, produksi straw sapi bali, dan Industri Penggemukan sapi bali (Kamal dan Sohrah, 2020).

Berbagai faktor kendala yang mempengaruhi usaha peternakan adalah ekologi, biologis, dan sosial ekonomi dan sosial ekonomi, faktor ekologis termasuk tanah dan iklim. Faktor biologis termasuk genotipe ternak (produksi dan sifat-sifat adaptasi), pakan ternak, air dan kesehatan ternak (penyakit dan parasit). Faktor sosial ekonomi termasuk ketersediaan tenaga kerja dan keterampilan pelaku-pelaku peternakan, pendapatan, ketersediaan modal, harga, dan penguasaan tanah.

Strategi pengembangan Sapi Bali di MBC Kabupaten Enrekang penting untuk dikaji lebih lanjut agar semua potensi yang ada dapat termanfaatkan secara tepat dan optimal. Strategi pengembangan sapi bali dilakukan sebagai suatu rangkaian tindakan yang ditujukan untuk mencapai sasaran jangka panjang. Maiwa breeding Center Kabupaten Enrekang, berperan sebagai

sentra pengembangan produksi ternak yang efisien, peningkatan nilai ternak, dan sebagai teknologi pengkajian peternakan dan perbaikan potensi peternakan. Strategi pengembangan ternak sapi bali meliputi segala aspek mulai dari tata laksana pemeliharaannya, pemberian pakan, pengendalian penyakit hingga ke pasca panen yang dilakukan.

Perumusan strategi yang tepat bagi suatu usaha dapat dilakukan dengan memantau lingkungan melalui teknik-teknik analisa lingkungan yang dapat menentukan dimana posisi usaha berada dan apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi peternakan sapi bali.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor internal dan eksternal apakah yang mempengaruhi dalam mengembangan usaha ternak sapi bali di MBC Kabupaten Enrekang?
2. Alternatif strategi apa saja yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha ternak sapi bali di MBC Kabupaten Enrekang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal strategi pengembangan usaha ternak sapi potong di MBC Kabupaten Enrekang.
2. Merumuskan alternatif strategi yang tepat dalam pengembangan usaha ternak sapi bali di MBC Kabupaten Enrekang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan yang bermanfaat tentang strategi pengembangan sapi bali.
2. Sebagai bahan informasi kepada peternak mengenai strategi pengembangan sapi bali.

3. Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa agribisnis peternakan.
4. Sebagai data dasar atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian tentang strategi pengembangan sapi bali

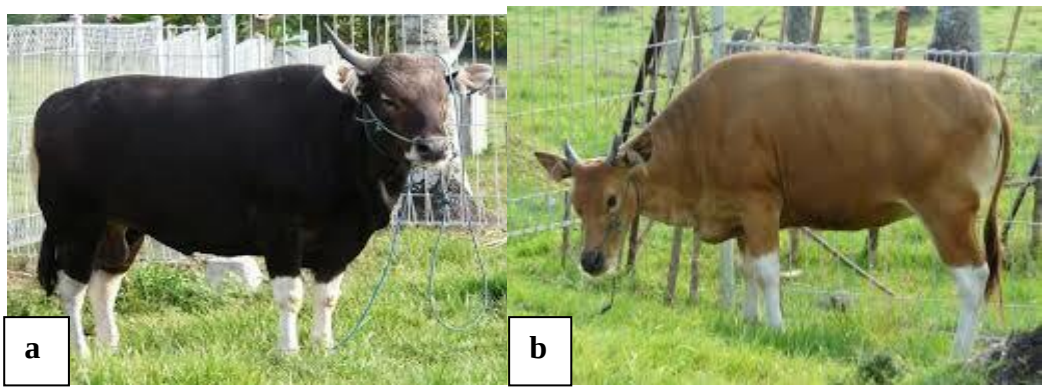
II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

A. Sapi Bali

Sapi bali merupakan salah satu ternak asli dari Indonesia. Sapi bali adalah bangsa sapi yang dominan dikembangkan di bagian Timur Indonesia dan beberapa provinsi di Indonesia bagian Barat (Talib et al., 2003). Menurut data yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Peternakan (2011) rumpun sapi potong yang terbanyak dipelihara di Indonesia adalah rumpun sapi bali mencapai 4,8 juta ekor (32,31%).

Sapi Bali (*Bos Sondaicus*) adalah sapi asli Indonesia hasil penjinakan (domestikasi) Banteng liar yang telah dilakukan sejak akhir abad ke 19 di Bali, sehingga sapi jenis ini dinamakan sapi Bali (Dompi, 2012).



Gambar 2. 1 Sapi Bali Jantan (a) dan sapi bali betina (b) (Direktorat Jendral Peternakan, 2012)

Sapi Bali memiliki keunggulan dibandingkan dengan sapi lainnya antara lain mempunyai angka pertumbuhan yang cepat, adaptasi dengan lingkungan yang baik, dan penampilan reproduksi yang baik. Sapi Bali merupakan sapi yang paling banyak dipelihara pada peternakan kecil karena fertilitasnya baik dan angka kematian yang rendah. Penampilan produktivitas dan reproduktivitas sapi Bali sangat tinggi (Purwantara dkk, 2012).

Sapi bali memiliki tanduk berukuran pendek dan kecil, kepala panjang, halus dan sempit, serta leher yang ramping. Sapi bali sangat produktif dan adaptif terhadap lingkungan. Persentase pedet yang dihasilkan mencapai 80%. Sapi bali

mampu mencerna pakan berkualitas rendah, menghasilkan karkas berkualitas bagus, harga jual tinggi dan dapat digunakan sebagai hewan tenaga kerja. Sapi bali digunakan sebagai ternak kerja, tetapi dianggap sebagai ternak potong karena memiliki kualitas karkas yang baik. Kulit berpigmen dan halus. Puncak kepala yang datar, telinga berukuran sedang dan bediri. Tanduk jantan berukuran besar tumbuh ke samping kemudian ke atas dan runcing (Natural Veterinary, 2009).

Sapi bali merupakan bangsa sapi yang memiliki fertilitas tinggi meskipun berada pada kondisi kekurangan nutrisi pakan dan mampu beradaptasi pada lingkungan yang kurang baik (Toelihere, 2003). Sapi bali memiliki keistimewaan dalam hal daya reproduksi, persentase karkas serta kualitas daging, tetapi memiliki keterbatasan dalam hal kecepatan pertumbuhan dan ukuran bobot badan (Diwyanto dan Priyanti, 2008).

Aspek reproduksi pada sapi bali diantaranya adalah tingkat kelahiran yang merupakan salah satu aspek penting dalam usaha peternakan. Kondisi yang paling baik adalah seekor induk mampu menghasilkan satu anak setiap tahunnya (Ball dan Peters, 2004). Bamualim dan Wirdahayati (2003) menyebutkan bahwa sapi bali di Nusa Tenggara Barat memiliki nilai tingkat kelahiran anak sebesar 75%-90%. Tingkat kelahiran dihitung dari jumlah anak dibagi jumlah total sapi betina dewasa dalam satu tahun (Martojoyo, 2003). Kematian anak pada sapi bali dipengaruhi oleh beberapa faktor di Nusa Tenggara Timur. Penyebab kematian anak sapi bali adalah kesulitan makanan pada musim kemarau panjang, persediaan yang kurang atau tidak cukup dan adanya parasit (Mallessy et al, 1990). Persentase kematian anak sapi bali di daerah Sumbawa adalah sebesar 7%-31% dan di daerah Lombok 2%-14% (Bamualim dan Wirdahayati, 2003).

B. Sistem Pemeliharaan

Untuk mendapatkan hasil yang optimal, pola pemeliharaan sapi Bali berdasarkan Permentan No. 6/Permentan/PK.210/8/2015 dapat dilakukan secara intensif, semi intensif dan ekstensif (Permentan No. 6 / Permentan / PK.210 / 8 / 2015).

Kelangsungan hidup sapi potong yang sehat dengan pertumbuhan yang baik dapat dijaga dengan pemeliharaan dan perawatan yang baik. Keberhasilan tahap

pemeliharaan sebelumnya merupakan pangkal pemeliharaan berikutnya sehingga usaha pemeliharaan pada umumnya selalu disesuaikan dengan fase hidup sapi yang bersangkutan, mulai dari pedet, sapi muda, dan sapi dewasa (finishing). Pemeliharaan sapi tidak hanya bagaimana sapi-sapi yang dipelihara bisa makan dan tumbuh besar begitu saja. Peternak harus memperhatikan aspek-aspek terkait dalam hal pemeliharaan sapi. Aspek-aspek tersebut meliputi pakan yang diberikan, perkandangan, pembibitan, penanganan kesehatan, perkawinan, pengelolaan limbah, serta aspek terkait lainnya diharapkan akan menghasilkan produktivitas yang tinggi.

Sistem pemeliharaan di Indonesia terdiri dari pemeliharaan secara ekstensif, intensif dan semi intensif. Pemeliharaan secara ekstensif didefinisikan sebagai sistem pemeliharaan ternak, dimana ternak dipelihara secara bebas, merumput yang tumbuh secara alam atau tanaman yang tidak dipakai untuk keperluan pertanian. Sistem pemeliharaan ekstensif ternak dilepas di padang penggembalaan yang terdiri dari beberapa ternak jantan dan betina. Sistem pemeliharaan secara intensif didefinisikan sebagai sistem pemeliharaan ternak, dimana ternak dipelihara dengan sistem kandang yang dibuat secara khusus atau dikandangkan secara terus menerus dengan sistem pemberian pakan secara *cut and carry*. Sistem pemeliharaan lainnya yakni sistem pemeliharaan semi intensif, seringkali disebut dengan sistem pemeliharaan campuran. Pada sistem pemeliharaan ini petani biasanya memelihara beberapa ekor ternak sapi dengan maksud digemukkan dengan bahan makanan yang ada di dalam atau di sekitar usaha pertanian.

Menurut Permentan No. 6 / Permentan / PK.210 / 8 / 2015, bahwa pola pemeliharaan semi intensif adalah budi daya sapi dengan cara sapi dikandangkan atau digembalakan serta sumber pakan utama disediakan sebagian atau berasal dari padang penggembalaan. Pola budi daya semi intensif ini hampir sama dengan budi daya intensif, namun dalam dalam penyediaan pakan dan minum tidak sepenuhnya disediakan. Sedangkan pola pemeliharaan ekstensif adalah budi daya sapi dengan cara sapi tidak dikandangkan dan sumber pakan utama berasal dari padang penggembalaan (Permentan No. 6 / Permentan / PK.210 / 8 / 2015).

Pada sistem pemeliharaan ini aktivitas perkawinan, pembesaran, pertumbuhan dan penggemukan dilakukan di padang penggembalaan.

Keuntungan dari sistem pemeliharaan ini adalah biaya produksi yang sangat minim. Pada pemeliharaan ekstensif nutrisi yang berasal dari pakan yang dikonsumsi oleh ternak digunakan sebesar 65%-85% untuk kebutuhan hidup pokok. Ternak mencapai bobot potong yang lebih lama yakni 3 tahun-6 tahun (Parakkasi, 1999).

C. Strategi Pengembangan

Strategi didefinisikan sebagai alat untuk mencapai tujuan (Rangkuti, 1997). Siagian (2008) menjelaskan strategi merupakan cara yang akan digunakan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang ingin dicapai. Suatu strategi harus merupakan hasil dari analisis kekuatan, kelemahan yang terdapat pada suatu perusahaan dan berbagai kemungkinan peluang yang akan timbul serta ancaman yang akan dihadapi. Strategi menentukan keunggulan kompetitif jangka panjang (David, 2009).

Menurut Fred (2004), strategi adalah cara untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang. Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintasan fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Strategi dalam manajemen diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematik dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang terarah pada tujuan organisasi. Terdapat tiga tahapan dalam manajemen strategis yaitu:

1. Perumusan strategi meliputi pengembangan potensi, pengenalan peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi tertentu untuk dilaksanakan
2. Implementasi strategi, memobilisasi unsur dalam organisasi untuk melaksanakan apa yang telah dirumuskan
3. Evaluasi strategi, terdapat tiga aktivitas dalam evaluasi strategi:
   a) Meninjau faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi
   b) Mengukur prestasi
   c) Mengambil tindakan korektif (David, 2002).

Menurut Santosa (2001) bahwa potensi sumber daya yang tersedia seperti ketersediaan lahan dan pakan, tenaga kerja dan ternak yang akan dikembangkan perlu dianalisis dalam pengembangan ternak di suatu wilayah. Potensi ini ditentukan oleh tersedianya tanah pertanian, kesuburan tanah, iklim, topografi, ketersediaan air dan pola pertanian yang ada. Untuk mencapai tujuan pengembangan ternak dapat dilakukan tiga pendekatan yaitu:

1. Pendekatan teknis seperti meningkatkan kelahiran, menurunkan angka kematian dan mengontrol pemotongan ternak dan perbaikan genetik
2. Pendekatan terpadu, menerapkan teknologi produksi dan manajemen, serta pembentukan kelompok peternak yang bekerja sama dengan instansi terkait
3. Pendekatan agribisnis yang bertujuan untuk mempercepat pengembangan peternakan melalui integrasi dari ke empat aspek yaitu input produksi (lahan, pakan, plasma nutfah dan sumberdaya manusia), proses produksi, pengolahan hasil dan pemasaran.

C. Analisis SWOT

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 (weaknesses) dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2014). Analisis SWOT juga bisa didefinisikan sebagai media analisis situasi dalam proses menemukan strategi yang sesuai antara peluang eksternal dan kekuatan internal dalam menghadapi ancaman eksternal dan kelemahan internal (Hunger, 2011).

Menurut (Miharja, 2018) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis, tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam area bisnis. Kekuatan atau kelemahan internal digabungkan dengan peluang atau ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan. Komponen-komponen SWOT menurut (Miharja, 2018) yaitu:

1. Kekuatan (Strenghts) adalah sumber daya, keterampilan-keterampilan atau keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
2. Kelemahan (Weakness) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber kelemahan dari perusahaan.
3. Peluang (Opportunities) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan- kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.
4. Ancaman (Threats) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama dalam posisi sekarang atau yang diinginkan oleh perusahaan.

Alat yang dapat digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis yakni matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi agar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Penggunaan

matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yang dapat digunakan diantaranya adalah :

1. Strategi SO yang dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada dengan sebesar-besarnya.
2. Strategi ST yakni strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada.
3. Strategi WO yakni memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT yakni strategi berusaha meminimalkan kelemahan yang ada untuk menghindari adanya ancaman

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (opportunity) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strenght) dan kelemahan (weakness). Unsur-unsur SWOT Kekuatan (Strenght), kelemahan (weakness), peluang (Opportunity), ancaman (Threats), faktor eksternal dan internal Menurut (Sugiyono, 2013) bahwa untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

1. Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya,
2. Faktor internal mempengaruhi terbentuknya strenghts and weaknesses (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decision making) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (corporate culture).

David (2009) menjelaskan terdapat delapan langkah dalam membentuk sebuah matriks SWOT diantaranya adalah:

1. Menyesuaikan kekuatan internal dengan peluang eksternal sehingga diperoleh strategi SO
2. Menyesuaikan kelemahan internal dengan peluang eksternal sehingga diperoleh strategi WO
3. Menyesuaikan kekuatan internal dengan ancaman eksternal sehingga diperoleh strategi ST
4. Menyesuaikan kelemahan internal dengan ancaman eksternal sehingga diperoleh strategi WT

Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang tapi secara bersamaan juga bias meminimalkan kelemahan dan ancaman. Ada beberapa langkah dalam analisis ini, yaitu:

1. Kolom pertama, disusun 5-10 kekuatan dan kelemahan (faktor intenal) dan 5-10 peluang dan ancaman (faktor eksternal)
2. Kolom kedua, masing-masing faktor diberi bobot, berkisar antara 1 (sangat penting) sampai 0 (tidak penting)
3. Penghitungan rating (kolom 3), dimana rating masing-masing faktor dihitung dengan memberikan skala mulai dari -4 sampai dengan +4 yang di dasarkan pada besar kecilnya pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan ternak ruminansia di wilayah tersebut
    a. Pemberian rating untuk faktor kekuatan dan peluang bernilai positif, jika kekuatan dan peluang besar diberikan nilai +4, tetapi jika nilainya kecil diberi nilai +1
    b. Pemberian rating untuk faktor kelemahan dan ancaman bernilai negatif, jika kelemahan atau ancaman besar diberi nilai -4, tetapi jika kecil diberi nilai -1.
    4. Pembobotan untuk masing-masing faktor diperoleh dengan mengalikan bobot dan ratingnya
    5. Menentukan strategi pengembangan

a. Nilai pembobot didapat dengan menjumlahkan pembobotan (bobot x rating) untuk faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman
b. Nilai ordinat didapat dengan menjumlahkan total nilai peluang ditambah total nilai ancaman
c. Kuadran dimana terdapat titik pertemuan nilai axis dengan ordinat menunjukkan pilihan strategi pengembangan

Pembobotan dan *scoring* dalam analisis swot ini dilakukan berdasarkan hasil wawancara yang kemudian dijustifikasi dalam bentuk bobot dan skor (Muhammad, 2018). Menurut (Kosasih, 2017) menjabarkan penentuan rating merupakan cara untuk menentukan skala mulai dari 4 *(outstanding)* sampai dengan 1 (poor). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4), tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman sangat besar ratingnya adalah +1 Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya +4. Selanjutnya kalikan bobot pada kolom dua dengan rating pada kolom tiga, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom empat.

Berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi yang bersangkutan berdasarkan jawaban dari responden terhadap indikator-indikator IFE dan EFE yang ditanyakan. Tahap ini pada dasarnya tidak hanya pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pengolahan data. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data internal dan data eksternal.

Tabel 2. 1 Matriks Faktor Strategi IFE

Faktor Strategi Internal	**Bobot**	**Rating**	**Bobot x Rating**
Kekuatan	X	X	X
Jumlah	x	X	x
Kelemahan	X	X	X
Jumlah	x	X	X
Total	X	X	X

Sumber: Rangkuti (2014)

Tabel 2. 2 Matriks Faktor Strategi EFE

Faktor Strategi Eksternal	**Bobot**	**Rating**	**Bobot x Rating**
Peluang	X	X	X
Jumlah	X	X	X
Ancaman	X	X	X
Jumlah	X	X	X
Total	X	X	X

Sumber: Rangkuti (2014)

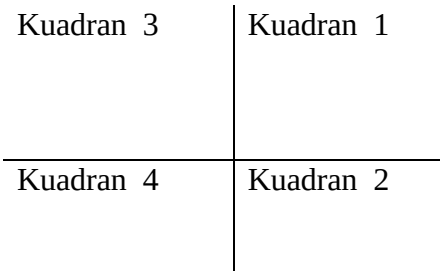
Menurut Rangkuti, (2014) setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Salah satu model yang dipakai unutk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah Matriks SWOT .

Tabel 2. 3 Matriks SWOT

IFE / EFA	Kekuatan Tentukan 5-10 Faktor-Faktor Kekuatan Internal	Kelemahan Tentukan 5-10 Faktor-Faktor Kelemahan Internal
Peluang Tentukan 5-10 FaktorFaktor Peluang Eksternal	Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman Tentukan 5-10 Faktor Faktor Ancaman Eksternal	Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2005)

Menurut Rangkuti (2014) berdasarkan matriks SWOT kita dapat mengetahui posisi bisnis terletak di empat kuadrat berbeda dan dapat langsung dianalisis sebagai bahan keputusan, yaitu:



Gambar 2.1 Matriks SWOT (Rangkuti . 2014)

1. Kuadran 1 SO *(Strenght – Opportunity)* merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan yang ada dikuadran ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Pada kuadran pertama strategi yang dapat diambil adalah strategi agresif. Strategi agresif adalah strategi yang mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar.
2. Kuadran 2 ST *(Strenghtt – Threat),* perusahaan yang berada dikuadran ini menghadapi banyak ancaman namun masih mempunyai kekuatan dari segi internal. pada kuadran kedua strategi yang dapat diambil adalah strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi adalah strategi yang menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan guna menutup kelemahannya dan mengejar peluang yang tersedia.
3. Kuadran 3 WO *(Weakness – Opportunity),* diposisi ini sebenarnya perusahaan mempunyai peluang yang sangat besar. Tetapi dilain pihak dia mempunyai banyak kendala internal. Pada kuadran ketiga sgtrategi yang dapat diambil adalah strategi turn- around, yaitu strategi yang mendukung perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan yang ada untuk mengubah arah usaha dikarenakan saat ini sudah banyak sekali ancaman yang dapat menghancurkan perusahaan.
4. Kuadran 4 WT *(Weakness-Threat),* perusahaan berada diposisi yang sangat tidak menguntungkan. Perusahaan ini menghadapi banyak ancaman dan kelemahan internal. Sedangkan pada kuadran keempat strategi yang dapat
5. diambil adalah strategi disfentif, strategi yang mendukung perusahaan untuk terus mempertahankan posisi perusahaan dengan segala

kemampuan yang ada. Hal itu terjadi karena banyak sekali ancaman dari pihak dalam maupun luar perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dari beberapa literatur yang relevan dengan penelitian ini, khususnya dalam mengetahui strategi pengembangan sapi potong. .Pada bagian ini disebutkan penelitian sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Penilitian terdahulu bertujuan untuk mendapatakan bahan perbandingan dan acuan. Maka dalam hal ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Hajirin (2020). Penelitian tentang Strategi Pengembangan Sapi Potong di Wilayah Pengembangan Sapi Bali Kabupaten Barru.

   Tujuan penelitian menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha peternakan Sapi Bali. Dengan menggunakan metode analisis Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats (SWOT). Faktor internal dan eksternal dianalisis dengan matriks Internal External (IE) untuk memperoleh matriks SWOT dan strategi pengembangannya dirumuskan dengan matriks Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

   Penelitian survei ini dilaksanakan di Kabupaten Barru Kecamatan (Tanete Riaja, Tanete Rilau, Barru dan Balusu) pada bulan Mei-Juli 2017. Penelitian ini mengkaji dan menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha peternakan sapi Bali di Kabupaten Barru. Pengumpulan data dilakukan melalui: (a) wawancara yang berpedoman pada daftar pertanyaan (kuesioner); (b) observasi melalui pengamatan langsung pada obyek penelitian untuk melihat keadaan yang sebenarnya; dan (c) studi pustaka, dengan cara mempelajari referensi yang berkaitan dengan penelitian.

   Hasil penelitian menunjukan rumusan alternatif strategi Menyusun 12 rumusan strategi dan tiga prioritas yang tertinggi yaitu: Meningkatkan motivasi peternak Sapi Bali, Meningkatkan pelayanan pos-pos IB,

Mengarahkan penerapan usaha yang ekonomis, serta memantapkan kebijakan pencegahan dan pengendalian penyakit hewan menular.

2. Rusni Fitri Y. Rusman, Andi Hamdana, Abdullah Sanusi (2020) tentang Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong di Kecamatan Lau Kabupaten Maros.

Dalam upaya mengoptimalkan peternakan sapi potong perlu diketahui kekurangan dan kelebihan serta peluang dan ancaman yang dihadapi peternak dalam menjalankan usaha peternakan sapi potong. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive sampling) yang didasarkan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu pengembangan sapi potong. Penentuan sampel akan dilakukan secara acak (random sampling) terhadap petani dan snowballing sampling terhadap stakeholdersyang terkait dengan peternakan sapi potong dalam hal ini pemerintah daerah selaku pengambil kebijakan dan para pelaku usaha.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deksriptif di manapengumpulan data yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada dan dilakukan dalam bentuk survei dan wawancara. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik porpusive sampling. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder sedangkan sumber data berasal dari internal dan eksternal Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Bidang Peternakan Kabupaten Maros. Data tersebut diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, kuisioner dan studi pustaka. Analisis SWOT

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hasil matriks IFE dan EFE bernilai positif dimana pada grafik analisis SWOT kedua titik menunjukkan posisipada kuadran 1 yang merupakan gabungan opportunity dan strenght. Beberapa rekomendasi strategis lahir dari hasil analisis matriks SWOT yaitu berupa peningkatan produktivitas lahan dan ternak, informasi pasar, pelatihan manajemen usaha ternak sapi potong serta dukungan pemerintah dalam hal pelatihan, penyuluhan, pemuliaan ternak/Inseminasi Buatan (IB) serta pemberian fasilitas obat-obatan dan vaksin

3. Endang Sri Wahyuningsih. (2021). Judul penelitian Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Masa Pandemi (Studi PT Indofood Sukses Makmur)

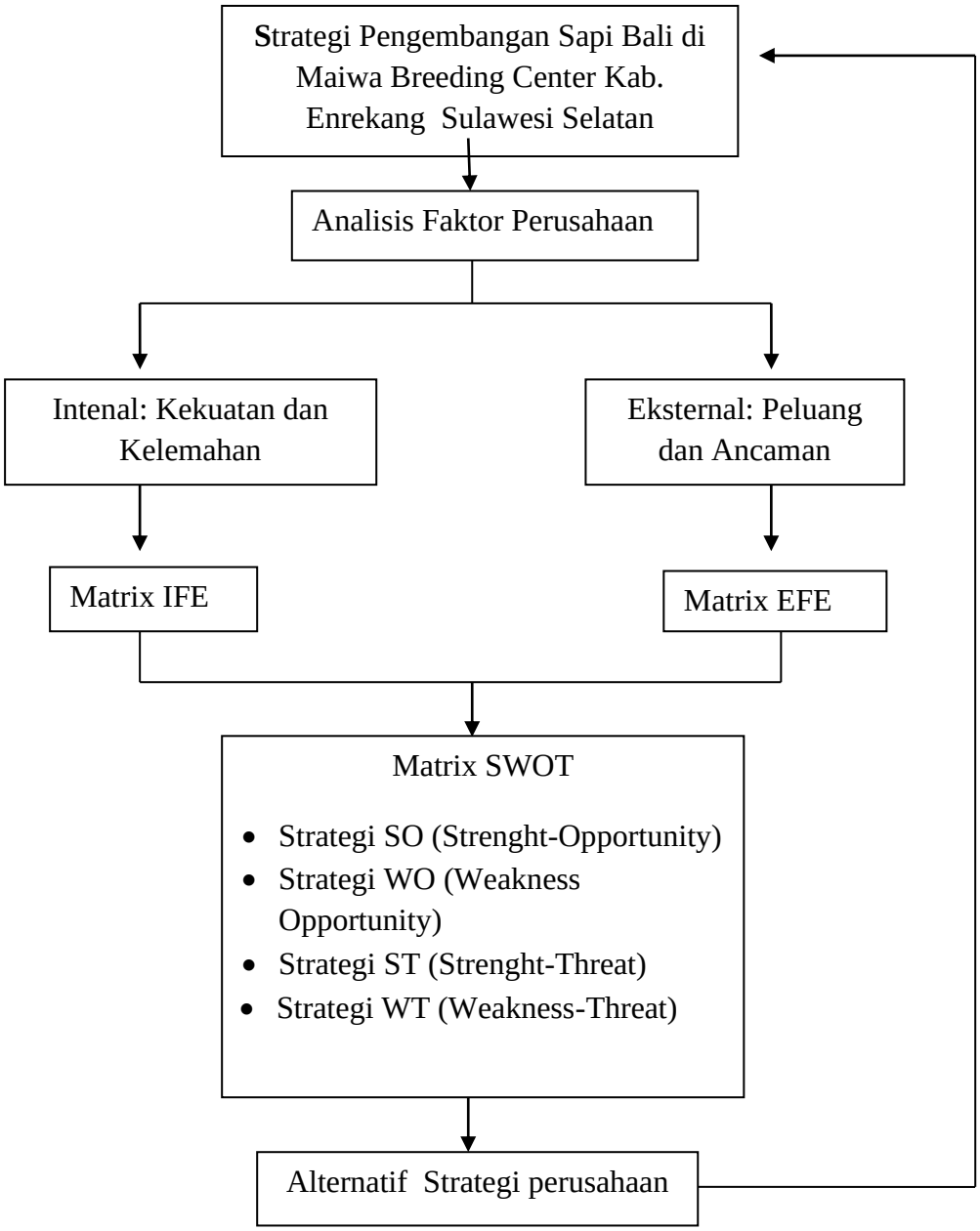
   Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan strategi pengembangan bisnis PT Indofood Sukses Makmur pada masa pandemi. Metode SWOT adalah tahapan metode alternatif yang bisa menjawab permasalahan tersebut. Analisis SWOT membantu untuk menentukan kekuatan dan kelemahan dari organisasi, sebelum menetapkan tujuan dan tindakan yang logis atas analisis tersebut (Fajar, 2016). Sehingga dapat diketahui kelebihan dan kelemahan implementasi strategi oleh PT Indofood Sukses Makmur

   Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan kepustakaan (library research). Pedekatan kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur, baik berupa buku, catatan maupun laporan hasil penelitian terdahulu. Menurut Moleong, pengertian penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Metode analisis menggunakan analisis deskriptif yaitu mendeskripsikan atau menguraikan kenyataan yang ada pada perusahaan dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Penilaian ini mengarahkan organisasi untuk mengembangkan strategi dalam membangun kekuatan, mengatasi kelemahan, mengatasi ancaman, dan mengeksploitasi peluang. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari website PT Indofood Sukses Makmur. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, data- data yang telah diolah atau diteliti lebih lanjut dan data yang disajikan oleh pihak lain. Data sekunder yang digunakan peneliti seperti website, jurnal, serta dokumen-dokumen perusahaan. Teknik yang digunakan studi dokumen dan studi pustaka.

   Hasil penilitian menunjukan PT Indofood Sukses Makmur memiliki sejumlah strategi untuk memaksimalkan penjualan di masa pandemi. Caranya dengan mengeluarkan produk baru dan mengembangkan

promosi. Selama pandemi produk konsumsi penjualannya sangat meningkat termasuk penjualan ke luar negeri. Usaha pemasaran yang telah dilakukan sudah semakin maju, sehingga pada saat pandemi tidak terlalu berdampak besar untuk perusahaan ini

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Penelitian (Data Primer, 2022)