

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK KAMBING CV PRIMA BREED KELURAHAN TONDO KECAMATAN MANTIKULORE KOTA PALU

Strategy Development Of The Goat Livestock Business CV. Prima Breed Tondo Village Mantikulore Subdistrict Palu City

Andi Iswinda Nurfina Zanra,¹⁾ Christoporos,²⁾ Afandi,²⁾

¹⁾ Student of Agribusiness Study Program at the Faculty of Agriculture at Tadulako University
Email: andiiswinda57@gmail.com

²⁾ Supervising Lecturer the Agribusiness Study Program at the Faculty of Agriculture,
University of Tadulako Email: christoporos70@yahoo.com, fandydaus@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine what development strategies are used in the goat livestock business CV. Prima Breed Tondo Village, Mantikulore Subdistrict, Palu City. The study was conducted at CV. Prima Breed in october until December 2019. Determination of the respondents was done intentionally (purposive). Respondents numbered 5 people, namely in terms of internal 1 leader and 2 employees. And from an external perspective that is from the animal market 1 respondent, 1 respondent consumer. The analytical tool used is the SWOT Analysis. The total value obtained in the IFAS table is 2.96 with a strength score of 2.28 and a weakness score of 0.68. This shows that the strength factor of CV. Prima Breed is greater than the weakness factor, while the total value obtained by the EFAS table is 2.58 with an opportunity score of 1.88 and a threat score of 0.71. This shows that the opportunity factor of CV. Prima Breed is greater than the threat factor. Based on the results of the calculation of the rating value and the weight of internal strategy factors in the development of goat livestock business CV. Prima Breed as the X axis is 1.60, while external factors on the development of goat livestock business CV. Prima Breed as the Y axis is 1.17. The right development strategy for CV. Prima Breed is an S-O strategy, S-O strategy is a strategy that can be used by CV. Prima Breed in creating strategies that use strength to take advantage of existing opportunities.

Key Words: Development Strategy; Goat; SWOT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan apa yang digunakan pada usaha ternak kambing CV. Prima Breed Kelurahan Tondo Kecamatan Mantikulore Kota Palu. Penelitian dilaksanakan di CV. Prima Breed pada bulan oktober sampai desember 2019. Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*). Responden berjumlah 5 orang yaitu dari segi internal 1 pemimpin dan 2 karyawan. Dan dari segi eksternal yaitu dari pasar hewan 1 responden, konsumen 1 responden. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT. Total nilai yang diperoleh pada tabel IFAS yaitu sebesar 2,96 dengan skor kekuatan 2,28 dan skor kelemahan sebesar 0,68. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan CV. Prima Breed lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan total nilai yang diperoleh tabel EFAS, yaitu sebesar 2,58 dengan skor peluang sebesar 1,88 dan skor ancaman sebesar 0,71. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang CV. Prima Breed lebih besar dari faktor ancaman. Berdasarkan hasil dari perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor strategi internal pengembangan usaha ternak kambing CV. Prima Breed sebagai sumbu X yaitu 1,60, sedangkan faktor eksternal pada pengembangan usaha ternak kambing CV. Prima Breed sebagai sumbu Y yaitu 1,17. Strategi pengembangan yang tepat untuk CV. Prima Breed adalah strategi S-O, strategi S-O merupakan strategi yang dapat digunakan CV. Prima Breed dalam menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan; Kambing; SWOT.

PENDAHULUAN

Pertanian terpadu memanfaatkan sumberdaya yang telah disediakan oleh alam tanpa harus merusak alam sehingga kelestarian dan keberlangsungan alam tetap terjaga untuk masa depan. Bahkan dalam praktiknya, pertanian terpadu disesuaikan dengan kondisi alam sekitar dan meningkatkan produktivitas lingkungan. Sebagai contoh, usaha pertanian terpadu melalui peternakan yang diintegrasikan dengan pertanian sayuran organik di tanah kering atau tanah yang kurang subur justru dapat meningkatkan fungsi lahan dan lingkungan sekitar. Jika biasanya tanah kering hanya dibiarkan karena rendahnya unsur hara, penambahan bahan organik yang berasal dari ternak dapat meningkatkan kesuburan tanah sehingga bisa dimanfaatkan lebih jauh (Budi dan Farm, 2011)

Agribisnis peternakan merupakan segala aktivitas bisnis yang terkait dengan kegiatan budidaya ternak, industri hulu, industri hilir, dan lembaga-lembaga pendukung. Agribisnis tersebut merupakan salah satu bidang yang sangat penting bagi hajat hidup masyarakat dan memiliki potensi dijadikan sebagai penggerak utama ekonomi nasional. Usaha peternakan dan sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat desa (Sutawi, 2007).

Kambing diketahui sebagai salah satu ternak dengan tingkat permintaan yang tinggi selai ternak ruminansia lainnya seperti sapi, kerbau, dan domba. (Maesya dan Rusdiana 2018) menengaskan bahwa tingginya tingkat permintaan tersebut tidak terlepas dari fungsi ternak kambing itu sendiri. Ternak kambing berperan besar dalam pemenuhan pangan nasional sebagai sumber gizi seperti protein, lemak, vitamin, mineral, dan gizi-gizi lainnya. Kondisi tersebut menjadi salah satu pemicu tingginya permintaan akan daging dan susu kambing di Indonesia. Popularitas daging kambing sudah tidak diragukan lagi di Indonesia karena daging kambing dipercaya mempunyai khasiat yang lebih tinggi dibandingkan daging sapi dan daging

domba (Asnavy, M, 2017). Tingginya permintaan akan hasil-hasil ternak kambing mampu memberikan kontribusi yang tidak sedikit terhadap kehidupan peternak yang ada di Indonesia.

Usaha peternakan dapat dijalankan berbarengan dengan bisnis lainnya yang tetap memanfaatkan hasil dari peternakan. Dengan menerapkan konsep pertanian terpadu secara sederhana, usaha peternakan domba dan kambing bisa dipadukan dengan usaha pembuatan pupuk organik dari kotoran ternak dan menanam sayuran berbasis organik (Zulfanita, 2011). Dalam pertanian terpadu dikenal istilah *zero waste* atau tanpa menghasilkan limbah. Limbah pada umumnya merupakan hasil sampingan yang tidak dapat dimanfaatkan kembali. Namun, dalam pertanian terpadu, satu usaha dapat digabungkan dengan usaha lain sehingga limbah dari satu usaha bisa menjadi bahan baku bagi usaha lainnya (Budi dan Farm, 2011)

Tipe kambing yang banyak diternakkan di Indonesia adalah kambing pedaging dan kambing perah. Kambing perah jenis Etawa berpotensi untuk dikembangkan, penyebarannya cukup luas sampai ke beberapa negara yaitu India, Indonesia, Pakistan, Amerika Selatan, dan lain-lain (Devendra dan Burn, 1994). Kambing Etawa menyebar di beberapa negara dan banyak digunakan untuk memperbaiki kualitas kambing lokal, dengan cara mengawinkan kambing Etawa dengan kambing lokal seperti yang ada di Kaligesing. Kambing Etawa memiliki performa produksi dan reproduksi yang baik. Berbeda dengan sapi, yang memiliki empat puting dan satu ambing, kambing hanya memiliki dua puting dan dua ambing saja. Hasil perkawinan antara kambing Etawa dan kambing lokal menghasilkan kambing yang disebut Peranakan Etawa (PE), dengan karakteristik yang hampir sama dengan kambing Etawa, mengakibatkan sebagian besar masyarakat memelihara kambing hasil persilangan tersebut (Susilawati, T. 2008). Kambing PE dapat beradaptasi dengan baik terhadap kondisi alam Indonesia, mudah

dipelihara dan merupakan ternak jenis unggul penghasil daging serta susu. Produksi daging Kambing PE lebih tinggi dibanding kambing lokal (Dinas Peternakan dan Perikanan, 2011)

Permasalahan yang masih dihadapi oleh CV. Prima Breed yaitu masih tergolong rendahnya jumlah produktivitas usaha ternak kambing yang di sebabkan oleh masih kurangnya tenaga kerja serta terbatasnya jumlah pakan yang tersedia. Oleh karena itu, untuk mendukung produktifitas yang maksimal, berdaya saing dan menjaga keberlangsungan perusahaan dalam menjalankan usahanya diperlukan penyusunan rencana strategi usaha yang handal dan efektif untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah di tetapkan, sehingga dapat meningkatkan produktifitas usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed di Kelurahan Tondo, Palu

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi produktivitas usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed di Kelurahan Tondo Kota Palu.
2. Bagaimana pengembangan strategi dalam mendukung produktifitas usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed di Kelurahan Tondo Kota Palu.

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi produktifitas usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed di Kelurahan Tondo Kota Palu.
2. Menganalisis pengembangan strategi dalam mendukung produktifitas usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed di Kelurahan Tondo Kota Palu.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di CV. Prima Breed, Kelurahan Tondo Palu. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara

sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa CV. Prima Breed merupakan salah satu usaha dibidang peternakan Kambing yang ada di Kota Palu. Waktu pelaksanaan pada bulan Oktober sampai Desember 2019.

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sengaja (*Purposive*). Yang dilakukan dengan survey dan wawancara secara langsung (Gustina Siregar, 2012), jumlah responden yang akan diwawancarai adalah 5 responden yaitu dari segi internal 1 pemimpin dan 2 karyawan. Dan dari segi eksternal yaitu dari pedagang kambing di pasar hewan 1 responden, konsumen 1 responden. Dengan pertimbangan bahwa para responden sangat berkompeten untuk memeberikan informasi mengenai usahanya serta mengetahui kekuatan dan kelemahan dari perusahaan tersebut.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Semua data primer dikumpulkan dengan cara survei dan mewawancarai responden berdasarkan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait (Firdaus, 2020).

Analisis Data, Analisis data untuk tujuan pertama yaitu mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal CV. Prima Breed. Hal ini di analisis secara deskriptif kualitatif untuk menjelaskan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman). Tujuan kedua, yaitu menganalisis pengembangan strategi CV. Prima Breed dalam mendukung produktivitas usaha ternak kambing di analisis secara kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil CV. Prima Breed. Pada tahun 2013 awal lahan CV. Prima Breed ini di wilayah perumahan korea dengan luas 1,7 ha dengan 1 unit rumah, 1 unit kandang, lahan HPT seluas $\pm 20 \times 50$ m, dan 1 unit bak penampungan air. Lahan ini tukar guling

dengan Mr. Luchan Hai (Bangsa Korea) dan pada tahun 2014 lahan CV. Prima Breed berpindah ketempat yang sekarang dengan luas lahan 4,5 ha yang dipagar keliling dengan menggunakan pagar kawat duri yang dilapisi paranet dan sebagian telah dipagar gembok. Luas lahan yang ditanami hijauan pakan ternak (HPT) \pm 1 ha dan selebihnya digunakan sebagai padang penggembalaan. Lahan di CV. Prima Breed terdapat beberapa fasilitas yaitu 5 unit kandang yang terdiri atas 3 unit kandang kambing, 1 unit kandang domba, dan 1 unit kandang sapi, gudang pakan, green house, bak penampungan air, 2 unit rumah tinggal, 1 unit sarang wallet, 1 unit wc umum, 2 unit profil tank, 2 unit kolam ikan, 2 unit gazebo, dan 1 unit lapangan basket.

Umur. Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kerja dalam berusaha baik secara fisik, mental maupun dalam hal pengambilan keputusan.

Tingkat Pendidikan. Pendidikan terdiri atas pendidikan formal dan non-formal. Pendidikan formal adalah dari tingkat SD hingga tingkat perguruan tinggi, sedangkan pendidikan non-formal dapat ditinjau melalui pelatihan, penyuluhan, dan pengalaman dari berbagai pihak. Tingkat pendidikan sangat mempengaruhi seseorang dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Shally dkk, 2013). Tingkat pendidikan yang dimiliki responden dalam penelitian ini masih tergolong dalam pendidikan formal seperti Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Perguruan Tinggi. Pendidikan responden tergolong mampu dalam mengembangkan usahanya dengan melihat beberapa faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perusahaannya.

Pengalaman Kerja. Pengalaman kerja merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha, karena semakin lama pengalaman usaha seseorang maka semakin banyak pelajaran yang diperolehnya sehingga dapat memperkecil kegagalan yang bisa menghambat usahanya. Dengan pengalaman-pengalaman yang ada maka

pemimpin dan karyawannya dapat melakukan hal-hal yang lebih baik dari kesalahan sebelumnya didapatkan dan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan guna pengembangan strategi usahanya kedepan (Tiven, 2019).

Strategi Perusahaan Saat Ini. Strategi yang diterapkan oleh perusahaan CV. Prima Breed saat ini yaitu jangkauan pemasaran produk lebih luas tidak hanya dalam kota palu saja namun juga keluar daerah.

Faktor Lingkungan Internal. Analisis faktor internal pada strategi pengembangan usaha Ternak Kambing CV. Prima Breed diarahkan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan (*Strengths*) dan faktor kelemahan (*Weakness*) (Dedi, S. 2017).

Faktor Lingkungan Eksternal. Analisis faktor eksternal pada strategi pengembangan usaha Ternak Kambing CV. Prima Breed diarahkan untuk mengidentifikasi faktor peluang (*Opportunity*) dan faktor ancaman (*Threats*) (Dedi, S. 2017).

Berdasarkan hasil perkalian bobot x rating faktor lingkungan internal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed, yaitu total bobot x rating faktor kekuatan (*Strengths*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor kelemahan (*Weakness*) maka diperoleh nilai X sebagai sumbu horizontal yaitu $2,28 - 0,68 = 1,60$ maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,60.

Berdasarkan hasil perkalian bobot x rating faktor lingkungan eksternal untuk memperoleh letak kuadran dalam strategi pengembangan usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed, yaitu total bobot x rating faktor peluang (*Opportunity*) dikurangi dengan total bobot x rating faktor ancaman (*Threats*) maka diperoleh nilai Y sebagai sumbu vertikal yaitu $1,88 - 0,71 = 1,17$ maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 1,17.

Hasil kualitatif antara faktor internal dan faktor eksternal yang berada pada usaha ternak kambing CV. Prima Breed akan diformulasikan pada diagram SWOT agar

dapat diketahui letak kuadran CV. Prima Breed. Titik tersebut dapat dijadikan acuan dalam menentukan perumusan strategi dilihat dari sisi letak kuadrannya (Rangkuti, 2009).

Berdasarkan hasil pembobotan faktor internal dan eksternal dapat disimpulkan bahwa total skor yang diperoleh dan pengurangan total faktor kekuatan dan kelemahan sebagai sumbu X yaitu 1,60 sedangkan skor faktor eksternal yang merupakan hasil pengurangan dari faktor peluang dan ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar 1,17 dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan skoring faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat diketahui posisi kuadran usaha ternak kambing CV.

Prima Breed yang diformulasikan pada diagram SWOT pada Gambar 1.

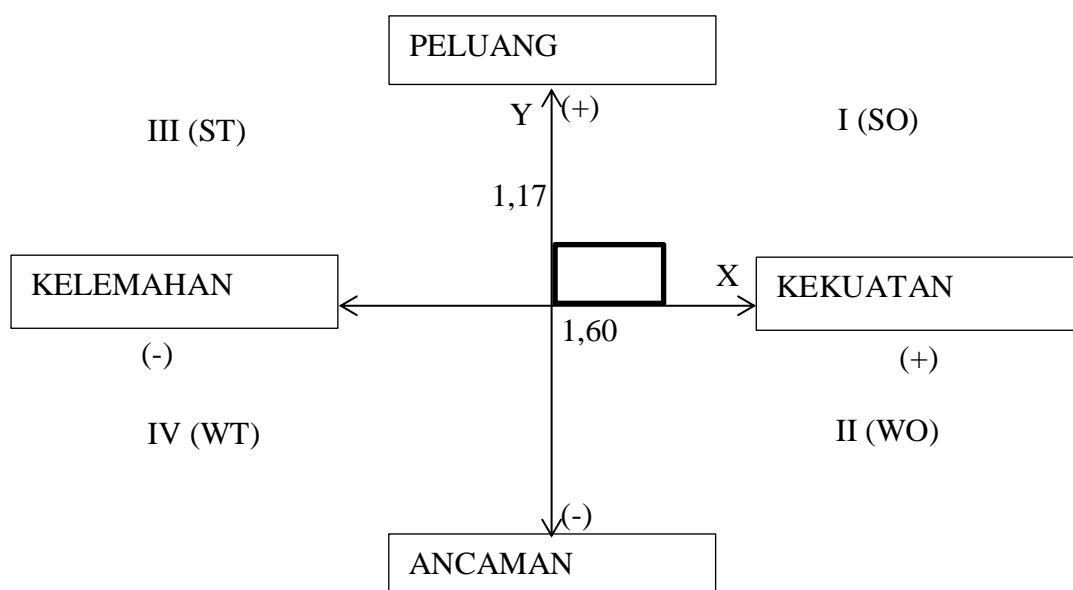
Berdasarkan diagram SWOT tersebut, posisi usaha untuk strategi pengembangan usaha ternak kambing CV. Prima Breed berada pada posisi kuadran I. Usaha ternak kambing CV. Prima Breed memiliki posisi yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan.

Penentuan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Kambing pada CV. Prima Breed. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal pada usaha ternak kambing CV. Prima Breed maka dapat digunakan pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi apa yang tepat digunakan agar usaha tersebut dapat berkembang lebih baik kedepannya.

Tabel 1. Hasil Skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Usaha Ternak Kambing CV. Prima Breed, 2019.

Kriteria	Koordinat	Keterangan
Faktor Internal		
Kekuatan	1,60	Sumbu X
Kelemahan		
Faktor Eksternal		
Peluang	1,17	Sumbu Y
Ancaman		

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019



Gambar 1. Diagram SWOT Usaha Ternak Kambing CV. Prima Breed 2019.

Tabel 2. Diagram Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha Ternak Kambing CV. Prima Breed, 2019

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Strenghts (S)</p> <p>Kekuatan :</p> <p>S1 Mudah memperoleh pakan</p> <p>S2 Lahan yang luas</p> <p>S3 Jangkauan pemasaran</p> <p>S4 Daging kambing sangat di sukai masyarakat</p> <p>S5 Ternak sehat dan berkualitas</p>	<p>Weakness (W)</p> <p>Kelemahan :</p> <p>W1 Tenaga kerja kurang</p> <p>W2 Sumber air sulit</p> <p>W3 Produksi rendah</p> <p>W4 Pemasaran belum melalui website</p> <p>W5 Kurangnya permintaan drastis di hari biasa</p>
<p>Opportunities (O)</p> <p>Peluang :</p> <p>O1 Pasar tersedia</p> <p>O2 Permintaan cenderung meningkat</p> <p>O3 Lokasi yang Srategis</p> <p>O4 Kotoran dapat dimanfaatkan untuk pupuk</p> <p>O5 Perkembangan teknologi</p>	<p>Strategi SO</p> <p>1. Memanfaatkan peluang pasar tersedia dan permintaan yang cenderung meningkat dengan cara mempertahankan ternak sehat dan berkualitas agar daging kambing tetap disukai masyarakat (S4, S5, O1, dan O2)</p> <p>2. Memanfaatkan perkembangan teknologi dan lokasi strategis untuk memperluas jangkauan pemasaran (S3, O3, dan O5)</p> <p>3. Memanfaatkan pupuk kandang sebagai pupuk alami yang digunakan untuk rumput pakan ternak agar kambing dengan pakan yang sehat akan menghasilkan kambing yang sehat pula. (S1, S5, dan O4)</p>	<p>Strategi WO</p> <p>1. Menambah tenaga kerja serta meningkatkan produksi yang rendah untuk memenuhi permintaan yang cenderung meningkat (W1, W3, dan O2)</p> <p>2. Menambah tenaga kerja serta melakukan pemasaran melalui online/internet dengan mengikuti perkembangan teknologi. (W1, W4, dan O5)</p>
<p>Treaths (T)</p> <p>Ancaman :</p> <p>T1 Ada musim dimana harga kambing turun drastis</p> <p>T2 Produksi pakan hijauan turun di musim kemarau</p> <p>T3 Virus yang menyerang secara mendadak</p> <p>T4 Persaingan harga dengan yang lebih murah</p> <p>T5 Tidak ada penetapan lahan dari pemerintah untuk peternakan</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Mempertahankan Jangkauan pemasaran serta Ternak sehat dan berkualitas untuk mengatasi ancaman persaingan harga serta virus yang menyerang secara mendadak. (S3, S5, T3, dan T4)</p> <p>2. Memanfaatkan lahan yang luas untuk mengatasi ancaman pakan hijauan yang sulit di dapatkan pada saat musim kemaraubdan sebagai lahan penggembalaan. (S2, T2, dan T5)</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Menambah tenaga kerja dan melakukan penjualan online atau melaljui website untuk menghindari ancaman datangnya penyakit pada kambing serta ancaman persaingan harga (W1, W4, T3, dan T4)</p> <p>2. Meningkatkan promosi untuk meminimalisir ancaman persaingan harga dengan yang lebih murah. (W3, W5, dan T4)</p>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Strategi S-O merupakan strategi yang dapat digunakan karena usaha memiliki kekuatan dari segi internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang dari segi eksternal seperti terlihat pada Tabel 2.

Berdasarkan diagram analisis dari SWOT posisi strategi pengembangan usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed berada pada kuadran I. maka strategi yang difokuskan bagi pengembangan usaha yaitu menggunakan strategi S-O yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal usaha untuk memanfaatkan peluang eksternal, sehingga strategi yang relevan untuk dilaksanakan bagi pengembangan usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed adalah :

1. Memanfaatkan peluang pasar tersedia dan permintaan yang cenderung meningkat dengan cara mempertahankan ternak sehat dan berkualitas agar daging kambing tetap disukai masyarakat. Hal ini dilakukan agar permintaan konsumen yang cenderung meningkat dapat terpenuhi
2. Memanfaatkan perkembangan teknologi dan lokasi strategis untuk memperluas jangkauan pemasaran. Hal ini dilakukan agar konsumen lebih mudah dalam proses jual beli dan lebih menarik banyak konsumen.
3. Memanfaatkan pupuk kandang sebagai pupuk alami yang digunakan untuk rumput pakan ternak agar kambing dengan pakan yang sehat akan menghasilkan kambing yang sehat pula. Hal ini dilakukan agar pakan untuk ternak adalah pakan yang sehat dan tidak terkontaminasi dengan bahan-bahan kimia, yang juga tidak merusak lahan atau tanah akibat pemakaian bahan kimia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis SWOT maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung pada responden dapat diidentifikasi beberapa faktor yang merupakan Kekuatan , Kelemahan, Peluang, dan Ancaman yang ada pada Usaha Ternak Kambing pada CV. Prima Breed.
2. Strategi pengembangan usaha ternak kambing pada CV. Prima Breed yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Strategi S-O). Posisi kuadran berada pada kuadran satu atau pada posisi terdiri dari tiga strategi yaitu memanfaatkan peluang dan mempertahankan kekuatan,

Saran

Adapun saran ataupun masukan yang peneliti sampaikan lewat tulisan ini, yaitu perusahaan ini kiranya tetap mempertahankan kekuatan internal yang dimiliki serta memanfaatkan peluang eksternal, karena hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini dapat dikembangkan dengan menerapkan strategi S-O.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnavy, M, 2017 *Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Kambing Etawa Farm Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar*, AGRISTA : Vol. 5 No.2 Juni 2017 : 1-11. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta
- Budi S.S dan MT Farm, 2011 *Beternak Domba dan Kambing*. PT. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Dedi, S. 2017 *Analisis perwilayahan dan strategi pengembangan peternakan kambing di kabupaten Lumajang*, Vol. 12, Nomor 2, Oktober 2017: 107-120. Fakultas Pertanian Universitas Jember, Jawa Timur.
- Dinas Peternakan dan Perikanan. 2011. Data Base Peternakan Kota Palu 2011/2012. Kota Palu : Dinas Peternakan dan Perikanan Kota Palu.
- Devendra dan Burn. 1994. *Produksi Kambing di daerah Tropis*. Terjemahan. Putra, I.D.K. H. Penerbit ITB. Bandung.
- Firdaus. 2020, *Strategi Pengembangan Usaha Ternak Kambing Potong Abu Aqiqah Di*

- Kecamatan Krueng Barona Jaya Kabupaten Aceh Besar*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Vol 5, Nomor 2, Mei 2020: 167-179. Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala.
- Gustina Siregar, 2012, *Analisis Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong*, Agrium, Oktober 2012 Vol 17 No 3: 192-201. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara.
- Maesya, A, dan Rusdiana, S, 2018. *Prospek Pengembangan Usaha Ternak Kambing dan Memacu Peningkatan dan Ekonomi Peternak*, Agriekonomika, Vol 7(2) 2018: 135-148. Fakultas MIPA Universitas Pakuan Bogor, Jawa Barat.
- N.C. Tiven, 2019. *Potensi Pengembangan Peternakan Kambing Di Kabupaten Kepulauan Aru Provinsi Maluku*, Triven/ Jurnal Ilmu Ternak Juni 2019, Vol 19(1) :10-19. Jurusan Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Pattimura, Maluku.
- Rangkuti F, 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sutawi. 2007. *Pengelolaan Usaha Perternakan*. Universitas Hassanudin. Makasar.
- Shally, A, Sanim, B, dan Maulana, A, 2013 *Strategi Pengembangan Usaha Sapi Potong (Studi Kasus Cv Mitra Tani Farm)* Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Susilawati, T. 2008. *Perbedaan produktivitas Kambing Peranakan Etawa (PE) Antara Perkawinan Alam dan Perkawinan Inseminasi Buatan (IB) Di Ampelgading Kabupaten Malang*. Skripsi. Fakultas Peternakan. Universitas Brawijaya, Malang.
- Zulfanita, 2011. *Kajian Analisis Usaha Ternak Kambing di Desa Lubangsampang Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo*, MEDIAGRO, Vol 7(2) Hal 61-68. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo, Jawa Tengah.