

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah dan Perkembangan Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

Kelompok Tani Ternak (KTT) Kuncen Farm berlokasi di Dukuh Kuncen, Kelurahan Bubakan Kecamatan Mijen Kota Semarang. KTT Kuncen Farm dikukuhkan pada tanggal 29 Januari 2014 dengan jumlah anggota awal sebanyak 15 orang. Pendirian KTT Kuncen Farm berawal dari saran inisiator peternak kambing anggota dari Gabungan Kelompok Tani Makmur Barokah yaitu Bapak Ahmad Zaidi, Bapak Pujo Hartono, Bapak Yuli Widarko, Bapak Paryanto dan Bapak Kholil dengan tujuan untuk mewujudkan kemandirian dan peningkatan kesejahteraan anggota peternak kambing di dukuh Kuncen.

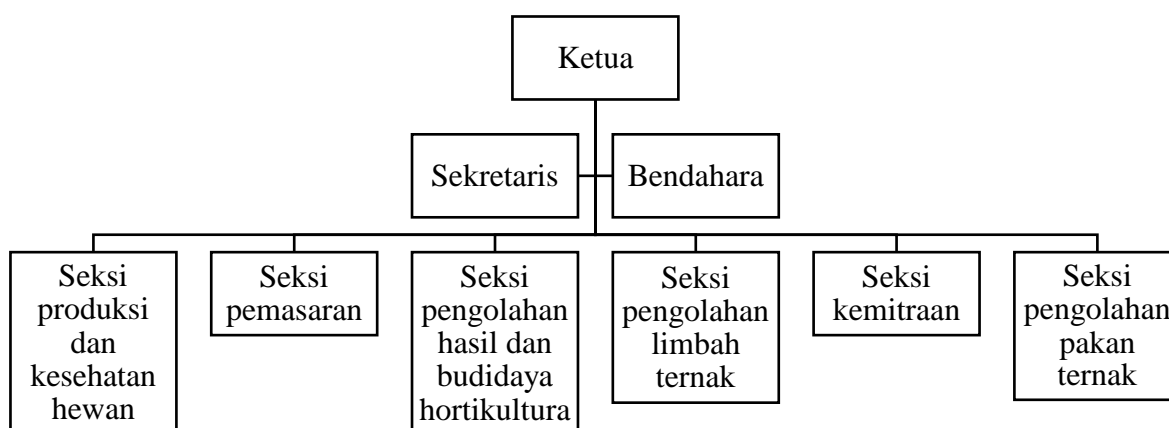
Kelompok tani ternak mengalami perkembangan dalam menjalankan usahanya dan pada 31 Januari 2014 mendapatkan SK Penetapan Kelompok Tani dari Lurah Bubakan dengan No: 001/KT-KF/I/2014. Jenis usaha yang dilakukan melalui kesepakatan mempertimbangkan kondisi monografi wilayah yaitu budidaya kambing Peranakan Etawa (PE), kambing jawarandhu dan domba. Kelurahan Bubakan memberikan dukungan dengan menyediakan lahan tanah milik pemerintah Kota Semarang (Lahan Bengkok) sebagai tempat pengembangan peternakan di Kelurahan Bubakan.

Kegiatan kelembagaan yang dilakukan Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm yaitu mengadakan pertemuan rutin selama satu bulan sekali pada Sabtu Pahing dimulai pukul 20.00 WIB bertempat di sekretariat KTT Kuncen Farm.

Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm saat ini telah berbadan hukum dengan SK Kemenkumham Nomor AHU-0004109.AH.01.07 Tahun 2015 yang disahkan pada tanggal 8 September 2015 dengan nama usaha Perkumpulan Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm.

4.2 Struktur organisasi Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

Struktur organisasi pada KTT Kuncen Farm merupakan struktur yang sederhana dan pembagian tugas dan tanggung jawab jelas. Bagian atas pada garis komando adalah Ketua KTT Kuncen Farm diikuti oleh satu orang sekretaris dan satu orang bendahara. Bagian selanjutnya yang berada dibawah sekretaris dan bendahara adalah seksi-seksi. Seksi-seksi tersebut memiliki posisi yang sejajar, diantaranya yaitu seksi produksi dan kesehatan hewan, seksi pemasaran, seksi pengolahan hasil dan budidaya hortikultura, seksi pengolahan limbah ternak, seksi kemitraan, seksi pengolahan pakan ternak selanjutnya diikuti anggota aktif. Berikut merupakan susunan kepengurusan dari KTT Kuncen Farm:



Ilustrasi 2. Struktur Organisasi

Pemilihan kepengurusan KTT Kuncen Farm dilakukan dengan sistem musyawarah mufakat dan merupakan kesepakatan yang dilakukan secara sukarela. Masing-masing pengurus memiliki tugas dan kewajibannya sesuai dengan posisi di kepengurusan KTT Kuncen Farm. Berikut merupakan pembagian tugas pada posisi tersebut:

1. Ketua

Fungsi manajemen Ketua KTT Kuncen Farm bertugas untuk mengkoordinasikan anggota, mengawasi bahwa pembagian tugas pada anggota dijalankan sepenuhnya dan berperan dalam proses pengambilan keputusan dalam setiap permasalahan yang dihadapi oleh kelompok. Tugas dan tanggung jawab ketua sesuai dengan fungsi pokok kepemimpinan menurut pendapat Rivai dan Mulyadi (2012) fungsi kepemimpinan diantaranya adalah fungsi intruksi yaitu ketua mengkomunikasikan tugas kepada anggota, fungsi konsultasi yaitu ketua berkomunikasi dengan anggota untuk penyelesaian masalah dan pengambilan keputusan, fungsi partisipasi yaitu ketua menempatkan diri sesuai dengan tugasnya, fungsi delegasi yaitu proses pelimpahan wewenang kepada seseorang dan fungsi pengendalian yaitu mengatur aktivitas kelompok sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Ketua KTT Kuncen Farm dipilih atas hasil dari keputusan bersama dan tidak terikat oleh waktu. Bapak Ahmad Zaidi merupakan Ketua KTT Kuncen Farm dari awal berdiri hingga saat ini.

2. Sekretaris

Sekretaris KTT Kuncen Farm bertugas untuk melakukan pencatatan administrasi kelompok, surat meyrurat dan pembuatan buku profil KTT Kuncen Farm. Tugas ini dilakukan agar memudahkan konsumen ataupun pihak luar untuk dapat mengenal KTT Kuncen Farm secara umum melalui buku profil tersebut. Tugas pokok sekretaris telah sesuai dengan fungsi sekretaris menurut Susilawati dan Soetjipta (2013) sekretaris memiliki tanggung jawab kepada ketua dan dapat mengakses informasi eksternal dan internal dalam kegiatan usaha.

3. Bendahara

Bendahara KTT Kuncen Farm memiliki wewenang dalam pengelolaan keuangan bagi KTT Kuncen Farm. Keuangan yang dikelola adalah modal saat ada kegiatan produksi bersama-sama misalnya untuk pembuatan produk pada keperluan pameran ataupun lomba. Bendahara KTT Kuncen Farm juga memiliki tugas untuk mencarikan dana ataupun pinjaman modal kepada bank, instansi dinas ataupun pihak lain.

4. Seksi-seksi KTT Kuncen Farm

Kepengurusan KTT Kuncen Farm tidak lepas dari pembagian tugas mengenai budidaya kambing. Seksi produksi dan kesehatan hewan memiliki wewenang dalam pengadaan obat secara swadaya oleh kelompok selain penyediaan obat/vaksin yang diperoleh dari dinas. Pertolongan pertama pada kasus penyakit dilakukan oleh seksi produksi dan kesehatan hewan sedangkan untuk kasus yang berat diserahkan kepada petugas dinas

pertanian atau dokter hewan yang berwenang. Penyediaan obat tersebut antara lain yaitu obat cacing, multivitamin, biosalamin, wormectin (obat scabies), calsidex (penambah kalsium) dan fastac insectisida (menjaga sanitasi kandang). Seksi pemasaran menangani pemasaran produk ternak, susu atau produk olahan lain bertugas untuk menjalin kerjasama dengan beberapa kelompok ternak dari wilayah lain dan mencari informasi mengenai konsumen ataupun distributor yang selanjutnya disampaikan kepada anggota KTT Kuncen Farm. Anggota memilih untuk selanjutnya apakah akan memasarkan produk mereka secara individu ataupun kelompok. Seksi pengolahan hasil dan budidaya hortikultura bertugas dalam mengembangkan usaha melalui produk hasil olahan diantaranya yaitu susu segar, yoghurt susu kambing, obat herbal, pupuk organik dan budidaya sayuran organik. Seksi pengolahan limbah ternak memiliki tugas untuk mengkoordinasikan pemanfaatan limbah ternak menjadi pupuk organik baik digunakan untuk menyuburkan lahan para anggota ataupun dijual kepada kelompok tani lain. Seksi kemitraan memiliki tugas untuk menjalin hubungan dengan usaha perseorangan ataupun kelompok usaha diantaranya yaitu pinjaman kredit usaha, penyedia pakan ternak, penyediaan bibit, penjualan produk susu, penjualan pupuk dan sayuran organik. KTT Kuncen Farm memiliki beberapa mitra diantaranya yaitu LKM Makmur Barokah, Bank Jateng KCP Boja, Kelompok Tani Makmur I, Kelompok Tani Sidomukti, Pemancingan Barokah dan Kelompok Tani Sahabat Berkah. Seksi pengolahan pakan ternak memiliki tugas untuk melakukan

pengolahan pakan selama seminggu sekali dan lebih difokuskan pada saat musim kemarau. Pakan ternak untuk kambing umumnya adalah hijauan dengan jenis rumput gajah yang ditanam pada lahan kurang lebih seluas 3000 m² dan tambahan pakan lain berupa ampas tahu, dedak serta konsentrat.

4.3 Identitas Responden

Responden penelitian berjumlah 21 responden terdiri anggota aktif KTT Kuncen Farm dan 18 diantaranya merupakan peternak yang memiliki kambing perah dalam masa laktasi. Karakteristik responden dalam penelitian dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, jumlah ternak dan produksi susu kambing.

4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden penelitian ini terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan distribusi sebagai berikut:

Tabel 8. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase ---%---
1	Laki-laki	20	95
2	Perempuan	1	5
	Total	21	100

Berdasarkan Tabel 8. dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki memiliki persentase sebesar 95% sebanyak 20 orang dan responden perempuan

memiliki persentase 5% sebanyak 1 orang. Responden laki-laki berjumlah lebih banyak sebesar 90% daripada responden perempuan.

4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden penelitian memiliki karakteristik pembagian usia berdasarkan asumsi produktivitas masyarakat dalam perekonomian yaitu: 1) umur muda : 17 – 35 tahun, 2) umur dewasa : 36 – 54, 3) umur tua : 55 keatas. Gambaran mengenai usia responden dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia

No	Usia ---Tahun---	Jumlah	Persentase ---%---
1	17 – 35 tahun	2	10
2	36 – 54 tahun	16	76
3	>54 tahun	3	14
Total		21	100

Usia responden penelitian berdasarkan Tabel 9. dapat dilihat bahwa jumlah responden didominasi oleh responden dengan rentang usia 35 – 54 tahun sebanyak 76% dengan jumlah 16 orang. Rentang usia lebih dari 54 tahun sebanyak 14% dengan jumlah 3 orang. Rentang usia 17 – 35 tahun sebanyak 10% dengan jumlah 2 orang. Berdasarkan angka tersebut dapat diketahui bahwa KTT Kuncen sebagian besar memiliki anggota dengan rentang usia 36 – 54 tahun dan usia tersebut dikatakan usia produktif masyarakat untuk melakukan suatu usaha. Menurut Undang-Undang Tenaga Kerja No 13 Tahun 2003 usia 15 sampai 64 tahun merupakan angkatan kerja atau penduduk usia produktif yang memiliki pekerjaan, sementara tidak bekerja maupun sedang aktif mencari kerja.

4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Responden penelitian memiliki karakteristik gambaran mengenai pendidikan berdasarkan jenis pendidikan terakhir yaitu SD, SMP, SMA, Diploma dan Sarjana dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Jenis Pendidikan	Jumlah	Persentase ---%---
1	SD/Sederajat	5	24
2	SMP/Sederajat	7	33
3	SMA/Sederajat	9	43
	Total	21	100

Pendidikan responden penelitian mengacu pada Tabel 10. dapat diketahui bahwa jumlah tingkat pendidikan terbanyak yaitu SMA/Sederajat dengan persentase 43% dan jumlah 9 orang. Pendidikan SMP/Sederajat sebesar 33% dengan jumlah 7 orang. Pendidikan SD/Sederajat sebesar 14% dengan jumlah 5 orang. Tingkat pendidikan memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang, tingkat pengetahuan dan pengalaman, serta kemauan untuk menerima teknologi. Berdasarkan angkat tersebut Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm memiliki anggota yang pernah mengenyam pendidikan minimal Sekolah Dasar dan mayoritas responden setidaknya mengerti cara membaca dan menulis.

4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Ternak

Karakteristik responden berdasarkan jumlah ternak didapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 11. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Ternak

No	Jumlah Ternak ---ekor---	Jumlah	Persentase ---%---
1	0 – 5	16	76
2	6 – 10	4	19
3	>10	1	5
Total		21	100

Populasi ternak responden penelitian digambarkan dengan rentang populasi ternak yaitu 0 – 5 ekor sebanyak 16 orang peternak, 6 – 10 ekor sebanyak 4 orang peternak dan diatas 10 ekor sebanyak 1 orang peternak. Peternak dengan jumlah populasi kambing perah terbanyak berjumlah 25 ekor sedangkan paling sedikit adalah 0 ekor. Peternak yang memiliki kambing perah sebanyak 0 ekor merupakan peternak yang menjual kambing perahnya dan masih terikat dengan keanggotaan KTT Kuncen Farm serta masih aktif dalam kegiatan rutin kelompok. Total populasi ternak kambing perah yang dimiliki peternak KTT Kuncen Farm sebanyak 101 ekor sehingga rata-rata ternak yang dimiliki oleh anggota sebanyak 5 ekor/peternak

4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produksi Susu Kambing/Bulan

Responden penelitan yang memiliki karakteristik berdasarkan produksi susu kambing dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Produksi Susu Kambing/Bulan

No	Produksi ---lt--	Jumlah	Persentase ---%---
1	0 – 50	7	33
2	51 – 100	8	38
3	>100	6	29
Total		21	100

Produksi susu kambing perah berdasarkan Tabel 12. diketahui bahwa responden dengan rentang produksi 0 – 50 lt/bulan sebanyak 7 orang peternak. Rentang produksi 51 – 100 lt/bulan sebanyak 8 orang dan rentang produksi lebih dari 100 lt/bulan sebanyak 6 orang peternak. Data produksi susu kambing tertinggi sebanyak 750 lt/bulan dihasilkan oleh peternak dengan 25 ekor kambing perah sedangkan produksi terendah 30 lt/bulan oleh peternak dengan 2 ekor kambing perah. Rata-rata produksi susu kambing anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm sebesar 119 lt/bulan.

4.4 Input

Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm menggunakan input dalam proses produksi berupa bahan baku, peralatan dan fasilitas penunjang lain. Bahan baku yang digunakan yaitu pakan, obat dan bibit kambing. Peralatan yang digunakan adalah kandang komunal, lahan dan sabit.

1. Pakan

Peternak KTT Kuncen Farm pada umumnya pemberian pakan untuk kambing diberikan sebanyak 2 kali sehari pada pagi dan sore. Pagi hari pakan yang diberikan adalah hijauan dan sore hari adalah hijauan atau ampas tahu. Pakan diberikan disesuaikan dengan berat kambing, hijauan diberikan sebanyak 10% dari berat badan kambing. Pakan lain yaitu ampas tahu yang dibeli di pedagang tahu di wilayah Desa Kuncen dengan harga Rp 15.000 per ember, satu kandang setidaknya diberikan satu sampai dua ember ampas tahu per hari.

2. Obat-obatan

Obat-obatan yang diberikan ke ternak sebagian besar merupakan bantuan dari Dinas Pertanian Kota Semarang, sehingga apabila ada kambing yang sakit maka peternak akan menghubungi dokter hewan yang berwenang. Kesehatan ternak dijaga dengan melakukan pemberian obat cacing setiap tiga bulan sekali pada musim kemarau dan dua bulan sekali pada musim penghujan sedangkan pemberian vitamin B kompleks setiap dua bulan sekali pada musim kemarau dan tiga bulan sekali pada musim penghujan. Pemberian obat cacing yang dilakukan oleh peternak tersebut sesuai dengan pendapat Fitriani *et al.* (2017) pencegahan penyakit kambing dapat dilakukan dengan cara vaksinasi teratur, menjaga kebersihan kandang dan memberikan obat cacing tiga kali dalam setahun. Menurut pendapat Arviansyah *et al.* (2015) menyatakan bahwa vitamin B kompleks merupakan obat yang sering digunakan oleh peternak kambing perah dikarenakan harga obat-obatan relatif cukup mahal

3. Bibit

Bibit kambing perah penyediaannya dihasilkan dari perkawinan antara pejantan Peranakan Etawa (PE) atau pejantan kambing saanen dengan induk kambing peranakan etawa atau kambing jawarandhu. Menurut Fitriani *et al.* (2017) menyatakan bahwa persilangan antara kambing bangsa PE dengan saanen lalu menghasilkan anak yaitu Saper, persilangan ini memiliki tujuan untuk menghasilkan produksi susu yang tinggi dengan kualitas susu yang baik. Kebutuhan bibit indukan di Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm dapat dicukupi dengan cara menjalin kerjasama dengan beberapa kelompok sentra kambing PE khususnya di

wilayah Kota Semarang yaitu Kelompok Tani Pangestu, Narayan Farm dan Kelompok Tani Bumi Hijau. KTT Kuncen Farm juga mendapatkan pelatihan oleh Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) Dinas Pertanian Kota Semarang mengenai cara memilih atau menyeleksi bakalan atau bibit kambing perah yang baik. Menurut Alfian (2018) menyatakan bahwa bakalan kambing perah dengan perkawinan jantan dan betina memiliki ratio 1:10 yang artinya 1 jantan dapat mengawini 10 ekor betina. Anggota kelompok yang hanya memiliki ternak kambing dengan kelamin betina dapat menitipkan indukan kepada anggota lain yang memiliki ternak jantan untuk melakukan proses perkawinan dikarenakan jantan unggul di kelompok ternak jumlahnya rendah. Ternak yang menghasilkan keturunan unggul dapat dijadikan indukan tetap untuk keperluan *breeding* sehingga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan anggota.

Tabel 13. Jumlah Total Kambing di Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

No	Kambing	Jumlah (ekor)	Satuan Ternak (ST)	Persentase
1	Jantan	3	0,42	2%
2	Betina			
	-tidak diperah	11	1,54	6%
	-Laktasi	101	14,14	59%
3	Cempe	55	3,85	32%
	Total	170	19,95	100%

Berdasarkan Tabel 13. didapatkan hasil bahwa kambing perah yang dimiliki oleh peternak sebesar 19,95 Satuan Ternak (ST). Populasi tersebut terdiri dari jumlah ternak kambing jantan sebesar 2%, jumlah ternak kambing betina tidak diperah 6%, kambing betina laktasi 59% dan cempe 32% dari total keseluruhan.

Nurhaeli *et al.* (2014) menyatakan bahwa semakin banyak jumlah ternak yang dipelihara maka semakin banyak penghasilan dan penerimaan.

4. Kandang

KTT Kuncen Farm menggunakan sistem pemeliharaan insentif di dalam kandang panggung dengan ketinggian 0,75 meter dari tanah. Menurut pendapat Alfian (2018) menyatakan bahwa tipe kandang panggung saling berhadapan memiliki keunggulan dalam hal lebih efisien dalam mengumpulkan pakan kambing dan kotoran kambing. Kandang komunal di KTT Kuncen Farm berjumlah 3 unit yang digunakan untuk penggemukan, pembibitan dan kandang kambing perah dengan luas kandang masing-masing 4 x 12 meter dan kandang pribadi milik beberapa peternak. Kapasitas kambing dengan luas 4 x 12 meter sebesar kurang lebih 42 ekor kambing. Jumlah kambing perah yang dimiliki oleh anggota KTT Kuncen Farm adalah 170 kambing sehingga membutuhkan setidaknya 7 unit kandang.

Letak kandang tersebut berjarak 20-30 meter dari pemukiman warga. Tujuan adanya jarak tersebut agar lingkungan pemukiman tidak terganggu dengan adanya aktivitas ternak sesuai dengan pendapat Fitriani *et al.* (2017) bahwa peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia tahun 2014 persyaratan tata letak kambing perah di samping atau belakang rumah peternak dengan jarak minimal 30 meter, berasa tempat kering, saat hujan tidak tergenang air, sirkulasi udara baik dan cukup sinar matahari pagi. Sumber air bagi kandang kambing bersumber dari sumur gali.

4.5 Investasi dan penyusutan

4.5.1 Investasi

Investasi KTT Kuncen Farm terdiri dari beberapa peralatan untuk kegiatan produksi susu kambing perah. Hasil perhitungan investasi pada Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Investasi Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

Jenis investasi	Nilai awal	Persentase
	----- Rp -----	---- % ----
Sepeda motor	7.000.000	25,68
Mesin pencacah rumput	2.500.000	9,17
Sabit	540.000	1,98
Ember	525.000	1,93
Sekop	1.106.000	4,06
Saringan	160.000	0,59
<i>Freezer</i>	2.200.000	8,07
Tangki <i>sprayer</i>	750.000	2,75
Kandang	12.257.471	45,77
Total investasi	27.257.471	100,00

Hasil investasi Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm pada Tabel 14. didapatkan bahwa total investasi yang dikeluarkan oleh Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm dalam melakukan produksi susu kambing yaitu sebesar Rp 27.257.471. Jenis investasi yang dicantumkan merupakan peralatan produksi susu kambing diantaranya yaitu sepeda motor, mesin pencacah rumput, sabut, ember, sekop, *freezer*, tangki *sprayer* dan kandang dimana peralatan tersebut dapat memberikan keuntungan di masa depan. Nisa (2017) berpendapat bahwa faktor-faktor investasi diharapkan oleh usaha untuk mampu memberikan keuntungan yang

memiliki nilai besar, maka dari itu perlunya dilakukan investasi harus dapat dipertimbangkan secara seksama supaya dapat menghindari resiko yang akan diterima suatu usaha.

Peralatan memiliki perbedaan umur mempengaruhi nilai ekonomis peralatan tersebut, dan peralatan investasi tersebut merupakan aset yang umumnya dapat digunakan lebih dari satu tahun. Investasi jangka pendek yang dimiliki oleh KTT Kuncen Farm diantaranya yaitu sabit, ember, sekop dan saringan. Investasi jangka menengah terdiri dari peralatan seperti sepeda motor, kandang, mesin pencacah rumput, *freezer* dan tangki *sprayer*. Pratomo dan Nugraha (2009) berpendapat bahwa investasi usaha berdasarkan jangka waktu dapat dibagi atas 3 jangka waktu, yang pertama yaitu investasi jangka pendek dengan penggunaan 1 tahun, kedua yaitu investasi jangka untuk menengah yaitu penggunaan peralatan diatas 3 tahun di bawah 6 tahun dan ketiga yaitu investasi jangka panjang dengan penggunaan diatas 6 tahun

4.5.2 Penyusutan

Penggunaan peralatan investasi oleh anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm dapat menyebabkan penyusutan nilai dari peralatan yang digunakan berdasarkan jangka waktu tertentu. Hasil perhitungan penyusutan peralatan investasi yang ada di Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Penyusutan Peralatan Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm/Tahun

Jenis investasi	Penyusutan	Persentase
	----- Rp -----	----- % -----
Sepeda motor	1.050.000	15,70
Mesin pencacah rumput	562.500	8,41
Sabit	486.000	7,26
Ember	472.500	7,06
Sekop	995.400	14,88
Saringan	144.400	2,15
<i>Freezer</i>	396.000	5,92
Tangki <i>sprayer</i>	337.500	5,05
Kandang	2.245.765	33,57
Total penyusutan	6.689.665	100,00

Hasil penyusutan Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm pada Tabel 15. diketahui bahwa beban penyusutan selama 1 tahun adalah Rp 6.689.665 jadi penyusutan peralatan selama 1 bulan adalah Rp 557.472. Penyusutan aset tetap tersebut terjadi karena pengalokasian harga perolehan aset tetap yang dibebankan di setiap periode akuntansi selama masa manfaatnya dipengaruhi beberapa kondisi. Nayla (2013) berpendapat bahwa kondisi terjadinya penyusutan aset tetap yaitu penggunaannya selama lebih dari 1 tahun periode akuntansi, digunakan untuk kegiatan produksi dan operasional dalam rangka mengambil keuntungan dan memberikan manfaat atau keuntungan dengan masa yang terbatas.

4.6 Biaya Produksi

Biaya produksi susu kambing perah Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm meliputi biaya yang memiliki sifat tetap dan biaya yang bersifat variabel. Carter dan Usrey (2006) menyatakan pendapat bahwa biaya tetap merupakan biaya yang

tidak dapat berubah apabila aktivitas produksi suatu usaha sedang meningkat ataupun menurun. Menurut Fahmi (2014) menyatakan bahwa biaya variabel merupakan biaya yang terus menerus dikeluarkan oleh suatu usaha untuk menjalankan aktivitas usaha. Diketahui biaya produksi Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm pada Tabel 16.

Tabel 16. Biaya Produksi Seluruh Anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm /bulan

Macam Biaya	Kuantitas	Harga satuan	Total Biaya
		---Rp---	---Rp---
a. Biaya Tetap			
Pajak lahan kandang	7		283.500
Pajak lahan			36.000
Penyusutan			557.472
Total Biaya Tetap/bulan			876.972
b. Biaya Variabel			
Tenaga kerja (HOK)	18	30.000	16.200.00
Ampas tahu (kg)	12,5	15.000	5.625.000
Obat			
- Obat kembung (buah)	18	15.000	270.000
- Obat cacing (buah)	18	8.000	144.000
Vitamin (buah)	18	145.000	2.610.000
Kemasan (unit)	2.145	500	1.072.000
Total Biaya Variabel/bulan			25.762.676
Total biaya produksi/bulan			26.639.649

Biaya produksi anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm pada Tabel 16. didapatkan hasil bahwa biaya produksi susu kambing di KTT Kuncen Farm terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Komponen biaya tetap terdiri dari pajak lahan kandang, pajak lahan rumah produksi dan penyusutan alat produksi. Pajak lahan kandang dihitung dari total 7 kandang kambing yang digunakan untuk budidaya ternak kambing yang sedang diperah dengan luas masing-masing kandang rata-rata 4 x 12 m dan dapat menampung 101 ekor kambing yang diperah dengan

perhitungan pajak yang dibayarkan sebesar Rp 283.500. Pajak lahan untuk bangunan seluas 30 m² dengan tanah seluas 42 m² memiliki perhitungan pajak yang harus dibayar sebesar Rp 36.000. Penyusutan peralatan pada KTT Kuncen Farm diperoleh hasil sebesar Rp 557.472. Mardjani *et al.* (2015) menyatakan bahwa setiap aset memiliki umur manfaat lebih dari satu tahun maka akan mengalami penyusutan. Usaha kecil tidak terlalu memperhitungkan penyusutan peralatan karena pada usaha berskala kecil apabila umur peralatan habis tidak dilakukan upaya penggantian peralatan jika peralatan masih memiliki kebermanfaatan sehingga umur aset tidak dapat diprediksi. Budiman *et al.* (2014) menyatakan bahwa penyusutan yang alokasi sistematis disusutkan dari sebuah aset selama umur manfaatnya.

Biaya variabel yang dikeluarkan oleh KTT Kuncen Farm terdiri atas upah tenaga kerja sebanyak 18 orang, biaya pakan ampas tahu untuk seluruh peternak sebesar 12,5 kg/hari, biaya obat yaitu obat cacing sebanyak 18 buah dan obat kembung sebanyak 18 buah, vitamin sebanyak 18 buah serta kemasan untuk 2.145 lt susu kambing. Firdaus *et al.* (2012) menyatakan bahwa klasifikasi biaya variabel berdasarkan objek pengeluaran diantaranya yaitu bahan baku dan perlengkapan, serta tenaga kerja tidak langsung yang terlibat langsung dalam proses produksi suatu produk. Upah tenaga kerja sekaligus menjadi biaya pakan rumput yang diambil gratis di perkebunan warga. Tenaga kerja memiliki unsur kegiatan produksi antara lain merumput, sanitasi kandang, pemerahan, pengolahan dan pengemasan. Upah tenaga kerja untuk proses produksi susu kambing perah pada anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm sebesar Rp. 30.000 / hari. Mulyadi (2005)

menyatakan bahwa pemberian biaya tenaga kerja dapat digolongkan berdasarkan dasar jenis pekerjaan yang ada pada setiap departemen, biaya tenaga kerja langsung akan dibebankan dalam unsur biaya produksi, dan *set up time* atau biaya yang dikeluarkan untuk memulai produksi di perusahaan. Obat cacing dan obat kembung dimiliki oleh setiap peternak yang diberikan ke ternaknya setiap 2 bulan sekali dan vitamin diberikan ke ternak setiap 3 bulan sekali.

4.7 Hasil Produksi

Hasil produksi anggota aktif KTT Kuncen Farm sebanyak 18 orang selama 1 bulan dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Hasil Produksi Seluruh Anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

Indikator	Jumlah	Rata-rata
Jumlah Kambing (ekor)	101	5
Produksi/Bulan (liter)	2.145	119
Penjualan (liter)	2.145	119

Peternak KTT Kuncen Farm selama 1 bulan memproduksi sebanyak 2.145 liter susu kambing. Produksi dijual dalam kemasan 1 liter susu murni ataupun jumlah lain berdasarkan permintaan konsumen. Penjualan susu kambing perah di KTT Kuncen Farm selama 1 bulan adalah 2.145 liter yang artinya seluruh produksi dapat terjual. Peternak KTT Kuncen Farm menjual produk secara langsung setelah dilakukan pemerahan. Pemasaran peternak dilakukan dengan cara menjual produk kepada pengepul susu kambing ataupun ke konsumen yang telah melakukan pemesanan.

Pengepul susu kambing merupakan salah satu anggota KTT Kuncen Farm yang telah memiliki mitra yaitu industri pengolahan susu kambing dan memiliki

konsumen tetap. Pengepul yang merupakan anggota kelompok membantu para peternak lain yang cakupan pasarnya masih sempit dan kesulitan dalam menemukan konsumen. Harga yang dipatok pengepul kepada peternak adalah Rp 13.000/lt sampai Rp 15.000/lt. Menurut Anoraga (2007) perekonomian sekarang ini produsen tidak langsung menjual hasil produksinya ke konsumen akan tetapi dalam mengembangkan pasar, produsen melalui perantara seperti pedagang besar, produsen pengolahan dan pengecer untuk memasarkan hasil produksinya.

4.8 Analisis Pendapatan

Pendapatan didapatkan dari selisih penerimaan dengan biaya produksi. Penerimaan diterima dari barang yang dihasilkan dengan harga yang ditawarkan. Kambing perah yang dimiliki anggota KTT Kuncen Farm sebanyak 101 ekor menghasilkan produksi susu kambing perah sebanyak 2.145 liter/bulan dan dijual dengan rata-rata harga jual sebesar Rp 15.571. Susu dijual menggunakan kemasan plastik berukuran 1 liter dengan pemasaran di wilayah Kota Semarang. Kelompok tani ternak memperoleh penerimaan dari penjualan susu kambing sebesar Rp 43.125.000. Hasil penerimaan tersebut dapat digunakan untuk analisis pendapatan.

Tabel 18. Pendapatan Anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

Unsur	Jumlah	Rata-rata
	---Rp---	---Rp---
Biaya produksi	26.639.649	1.479.980
Penerimaan	43.125.000	2.395.833
Pendapatan	16.485.351	915.853

Perhitungan pendapatan seluruh anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm didapatkan dari selisih antara biaya produksi sebesar Rp 26.639.649 dengan

penerimaan sebesar Rp 43.125.000 sehingga menghasilkan pendapatan sebesar Rp 16.485.351/bulan karena sebanyak 18 anggota yang memiliki kambing perah dalam masa laktasi sehingga pendapatan dibagi dengan 18 orang dan menghasilkan rata-rata pendapatan anggota sebesar Rp 915.853/bulan. Nilai output yang lebih besar dari nilai input menyebabkan kelompok tani ternak mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan.

Berdasarkan jumlah pendapatan tersebut maka dapat diperhitungkan bahwa setiap kambing yang diperah di KTT Kuncen Farm memberikan pendapatan sebesar Rp 163.222/ekor/bulan atau Rp 1.165/ST. Permasalahan kelompok tani ternak berkaitan dengan kondisi internal dan eksternal tentunya akan mempengaruhi produksi dan penjualan. Permasalahan tersebut sejalan dengan pendapatan/ekor kambing yang relatif rendah. Pohan (2016) menyatakan bahwa kambing perah dapat memberikan pendapatan rata-rata sebesar Rp 974.533/ekor.

Permasalahan yang paling berdampak pada pendapatan adalah karena konsumen yang mengkonsumsi susu kambing relatif rendah karena faktor harga susu kambing yang lebih mahal dari susu sapi. KTT Kuncen Farm belum mengencarkan promosi dengan memberikan informasi kepada konsumen mengenai manfaat susu kambing sehingga belum dapat meningkatkan penjualan dan menguatkan harga jual. Informasi pemasaran yang dimiliki oleh peternak sangat minim dan memilih untuk menjual produknya di pengepul sehingga harga jual yang dipatok rendah dan berdampak pada pendapatan yang rendah. Menurut pendapat Arviansyah *et al.* (2015) keuntungan akan didapat akan semakin besar apabila susu kambing yang diproduksi dapat terjual semua

4.9 Rasio Penerimaan atas Biaya (R/C ratio) Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

Analisis R/C ratio digunakan untuk mengetahui apakah suatu usaha memiliki efisiensi. Analisis R/C ratio menghitung perbandingan antara output terhadap nilai input pada suatu usaha. KTT Kuncen Farm periode 1 bulan dengan populasi ternak kambing perah sebanyak 101 ekor dan produksi susu sebanyak 2.145 lt. Total penerimaan sebesar Rp 43.125.000 dengan biaya produksi sebesar Rp 26.639.649 sehingga perhitungan R/C ratio didapatkan hasil sebesar 1,62.

Hasil perhitungan R/C ratio tersebut memiliki arti bahwa usaha yang dilakukan oleh Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm secara ekonomi memiliki keuntungan karena $R/C > 1$. Sulistyanto (2013) menyatakan bahwa kriteria kelayakan pada $R/C \text{ ratio} > 1$ maka usahatani layak untuk diusahakan dan menguntungkan dari aspek finansial. Perolehan nilai R/C ratio Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm mengindikasikan bahwa setiap Rp. 1000 biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan produksi akan memberikan penerimaan sebesar Rp 1.620.

4.10 Analisis Lingkungan Usaha

Analisis lingkungan usaha meliputi lingkungan internal dan eksternal. Menurut Musran (2010) kinerja sektor usaha kecil dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan eksternal diantaranya yaitu aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya dan ekonomi sedangkan faktor internal meliputi Sumber Daya Manusia (SDM), aspek keuangan, pemasaran dan teknik produksi. Berikut merupakan

analisis faktor lingkungan internal dan eksternal dari usaha kambing perah Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

4.10.1 Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal suatu usaha merupakan faktor yang mempengaruhi aktivitas usaha dan berasal dari usaha itu sendiri. Buchory dan Saladin (2010) menyatakan bahwa lingkungan internal dari suatu usaha merupakan keterkaitan secara langsung antara pelaku usaha dengan lingkungan yang memberikan pengaruh terhadap perusahaan. David (2011) menyatakan bahwa lingkungan internal perusahaan terdiri dari beberapa faktor meliputi manajemen usaha, pemasaran produk, keuangan perusahaan, sumber daya manusia dan produksi. Berikut merupakan analisis lingkungan internal KTT Kuncen Farm:

1. Manajemen

Manajemen dimaknai sebagai pihak-pihak didalam suatu usaha yang menerapkan fungsi dari perencanaan, pengorganisasian, motivasi, pembagian tugas dan pengendalian. Tujuan dan arah perencanaan yang dilakukan oleh KTT Kuncen Farm adalah mewujudkan kemandirian dan peningkatan kesejahteraan anggota peternak kambing di dukuh Kuncen. Kelurahan Bubakan Kecamatan Mijen terletak kurang lebih 28 km dari pusat Kota Semarang merupakan daerah pengembangan sabuk hijau di bidang pertanian oleh pemerintah Kota Semarang. Topografi perbukitan dengan ketinggian berkisar 200 – 300 meter diatas permukaan laut (mdpl) dan memiliki curah hujan rata-rata 1.900 mm/tahun dengan daerah dengan suhu minimum 24,5°C merupakan daerah yang cocok untuk bidang usaha

peternakan dan pertanian. Peternak-peternak di Dukuh Bubakan mulai muncul sejak tahun 2010. Potensi banyaknya peternak tersebut harus dijadikan satu wadah sehingga peternak dapat menggali potensinya untuk dapat mengembangkan usaha.

Pengorganisasian pada KTT Kuncen Farm dibentuk oleh inisiator pada saat awal mulai didirikan. Struktur organisasi Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm tergolong terorganisir. Pembagian tugas berdasarkan jabatannya meliputi pengawas, ketua, sekretaris I dan II, bendahara, seksi produksi dan kesehatan hewan, seksi pemasaran, seksi pengolahan hasil dan budidaya hortikultura, seksi pengolahan limbah ternak, seksi kemitraan, seksi pengolahan pakan ternak dan anggota. Ditinjau dari adanya pembagian tugas yang jelas maka struktur organisasi dari KTT Kuncen Farm tergolong organisasi formal. Menurut Winardi (2003) organisasi formal berorientasi pada tujuan untuk memberikan akomodasi kepada individu-individu didalamnya dan memiliki struktur yang dirumuskan dengan baik, menerangkan hubungan-hubungan dan otoritas, akuntabilitas dan tanggung jawab. Tugas-tugas telah dibagi secara spesifik namun jabatan tersebut bersifat fleksibel karena tidak adanya sanksi apabila masing-masing jabatan tidak menjalankan tugasnya. Sifat tersebut merupakan salah satu permasalahan dalam kelembagaan pertanian di Indonesia sesuai dengan pendapat Dimiyati (2007) bahwa kelembagaan petani memiliki peran dan fungsi sebagai wadah organisasi belum berjalan optimal. Berdasarkan uraian tersebut maka kelembagaan yang jelas merupakan salah satu faktor kekuatan dari KTT Kuncen Farm

2. Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh anggota KTT Kuncen Farm adalah sistem pemasaran secara individu. Pemasaran yang dilakukan tidak melibatkan peran kelompok tani ternak dalam beberapa tahun ke belakang, namun beberapa anggota masih menyetorkan hasil susunya kepada salah satu anggota yang memiliki agen dan mitra untuk penjualan produk. Bapak Yuli Widarko selaku anggota yang memiliki agen dan mitra menampung hasil susu dari sebagian besar anggota dengan harga beli sebesar Rp 13.000 – Rp 15.000. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Yuzaria dan Syafril (2011) bahwa distribusi susu kambing perah dalam pemasarannya belum terlalu luas, biasanya pemasaran susu dilakukan melalui pedagang / pengepul / pengecer dikarenakan masih sedikit masyarakat yang mengetahui mengenai informasi penjualan susu kambing perah sehingga terkadang susu yang diproduksi oleh peternak kambing perah tidak terjual atau dapat menumpuk di mesin pendingin masing-masing. Pemasaran yang dilakukan meliputi beberapa daerah diantaranya yaitu wilayah Kota Semarang, Kabupaten Semarang, Kabupaten Kendal dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pemasaran anggota KTT Farm dilakukan dengan melayani setiap konsumen yang melakukan pembelian di lokasi peternakan dan apabila terdapat pesanan dari instansi atau lembaga dalam jumlah besar. Produk susu dalam pemasarannya sebagian diolah menjadi yoghurt apabila adanya kelebihan hasil produksi. Berdasarkan uraian tersebut maka pemasaran yang dilakukan anggota secara individu tersebut di sisi lain memberikan kekuatan berupa pangsa pasar yang lebih luas karena tiap anggota memiliki cara dan strategi masing-masing untuk menjual

produknya dan membuat kelemahan bahwa tidak ada peran kelompok yang memudahkan anggota untuk mencari pasar.

3. Keuangan

Modal usaha yang dimiliki oleh KTT Kuncen Farm yaitu modal bersama dan modal pribadi. Modal awal pribadi dari masing-masing anggota kurang lebih Rp 35.000.000. Anggota KTT Kuncen Farm berani melakukan peminjaman modal untuk mengembangkan ternaknya, pada tahun 2014 sebanyak 12 anggota meminjam modal dari Bank Jateng KCP Boja dengan bentuk pinjaman yaitu Pinjaman Lunak Kredit Ketahanan Pangan dan Energi (KKPE) sebesar Rp 525.500.000. Menurut Sugiarto (2011) KKP-E merupakan kredit investasi atau modal kerja yang diberikan dengan rangka mendukung pelaksanaan program ketahanan pangan dan program pengembangan tanaman bahan baku bakar nabati. Tujuan dari KKPE adalah untuk 1) menyediakan kredit dengan suku bunga terjangkau 2) mengoptimalkan kredit yang tersedia untuk petani/peternak yang memerlukan pembiayaan usaha secara efektif 3) mendukung peningkatan ketahanan pangan nasional dan ketahanan energi. Anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm yang melakukan pinjaman tersebut membayarkan secara berangsur dan tenggat waktu pembayaran adalah tahun 2020. Sampai saat ini ada dua anggota yang telah lunas membayar kredit tersebut yaitu Bapak Ciptojo dan Bapak Tarno.

Pinjaman kredit untuk mengembangkan usaha di awal sudah dilakukan oleh peternak KTT Kuncen Farm namun untuk kontinuitas modal pengembangan usaha kurang maksimal dikarenakan pendapatan yang diperoleh relatif rendah sehingga

hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. kurangnya modal untuk mengembangkan modal merupakan kelemahan yang ada di KTT Kuncen Farm.

4. Produksi

Kegiatan produksi yang dilakukan oleh KTT Kuncen Farm diantaranya yaitu pembibitan (*breeding*), penggemukan (*fattening*), penjualan susu kambing merk KUFA. Luas lahan kandang yang dimiliki yaitu 2.550 m², luas lahan hijauan 5.000 m² dan lokasi usaha berada di Dukuh Kuncen RT 01, RT 02, RT 03, RT 04 / RW 03 Kelurahan Bubakan Kecamatan Mijen Kota Semarang.

Bibit ternak kambing didapatkan dari hasil perkawinan antara pejantan PE atau saanen dengan induk kambing PE atau jawarandhu. Kegiatan pemberian pakan dilakukan 3 kali sehari dengan hijauan 10% berat badan kambing dan konsentrat 2% dari berat badan kambing. Pemerahan pada kambing perah dilakukan satu kali sehari dan rata-rata anggota dapat pemerah sebanyak 3 – 20 Lt setiap hari. Hasil produksi susu kambing Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm dari 21 anggota aktif 18 diantaranya merupakan peternak yang memiliki kambing perah di masa laktasi dengan total jumlah kambing sebanyak 101 ekor dan menghasilkan total produksi susu sebanyak 2.145 lt/bulan. Produksi susu sangat dipengaruhi oleh kesehatan ternak. Ternak yang sehat akan memproduksi susu lebih tinggi dengan kualitas yang lebih baik. Kesehatan Ternak ditingkatkan dengan cara pencegahan penyakit. Pencegahan penyakit yang dilakukan oleh peternak yaitu dengan cara membersihkan kandang atau sanitasi 2 kali sehari, membersihkan lingkungan kandang 1 kali seminggu dan menyemprotkan desinfektan 2 minggu sekali. Angka kematian ternak di KTT Kuncen Farm relatif rendah kurang lebih adalah 5 ekor /

tahun. Penanganan ternak yang mati adalah dengan cara dikuburkan di tanah dengan kedalaman 1 meter dan di permukaan tanah ditaburkan kapur.

Limbah kotoran kambing ternak di KTT Kuncen Farm dimanfaatkan untuk memupuk lahan persawahan atau perkebunan milik anggota kelompok, sebagian lainnya diolah menjadi pupuk organik. Pupuk organik tersebut dapat dijual untuk keperluan pemupukan kepada Kelompok Tani Makmur I berlokasi di Kelurahan Sekaran Kecamatan Gunungpati Kota Semarang dan Kelompok Tani Lestarinda Kelurahan Jatisari Kecamatan Mijen dengan harga jual Rp 15.000 / karung.

Susu yang telah diperah lalu di saring untuk meminimalisir adanya kotoran pada susu. Produksi susu yang telah diperah oleh anggota langsung di masukkan ke dalam freezer kelompok ada pula yang memasukkannya di lemari pendingin pribadi. Anggota KTT Kuncen Farm sebagian besar menjual kepada anggota lain yang memiliki mitra susu tersendiri. Bapak Yuli Widarko yang berperan sebagai pengepul susu dari anggota dengan harga beli Rp 13.000 – Rp 15.000. Pengemasan yang dilakukan masih tergolong sederhana yaitu dikemas dengan kemasan plastik sebanyak 1 lt atau dengan botol sebanyak 250 ml dan diberi label dengan merk KUFA. Kemasan botol 250 ml belum memiliki informasi BPOM dan cap halal. Permasalahan untuk mengembangkan produk pada susu kambing perah Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm adalah tidak adanya izin edar dari pemerintah. Manfaat izin edar menurut Nurcahyo (2018) bahwa pentingnya izin edar akan memberikan manfaat kepada pelaku usaha yaitu 1) melegalkan produk pangan olahan 2) produk yang sudah legal akan mendapat kepercayaan dari konsumen 3) konsumen memperoleh informasi tentang produk dan konsumssen terhindar dari segala bentuk

kerugian. Pengemasan yang dilakukan dapat pula tergantung permintaan pelanggan, apabila membeli dalam jumlah yang besar maka pengemasan yang dilakukan menggunakan botol atau wadah khusus.

5. Sumber Daya Manusia

Anggota KTT Kuncen Farm merupakan peternak kambing perah yang bertempat tinggal di Kelurahan Bubakan. Anggota berasal dari tingkat pendidikan yang beragam meliputi SD, SMP dan SLTA. Pembagian kepengurusan kelompok ternak berdasarkan kemampuan dan pengalaman anggota. Anggota KTT Kuncen Farm memiliki keinginan belajar yang tinggi, dibuktikan dengan tingginya antusias dalam mengikuti setiap pelatihan yang diadakan oleh Dinas Pertanian Kota Semarang. Pelatihan tersebut diantaranya yaitu cara pengobatan ternak, cara pengolahan limbah, cara pengolahan produk dan lainnya. Keinginan belajar tersebut merupakan kekuatan sekaligus potensi yang dimiliki oleh KTT Kuncen Farm. Peran penyuluh dari dinas terbukti sangat strategis sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dengan *stakeholder* atau peternak. Menurut Zwane (2012) tenaga penyuluh berperan dalam peningkatan pengetahuan, diseminasi informasi, pemberdayaan kelompok petani/peternak. Anggota juga mau menggunakan peralatan atau teknologi yang berkaitan dengan produksi, anggota tidak memiliki rasa tertutup untuk menerima perubahan jaman sehingga dalam melakukan kegiatan beternak lebih memilih penggunaan teknologi tepat guna begitupun dalam memasarkan produknya yaitu menggunakan internet dan sosial media. Menurut Sugiarto (2019) peternak akan mengadopsi berbagai teknologi terbaru dan sistem usaha yang lebih efisien bergantung pada kualitas pendampingan

yang dilakukan oleh tenaga penyuluh. Berdasarkan uraian tersebut kekuatan di KTT Kuncen Farm adalah anggota yang memiliki keinginan belajar yang tinggi.

4.10.2 Analisis Lingkungan Eksternal

Tujuan dari analisis lingkungan eksternal yaitu untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kecenderungan berkaitan kejadian yang berada diluar kontrol usaha. Menurut Buchory dan Saladin (2010) lingkungan eksternal perusahaan/organisasi merupakan kekuatan-kekuatan yang timbul dan berada diluar jangkauan dan terlepas dari situasi operasional perusahaan. Analisis lingkungan eksternal ditentukan oleh beberapa faktor, menurut David (2011) faktor-faktor lingkungan eksternal yang berada di luar jangkauan perusahaan dapat menimbulkan peluang-peluang atau ancaman-ancaman pada perusahaan/usaha dibagi menjadi lima kategori besar yaitu kekuatan ekonomi, kekuatan sosial budaya dan demografi, kekuatan politik, pemerintah dan hukum, kekuatan teknologi dan kekuatan pesaing. Berikut merupakan analisis dari lingkungan eksternal dari KTT Kuncen Farm.

1. Lingkungan Ekonomi

Ukuran pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah biasanya dapat digambarkan menggunakan tingkat PDB (Pendapatan Domestik Bruto) yang dicapai oleh wilayah tersebut. Produk Domestik Bruto (PDB) suatu wilayah yang meningkat menunjukkan bahwa arus perekonomian wilayah tersebut relatif baik.

Kota Semarang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah dimana Kota Semarang menjadi pusat pemerintahan sekaligus pusat perdagangan dan bisnis. Kota Semarang memiliki kontribusi dalam perkembangan perekonomian nasional

dengan kegiatan utama ekonomi Kota Semarang terdapat pada sektor perdagangan dan perindustrian. Iklim bisnis yang kondusif memungkinkan Kota Semarang untuk mengalami pertumbuhan yang bertahap dan berkelanjutan. Pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun di Kota Semarang semakin meningkat cukup tinggi. Menurut data yang dirilis Badan Pusat Statistika (2020) perekonomian Kota Semarang tumbuh 6,86% dan tercatat mengalami penguatan dari pencapaian tahun 2018 yang sebesar 6,52%. Peningkatan ekonomi tersebut sejalan dengan meningkatnya jumlah migrasi penduduk dalam rangka mencari lapangan kerja di Kota Semarang sehingga angka pengangguran menurun dan meningkatnya pembangunan infrastruktur. Perekonomian yang tumbuh kondusif dapat diukur oleh tingkat PDRB (Pendapatan Domestik Regional Bruto) yang dicapai oleh Kota Semarang.

Produk Domestik Regional Bruto di Kota Semarang menurut lapangan usaha sektor pertanian, kehutanan dan pertambangan dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Data Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha Sektor Pertanian, Kehutanan dan Pertambangan Kota Semarang

Tahun	PDRB
	---Juta Rupiah---
2017	1.037.036,63
2018	1.068.074,36
2019	1.089.568,62

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020

Tabel 19. menunjukkan bahwa PDRB Kota Semarang pada lapangan usaha sektor pertanian, kehutanan dan pertambangan mengalami kenaikan setiap tahunnya. PDRB tersebut dapat digunakan untuk merefleksikan pendapatan perkapita. PDRB perkapita mengalami kenaikan karena jumlah penduduk di Kota Semarang juga semakin bertambah. Pendapatan PDRB perkapita yang meningkat

menunjukkan bahwa Kota Semarang memiliki tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Tingkat pendapatan atau PDRB perkapita akan mempengaruhi daya beli dalam suatu wilayah. Menurut Putong (2010) daya beli adalah kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang pada suatu pasar tertentu, pada suatu pendapatan tertentu dan pada periode tertentu. Daya beli masyarakat yang tinggi artinya sejalan dengan pendapatan perkapita yang besar sehingga pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut dikatakan baik. Berdasarkan uraian tersebut maka peluang bagi usaha KTT Kuncen Farm adalah daya beli masyarakat yang tinggi di Kota Semarang.

2. Lingkungan Sosial, Budaya dan Demografi

Lingkungan sosial, budaya dan demografi akan selalu berubah mengikuti perkembangan jaman. Perubahan tersebut berdampak pada terjadinya gejala perilaku di masyarakat dalam hal gaya hidup komunitas didalamnya. Perubahan tersebut pada dunia usaha ditandai dengan perubahan selera konsumen, hal tersebut dapat dijadikan peluang maupun penghalang bagi pengembangan suatu usaha.

Aspek sosial meliputi perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor antara lain kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dan konsumen. Perilaku masyarakat Indonesia khususnya dalam mempreferensikan produk susu kambing perah masih di lingkungan kelompok kecil. Masyarakat yang memiliki keinginan untuk mengonsumsi produk susu kambing perah adalah masyarakat yang sudah mengetahui informasi mengenai manfaat dari susu kambing berupa manfaat kesehatan. Manfaat kesehatan dari susu kambing adalah melancarkan pencernaan, menjaga kesehatan tulang, meningkatkan produksi ASI, mencegah

diabetes dan mengatasi gangguan pernapasan. Masyarakat yang sudah mengetahui informasi tersebut masih sedikit, dan faktor dari pemahaman informasi ini dipengaruhi oleh kelompok secara interaksi, keluarga secara pengaruh sebagai sumber keturunan, dan peran serta status sosial konsumen tersebut yang cenderung menginginkan yang produk dengan kualitas terbaik tanpa mempertimbangkan harga, sehingga suatu usaha harus menciptakan produk yang sesuai dengan *gaya/style* konsumen untuk dapat mengembangkan usahanya.

Aspek budaya merupakan susunan persepsi, nilai dasar dan perilaku yang dipelajari oleh suatu anggota di komunitas atau masyarakat. Menurut pendapat Suryani (2008) aspek budaya secara kompleks mencakup keyakinan, seni, hukum, pengetahuan, moral dan kebiasaan yang dikuasai oleh individu sebagai bagian dari masyarakat. Pola perilaku konsumen yang tercermin dari budaya di masyarakat berkaitan dengan produk susu kambing perah adalah anggapan masyarakat bahwa susu kambing masih terkesan eksklusif dari segi harga sehingga kebiasaan budaya mengkonsumsi susu kambing masih sangat rendah. Hal tersebut terbukti pada tingkat konsumsi susu sapi menurut Pusat Data dan Informasi Pertanian tahun 2018 sebesar 11,8 lt/kapita/tahun sedangkan pada konsumsi susu kambing sebesar 9,6 lt/kapita/tahun. Konsumsi susu kambing yang lebih rendah daripada susu sapi dimaknai bahwa masyarakat Indonesia belum memiliki budaya dalam mengkonsumsi susu kambing sehingga dapat menjadi ancaman bagi pelaku usaha susu kambing perah di KTT Kuncen Farm.

Aspek demografi meliputi perubahan kependudukan termasuk didalamnya adalah jumlah, persebaran dan komposisi penduduk. Menurut pendapat Yasin dan

Adioetomo (2010) bahwa demografi memberikan gambaran mengenai perilaku penduduk dengan komponen utama pertumbuhan penduduk yaitu mortalitas, fertilitas dan migrasi. Kota Semarang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah dengan jumlah penduduk yang tinggi. Menurut data yang dirilis oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Semarang pada Desember 2019 jumlah penduduk Kota Semarang dengan total jenis kelamin laki-laki sebanyak 825.964 jiwa dan jenis kelamin perempuan sebanyak 842.614 jiwa. Pertumbuhan jumlah penduduk yang tinggi dan arus urbanisasi yang besar memunculkan peluang konsumen-konsumen yang dapat dijangkau dan memperluas pangsa pasar produk susu kambing perah bagi Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm.

3. Lingkungan Politik, Pemerintah dan Hukum

Lingkungan politik, pemerintah dan hukum meliputi undang-undang, kebijakan pemerintah ataupun lembaga dan pihak yang menyusun strategi usaha. Dukungan pemerintah Kota Semarang dalam sektor pertanian komoditas peternakan di jalankan oleh Dinas Pertanian Kota Semarang. Dinas Pertanian Kota Semarang melalui Perubahan Kedua Rencana Strategis (P-RENSTRA) Dinas Pertanian Kota Semarang Tahun 2016-2021 memiliki program dan kegiatan operasionalisasi peningkatan produksi hasil peternakan dengan kegiatan antara lain penyuluhan kualitas gizi dan pakan ternak, peningkatan populasi ternak, peningkatan sarana dan prasarana produksi peternakan, pelayanan inseminasi buatan serta pemeriksaan Bahan Asal Hewan. Kebijakan pada peningkatan populasi ternak berupa memberikan subsidi bibit kambing kepada kelompok tani di Kota Semarang. Tahun 2018 pemberian bantuan bibit kambing untuk kelompok tani ternak di Kota

Semarang mencapai 40 ekor. Pemberian bibit kepada KTT Kuncen Farm sebanyak 5 ekor.

Kebijakan lain dari Dinas Pertanian Kota Semarang untuk peningkatan produksi hasil peternakan selanjutnya dalam peningkatan sarana dan prasarana produksi peternakan yang berdampak kepada Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm adalah pemberian subsidi kandang dan peralatan penunjang produksi. Kandang subsidi yang diberikan sejumlah 3 kandang komunal kelompok tipe kandang panggung dengan per kandang memiliki kurang lebih $4 \times 12 \text{ m}^2$. Lokasi kandang terletak di beberapa tempat di Desa Bubakan sehingga memudahkan anggota untuk menjangkau kandang. Kandang tersebut dibebaskan untuk dibudidayakan kambing kepada para anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Peralatan yang diberikan subsidi oleh Dinas Pertanian selanjutnya adalah fasilitas kendaraan bermotor roda dua berjumlah 1 unit, alat penggiling pupuk, mesin pencacah rumput dan peralatan produksi yang tersedia di rumah produksi di Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Kebijakan-kebijakan diatas merupakan kekuatan sekaligus peluang bagi Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm untuk dapat meningkatkan produktivitas karena adanya sarana dan prasarana yang cukup untuk dapat mengembangkan usaha.

4. Lingkungan Teknologi

Teknologi memiliki peran dalam peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha. Penggunaan teknologi yang tepat guna akan membantu dalam pengembangan suatu usaha pada bidang peternakan adanya penelitian terbaru sangat membantu pelaku usaha ternak di Indonesia. beberapa macam teknologi

pada bidang peternakan adalah teknik budidaya ternak, bibit unggul, vaksin, pakan dan peralatan lain.

Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm menerapkan teknologi dalam bidang usahanya dengan cara budidaya ternak secara intensif. Peternak di KTT Kuncen Farm memelihara ternak dengan menggunakan kandang panggung. Menurut Mulyono (2011) kandang panggung merupakan kandang yang dibawah lantai kandang terdapat kolong untuk menampung kotoran, adanya kolong tersebut untuk menghindari kebecakan, menghindari kontak dengan tanah yang memungkinkan mencemarkan penyakit dan ventilasi kandang lebih bagus. Kandang panggung anggota KTT Kuncen Farm bertipe komunal atau kandang diisi oleh beberapa kambing perah. Penerapan teknologi lain yaitu berupa pemberian vaksin untuk mencegah penyakit. Obat-obatan tersebut didapat dari dokter hewan petugas Dinas Pertanian dan ada yang dibuat sendiri oleh peternak. Peternak mampu membuat obat herbal sendiri diantaranya : obat cacing, obat gudik, obat mastitis, sakit mata dan pembasmi kutu.

Pengolahan susu peternak KTT Kuncen Farm menerapkan teknologi pengolahan makanan yaitu dengan cara menjadikan susu kambing pasteurisasi agar susu lebih tahan lama dan menambah nilai jual. Susu disimpan di mesin pendingin kelompok sehingga masa simpan lebih lama. Pemasaran yang dilakukan oleh peternak KTT Kuncen Farm pun telah mengadopsi teknologi media sosial untuk mempromosikan produknya. Media sosial yang digunakan adalah blog KTT Kuncen Farm, facebook ataupun aplikasi pesan *chatting* lainnya untuk berkomunikasi kepada pelanggan. Keterbukaan peternak KTT Kuncen Farm

terhadap perkembangan teknologi dapat dijadikan kekuatan maupun peluang untuk dapat mengembangkan usahanya

5. Kekuatan Pesaing

KTT Kuncen Farm merupakan kelompok tani di Kota Semarang yang mengusahakan ternak kambing perah, namun belum dapat diperkirakan mengenai masuknya pendatang baru di masa yang akan datang. Ancaman pendatang baru tergantung terhadap hambatan dalam memasuki industri peternakan di Kota Semarang berdasarkan skala ekonomi, modal, keunggulan harga dan akses distribusi, apabila harga susu yang ditawarkan oleh pendatang baru lebih murah daripada harga yang ditawarkan oleh peternak KTT Kuncen Farm maka akan menjadi ancaman bagi pengembangan usaha. Pendatang baru disisi lain akan menjadikan pertumbuhan populasi kambing perah dan produk susu kambing meningkat serta menarik minat masyarakat. Utomo (2010) berpendapat bahwa pendatang baru suatu industri akan menambah kapasitas baru, keinginan mendapatkan pangsa pasar dan sumber daya baru. Ancaman produk susu kambing yang lebih dirasakan oleh peternak kambing perah adalah ancaman produk substitusi. Produk substitusi adalah produk dengan fungsi yang sama dengan produk lainnya sehingga memungkinkan untuk digantikan. Produk substitusi dari susu kambing perah adalah susu sapi. Cyrilla *et al.* (2016) menyatakan bahwa susu sapi sampai saat ini masih digemari oleh masyarakat Indonesia terbukti tingkat konsumsi per orang sebesar 1,8 lt/minggu sedangkan untuk susu kambing sebesar 0,1-0,3 lt/minggu.

4.11 Identifikasi Faktor Lingkungan

Hasil identifikasi terhadap faktor lingkungan internal dan eksternal digunakan untuk menyusun matriks *Internal Factor Evaluation* dan *External Factor Evaluation*. Indikator faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa ancaman dan peluang didapatkan dari hasil *Forum Group Discussion* yang dilaksanakan pada Selasa 11 Februari 2020 bertempat di sekretariat kuncen farm dengan responden Dinas Pertanian Kota Semarang, Dinas Ketahanan Pangan Kota Semarang dan anggota KTT Kuncen Farm. Berikut merupakan hasil diskusi yang telah dilakukan:

4.11.1 Analisis Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Analisis faktor internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pada KTT Kuncen Farm. Faktor-faktor internal tersebut diantaranya:

- A. Adanya kelembagaan yang jelas : pembagian tugas dan wewenang sesuai dengan kemampuan dan keahlian masing-masing anggota.
- B. Pemasaran dilakukan secara individual : setiap anggota memiliki cara dan teknik pemasaran tersendiri sehingga konsumen yang dijangkau lebih luas sekaligus memperkenalkan Kelompok Tani Ternak kepada masyarakat luas.
- C. Pengolahan produk susu : susu diolah menjadi bermacam produk diantaranya yaitu yoghurt, susu pasteurisasi, sabun dan permen. Keterampilan anggota dalam melakukan pengolahan sangat tinggi namun terhambat pada pemasaran karena belum memiliki ijin

- D. Pakan melimpah : di Kelurahan Bubakan masih terdapat banyak lahan kosong yang ditumbuhi rumput sehingga anggota tidak memiliki kesulitan dalam menemukan sumber pakan ternak hijauan.
- E. Kemauan belajar anggota tinggi : anggota senantiasa memiliki rasa ingin tahu dan mau untuk belajar walaupun sebagian kecil memiliki keterbatasan dalam membaca dan menulis.
- F. Kurangnya partisipasi anggota kelompok : dalam beberapa acara atau program kelompok sering kali anggota tidak hadir dikarenakan berbagai keperluan individu, sehingga rasa memprioritaskan kepentingan kelompok masih rendah
- G. Tidak ada peran kelompok dalam pemasaran : walaupun beberapa anggota menjual hasil susu kepada Bapak Yuli sebagai pengepul, anggota lain yang ingin mendapatkan nilai jual yang tinggi masih relatif susah dalam menemukan pasar ataupun konsumen dan dalam hal itu tidak ada bantuan informasi dari kelompok untuk mengatasi pemasaran yang minim
- H. Pendapatan terbatas untuk modal pengembangan usaha: penjualan yang relatif rendah akan mengakibatkan pendapatan rendah sehingga modal untuk mengembangkan usaha terbatas karena pendapatan hanya dapat digunakan untuk keperluan sehari-hari. Anggota KTT sebagian besar sudah memiliki keberanian untuk meminjam kredit modal untuk mengembangkan ternaknya namun pengembangan tersebut berfokus pada kambing potong karena peluang kembali modal lebih besar daripada pengembangan kambing perah

- I. Indukan kambing relatif sedikit : menyebabkan produksi rendah. Perkawinan kambing dan masa bunting membutuhkan banyak waktu sehingga peternak menerapkan sistem pemerahan berganti yaitu membentuk dua kelompok kambing untuk dikawinkan bergantian, apabila kelompok satu sedang di perah maka kelompok yang lain dipersiapkan untuk kawin dan bunting.
- J. Hanya pekerjaan sampingan : budidaya kambing perah merupakan pekerjaan sampingan bagi anggota. Sebagian besar anggota berprofesi di luar sektor peternakan dan lebih memfokuskan pada penggemukan kambing potong.

Tabel 20. Identifikasi Faktor Internal Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

No	Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
1	Manajemen	Kelembagaan anggota jelas	
2	Pemasaran	Pemasaran secara individual dan pengolahan produk susu	Tidak ada peran kelompok dalam pemasaran
3	Keuangan		Pendapatan terbatas untuk modal pengembangan usaha
4	Produksi	Pakan melimpah	Indukan kambing relatif sedikit
5	Sumber Daya Manusia	Kemauan belajar tinggi	Kurangnya partisipasi anggota Hanya pekerjaan sampingan

4.11.2 Analisis Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Analisis faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman pada KTT Kuncen Farm. Faktor-faktor eksternal tersebut diantaranya:

- A. Daya beli masyarakat tinggi : semakin tinggi daya beli masyarakat maka akan semakin tinggi konsumsi yang dilakukan terutama dalam hal pangan
- B. Manfaat susu untuk kesehatan : susu kambing memiliki manfaat kesehatan sehingga konsumen mencari susu kambing untuk pemenuhan gizi ataupun pengobatan
- C. Kota Semarang merupakan ibu kota provinsi : pertumbuhan penduduk di Kota Semarang relatif tinggi sehingga peluang konsumen yang bisa didapatkan oleh kelompok tani ternak tinggi
- D. Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm belum memiliki pesaing: di Kota Semarang hanya Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm yang mengusahakan ternak kambing perah sehingga untuk persaingan produk sejenis di Kota Semarang masih minim
- E. Pengolahan produk limbah kambing yang bernilai jual : selain dimanfaatkan susunya, kotoran kambing perah dapat bermanfaat sebagai pupuk ataupun biogas yang bernilai jual
- F. Harga susu kambing mahal : dapat diketahui bahwa susu kambing murni memiliki harga yang relatif mahal dengan kisaran harga Rp 20.000 – Rp 30.000 / lt berbeda dengan susu sapi yang memiliki harga Rp 7.000 – Rp 10.000 / lt, perbedaan harga tersebut membuat produk susu kambing masih terkesan eksklusif bagi sebagian besar masyarakat.

- G. Susu kambing memiliki rasa yang asing : konsumsi susu kambing di masyarakat cenderung minim disebabkan pula karena adanya stigma susu kambing memiliki bau yang kuat sehingga kurang diminati oleh masyarakat luas
- H. Lahan peternakan mengalami alih fungsi : ancaman lahan yang semakin minim kedepannya akan mengganggu perolehan pakan peternak
- I. Produk kurang menarik : baik kemasan ataupun inovasi produk yang ditawarkan oleh Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm masih tergolong sederhana dan kurang menarik
- J. Penyerapan produk di pasar rendah : penyerapan produk susu kurang di pasaran karena daya simpan yang pendek dan produksi masih rendah

Tabel 21. Identifikasi Faktor Eksternal Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

No	Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
1	Ekonomi	Daya beli masyarakat tinggi	Penyerapan produk dipasar rendah
2	Sosial, budaya dan demografi	Manfaat susu untuk kesehatan	Susu kambing memiliki rasa yang asing
3	Politik, hukum dan pemerintahan	Kota semarang merupakan ibu kota provinsi	Lahan peternakan mengalami alih fungsi
4	Teknologi	Pengolahan produk limbah kambing senilai jual	
5	Ancaman pesaing	KTT Kuncen Farm belum memiliki pesaing	Produk kurang menarik dan harga susu kambing relatif mahal

4.12 Tahap Masukan (*Input Stage*)

Tahap ini meliputi analisis penilaian bobot strategis internal dan eksternal serta analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Tahap ini menentukan bobot dan ranking dari masing-masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Hasil penilaian terhadap bobot dan rating lalu dianalisis sebagai berikut:

4.12.1 Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Identifikasi faktor internal didapatkan melalui pemberian kuesioner kepada responden meliputi 2 perwakilan Dinas Pertanian Kota Semarang, 2 perwakilan Dinas Ketahanan Pangan Kota Semarang dan 21 anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Hasil tersebut dirata-ratakan kemudian diperoleh hasil seperti pada Tabel 22.

Tabel 22. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Strategis Internal	Bobot Rata-rata	Rating Rata-rata	Skor
Kekuatan (<i>Strenght</i>)			
A. Kelembagaan yang jelas	0,105	3,60	0,377
B. Pemasaran individual	0,097	3,28	0,317
C. Pengolahan produk susu	0,111	3,52	0,389
D. Pakan melimpah	0,089	3,92	0,350
E. Kemauan Belajar anggota tinggi	0,092	3,72	0,341
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
F. Kurangnya partisipasi anggota	0,105	1,48	0,156
G. Tidak ada peran kelompok dalam pemasaran	0,096	1,32	0,127
H. Pendapatan terbatas untuk modal pengembangan usaha	0,105	1,76	0,185
I. Indukan kambing relatif sedikit	0,104	1,64	0,171
J. Hanya pekerjaan sampingan	0,096	1,56	0,150
Total	1,00		2,563

Hasil Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) pada Tabel 22. dapat diketahui bahwa analisis matriks IFE menghasilkan total nilai skor tertimbang sebesar 2,563. Bobot diperoleh dari rata-rata matriks perbandingan berpasangan faktor internal. Total nilai tertimbang termasuk pada kategori rata-rata dan diartikan bahwa KTT Kuncen Farm memiliki respon yang standar atau rata-rata dalam mengambil keuntungan dari kekuatan dan meminimalkan kelemahan. Yuananda (2013) menyatakan bahwa nilai total pada tabel IFE sebesar 1,00 – 1,99 merupakan posisi internal yang lemah, nilai total 2,00 – 2,99 merupakan posisi pertimbangan rata-rata dan nilai total 3,00 – 4,00 adalah posisi kuat. Kekuatan utama dalam lingkungan internal KTT Kuncen Farm ditunjukkan oleh nilai tertimbang tertinggi diantara faktor lainnya yaitu pengolahan produk susu dengan nilai tertimbang sebesar 0,389. Kelemahan utama ditunjukkan oleh nilai tertimbang terendah diantara faktor lainnya yaitu tidak ada peran kelompok dalam pemasaran dengan nilai sebesar 0,127.

4.12.2 Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Identifikasi faktor eksternal didapatkan melalui pemberian kuesioner kepada responden meliputi 2 perwakilan Dinas Pertanian Kota Semarang, 2 perwakilan Dinas Ketahanan Pangan Kota Semarang dan 20 anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot Rata-rata	Rating Rata-rata	Score
<i>Peluang (Opportunity)</i>			
A. Daya beli masyarakat tinggi	0,11	2,60	0,289
B. Manfaat susu untuk kesehatan	0,10	2,44	0,234
C. Kota Semarang merupakan ibu kota provinsi	0,10	2,36	0,236
D. Belum ada pesaing	0,10	2,56	0,267
E. Pengolahan limbah kambing bernilai jual	0,08	2,64	0,223
<i>Ancaman (Threats)</i>			
F. Harga susu kambing mahal	0,11	2,12	0,239
G. Rasa susu kambing asing	0,11	2,08	0,230
H. Alih fungsi lahan peternakan	0,09	2,44	0,221
I. Produk kurang menarik	0,09	2,40	0,206
J. Penyerapan produk di pasar rendah	0,10	1,96	0,206
Total	1,00		2,350

Hasil Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) pada Tabel 23. dapat diketahui bahwa total nilai skor tertimbang yang dihasilkan sebesar 2,350. Bobot diperoleh dari rata-rata matriks perbandingan berpasangan faktor eksternal. Total nilai tertimbang termasuk pada kategori rata-rata dan diartikan bahwa KTT Kuncen Farm memiliki respon yang standar atau rata-rata dalam memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Peluang utama yang paling berpengaruh dalam lingkungan eksternal KTT Kuncen Farm ditunjukkan oleh nilai tertimbang tertinggi diantara faktor lainnya yaitu daya beli masyarakat yang tinggi dengan nilai tertimbang sebesar 0,289. Peluang utama dengan nilai tertimbang terbesar kedua adalah belum ada pesaing dengan nilai sebesar 0,267. Ancaman utama ditunjukkan oleh nilai tertimbang terendah diantara faktor lainnya yaitu penyerapan produk di pasar rendah dan produk kurang menarik dengan nilai sama besar 0,206.

4.13 Tahap pencocokan

Tahap pencocokan merupakan tahap kedua dalam proses perumusan strategi yang digunakan untuk memadukan kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman yang ada pada KTT Kuncen Farm. Alat analisis berupa matriks IE (*Internal-External*) dan matriks SWOT (*Strengths-Weakness-Opportunities-Thearts*). Berikut merupakan hasil analisis dari tahapan pencocokan:

4.13.1 Analisis Matriks IE (*Internal – External*)

Matriks IE (*Internal – External*) dalam analisisnya dilakukan dengan cara memasukkan nilai tertimbang yang didapatkan dari hasil matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) yang sudah dianalisis sebelumnya dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana posisi strategis pengembangan usaha Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Daerah sumbu X merupakan total nilai tertimbang dari matriks IFE yaitu didapatkan dari hasil sebesar 2,563 dan sumbu Y merupakan total nilai tertimbang yang didapatkan dari analisis matriks EFE sebesar 2,350. Hasil analisis matriks IE (*Internal – External*) dapat dilihat pada Tabel 24.

Tabel 24. Matriks IE Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

		Total Nilai Tertimbang IFE		
		Kuat 3,0 – 4,0	Sedang 2,0 – 2,9	Lemah 1,0 – 1,99
Total Nilai Tertimbang EFE	Tinggi 3,0 – 4,0	I	II	III
	Rata-rata 2,0 – 2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,0 – 1,99	VII	VIII	IX

Hasil matriks IE KTT Kuncen Farm memiliki posisi pada daerah V. Posisi yang tergambar tersebut memiliki makna bahwa posisi usaha KTT Kuncen Farm berada pada posisi bertahan dan terpelihara (*hold and maintain*). Posisi bertahan menggambarkan bahwa Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm memiliki potensi pengembangan usaha dan produknya sudah menjangkau masyarakat.. Cara dalam menghadapi posisi usaha pada daerah V adalah dengan menambah jangkauan penjualan produk dan memberikan promosi lebih untuk masyarakat agar semakin dikenal luas. Hal ini sesuai dengan pendapat Adrian *et al.* (2017) bahwa posisi sel V pada matriks IE menunjukkan bahwa posisi bertahan dan pencapaian dalam suatu usaha dimaknai dengan perumusan strategi yang tepat, sehingga strategi yang tepat untuk dilakukan oleh suatu usaha adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk merupakan strategi insentif yang akan diterapkan oleh KTT Kuncen Farm. Menurut David (2011) yang dilakukan dengan merumuskan strategi penetrasi pasar adalah melakukan upaya pemasaran yang lebih besar dengan tujuan untuk meningkatkan pangsa pasar pada produk dan jasa.

Program yang dapat dilakukan apabila menentukan strategi penetrasi pasar antara lain yaitu tenaga kerja yang dimiliki mulai ditambah, pengeluaran untuk iklan produk, memberikan penawaran produk dengan cara meningkatkan promosi yang lebih ekstensif. Strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara perbaikan produk ditingkatkan dan modifikasi produk atau jasa. Berdasarkan hasil alternatif strategi tersebut maka harus dirumuskan strategi pengembangan usaha kambing perah KTT Kuncen Farm untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha dengan mengadaptasi prinsip (1) penetrasi pasar / promosi produk dan (2) memperbaiki kualitas produk terutama dalam pengemasan.

4.13.2 Matriks SWOT

Analisis matriks SWOT digunakan dengan mengkombinasikan faktor-faktor internal dan eksternal KTT Kuncen Farm untuk merumuskan strategi pengembangan usaha susu kambing perah. Perumusan strategi berdasarkan pengembangan 4 strategi yaitu *Strenght – Opportunity* (S - O), *Weakness – Opportunity* (W – O), *Strenght - Threats* (S – T) dan *Weakness – Threats* (W – T). Analisis strategi difokuskan pada strategi intensif yang hasil dari matriks IE yaitu strategi penetrasi pasar atau mempromosikan produk dan pengembangan produk. Alternatif strategi KTT Kuncen Farm dapat dilihat di Tabel 25.

Tabel 25. Matriks SWOT

	<i>Strenght (kekuatan)</i>	<i>Weakness (kelemahan)</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelembagaan jelas 2. Pemasaran individual 3. Pengolahan produk susu 4. Pakan melimpah 5. Kemauan belajar tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada peran kelompok dalam pemasaran 2. Pendapatan terbatas untuk modal pengembangan usaha 3. Produksi rendah 4. Kurang partisipasi anggota 5. Hanya pekerjaan sampingan
<i>Opportunity (peluang)</i>	Strategi S-O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya beli masyarakat tinggi 2. Manfaat kesehatan susu kambing 3. Ibu kota provinsi 4. Belum ada pesaing 5. Pengolahan limbah kambing bernilai jual 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan produk menjadi produk sekunder (S3, S5, O4, O5) 2. Menginformasikan kepada masyarakat manfaat susu kambing secara kelompok (S1, S2, O1, O2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan rumah produksi untuk mengolah produk susu secara rutin sebagai kegiatan kelompok (W1, O5) 2. Menghimpun modal kelompok untuk produksi dan memasarkan secara kelompok (W2, W3, W4, W5, O1, O2, O3, O4)
<i>Threats (ancaman)</i>	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. harga susu kambing mahal 2. Rasa susu asing 3. Alih fungsi lahan 4. Produk kurang menarik 5. Penyerapan produk di pasar rendah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penanaman pakan sendiri di lahan kosong (T1, T2, S4, O1) 2. Meningkatkan kualitas pengemasan (T2, T4, S5, S3, O2, T5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menampung produksi anggota (W1, W2, T5) 2. Meningkatkan kemitraan dengan agen ataupun pemasok dan menjalin hubungan dengan dinas (T4, T2, T1, W3, W4, W5)

Strategi S-O

Strategi S-O adalah strategi yang memanfaatkan peluang dengan menggunakan kekuatan yang terdapat pada KTT Kuncen Farm, terdapat dua strategi yang dirumuskan yaitu:

1. Mengembangkan produk menjadi produk sekunder

Berdasarkan kekuatan KTT Kuncen Farm meliputi kemampuan anggota untuk mengolah produk susu dan anggota memiliki kemauan belajar yang tinggi maka dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang usaha bahwa KTT Kuncen Farm belum memiliki pesaing dan peluang bahwa limbah kambing juga bernilai jual. Alternatif strategi yang digunakan sebagai acuan yaitu pengembangan produk.

Peternak di KTT Kuncen Farm apabila mengalami kondisi kelebihan produksi susu maka peternak cenderung menyimpan susu kambing di dalam lemari pendingin, padahal peternak memiliki keahlian dalam mengolah susu kambing yaitu menjadi yoghurt dan sabun. Pembuatan yoghurt dan sabun biasanya dibuat oleh istri dari peternak anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Selanjutnya dengan kekuatan bahwa anggota KTT Kuncen Farm memiliki rasa kemauan belajar yang tinggi maka pelatihan pengolahan produk jenis lain harus dilakukan sehingga pengetahuan pengolahan produk peternak semakin meningkat.

Pembuatan yoghurt dan sabun dapat menyerap produksi dan memberikan nilai tambah kepada peternak. Produk olahan tersebut kemudian dikemas dengan kemasan yang menarik serta mendaftarkan

produk ke Dinas Perdagangan agar memiliki ijin usaha yang legal, memiliki ijin edar, BPOM dan cap halal sehingga dapat membuat konsumen tertarik pada produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain mengolah produk susu, KTT Kuncen Farm juga melakukan pengolahan produk dari limbah kotoran kambing seperti pupuk kompos untuk memberikan pendapatan yang lebih tinggi. Peluang belum adanya pesaing KTT Kuncen Farm di Kota Semarang dapat digunakan sebagai pemacu semangat dan motivasi KTT Kuncen Farm untuk memberikan inovasi terdepan dan yang terbaik dalam produk susu kambing.

2. Menginformasikan manfaat susu kambing secara berkelompok kepada masyarakat luas

Berdasarkan kekuatan yang dimiliki oleh KTT Kuncen Farm meliputi KTT Kuncen Farm memiliki kelembagaan yang jelas, anggota melakukan pemasaran secara individual dan pakan kambing yang sangat melimpah maka dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang usaha meliputi Kota Semarang merupakan Ibu Kota Provinsi dengan tingkat daya beli masyarakat yang tinggi, susu kambing memiliki manfaat kesehatan dan Kota Semarang merupakan Ibu Kota Provinsi. Alternatif strategi yang diadaptasikan yaitu strategi penetrasi pasar.

Tingkat konsumsi susu kambing di masyarakat rendah sehingga memunculkan masalah penjualan perlu disikapi oleh KTT Kuncen Farm. Masyarakat belum memiliki kebiasaan mengkonsumsi susu kambing karena masih sedikit masyarakat yang mengetahui khasiat dari susu kambing.

Tingkat pengetahuan masyarakat mengenai suatu produk akan meningkatkan kemauan masyarakat untuk membeli produk tersebut.

Peluang jumlah penduduk di Kota Semarang yang terus meningkat dan daya beli masyarakat yang tinggi dimaknai dengan tingkat konsumsi masyarakat akan bertambah terutama dalam hal pangan. Masyarakat di kondisi tersebut cenderung untuk membeli produk dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Susu kambing dapat dikatakan sebagai obat herbal alami untuk mencegah timbulnya berbagai macam penyakit dan dapat menjaga kesehatan seharusnya menjadi produk yang dicari oleh konsumen. KTT Kuncen Farm harus memberikan promosi lebih untuk dapat mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya meminum susu kambing dan memberikan branding bahwa KTT Kuncen Farm merupakan suatu usaha yang memproduksi susu kambing di Kota Semarang. Cara promosi diantaranya adalah menyebarkan brosur, pamflet atau poster mengenai manfaat susu kambing di tempat umum yaitu sekolah, pasar, pusat perbelanjaan, kawasan wisata ataupun lembaga dan instansi. Promosi dapat dilakukan dengan menggunakan kekuatan kelompok yaitu kelembagaan yang jelas dengan cara program edukasi ini dilakukan bersama-sama sebagai suatu kelompok dikoordinasikan oleh ketua. Kekuatan penunjang lainnya yaitu karena selama ini peternak memasarkan secara individual maka sudah memiliki pelanggan masing-masing baik berupa perorangan ataupun kelompok/lembaga sehingga sebagai sesama anggota hendaknya saling berbagi informasi mengenai konsumen susu

untuk membantu anggota lain yang aksesnya minim dalam melakukan pemasaran.

Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Terdapat dua strategi yang dirumuskan yaitu:

1. Memanfaatkan rumah produksi untuk mengolah produk susu secara rutin sebagai kegiatan kelompok

Berdasarkan peluang yang ada yaitu daya beli masyarakat yang tinggi dan jumlah penduduk di Kota Semarang sebagai ibu kota provinsi yang tinggi dapat digunakan untuk mengatasi kelemahan yang ada di KTT Kuncen Farm yaitu kurangnya partisipasi anggota dan menganggap bahwa beternak merupakan pekerjaan sampingan. Alternatif strategi yang diadaptasikan adalah strategi pengembangan produk.

KTT Kuncen Farm dapat meningkatkan penyerapan produksi dengan cara mengolah produk menjadi makanan untuk meminimalkan susu kambing yang tidak terjual. Adanya rumah produksi dapat dijadikan tempat untuk membangun kembali rasa loyalitas anggota dengan cara melakukan pengolahan hasil produksi menjadi yoghurt, sabun, permen dan produk ekonomis lainnya. Produk olahan tersebut akan menarik konsumen karena produk siap makan dan memiliki nilai gizi dapat memanfaatkan peluang penjualan di Kota Semarang karena tingkat daya beli masyarakat yang tinggi tentunya program tersebut akan menambah pendapatan peternak.

Peternak tidak hanya melakukan kegiatan budidaya saja namun menjalani bisnis pengolahan produk dengan hasil yang akan menguntungkan untuk dijadikan pekerjaan utama.

2. Menghimpun modal kelompok untuk produksi dan memasarkan secara kelompok

Berdasarkan peluang yang ada yaitu susu kambing memiliki manfaat bagi kesehatan dan belum ada pesaing jenis usaha kambing perah di Kota Semarang maka dapat digunakan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh KTT Kuncen Farm yaitu tidak ada peran kelompok dalam pemasaran, pendapatan terbatas untuk modal pengembangan usaha dan produksi rendah. Alternatif strategi yang digunakan yaitu strategi penetrasi pasar.

Modal merupakan salah satu aspek dalam pengembangan usaha. Penghasilan dari budidaya ternak cukup untuk kebutuhan sehari-hari namun untuk pengembangan usaha masih kurang. Penghasilan perlu ditingkatkan dengan melakukan pemasaran yang lebih efektif. Pemasaran KTT Kuncen Farm yang menggunakan sistem pemasaran individu merupakan kelemahan sehingga diperlukan sistem pemasaran “satu pintu” yang dikoordinasikan antar anggota dan pengurus KTT Kuncen Farm. Upaya memperluas pemasaran dan pangsa pasar tentunya diperlukan modal yang cukup tinggi, sehingga untuk mengatasinya adalah melakukan perhimpunan modal secara kelompok. Modal yang dihimpun dapat digunakan untuk meningkatkan kapasitas ternak sehingga produksi akan meningkat serta dapat digunakan

untuk biaya pengeluaran iklan. Modal yang dihimpun secara bersama-sama akan dapat dimanfaatkan secara skala besar daripada menggunakan modal masing-masing sehingga dapat menguatkan posisi KTT Kuncen Farm sebagai usaha ternak kambing perah terbesar di Kota Semarang.

Strategi S-T

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman yang ada pada pengembangan usaha di Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Terdapat dua strategi yang dirumuskan yaitu:

1. Penanaman pakan sendiri di lahan kosong

Berdasarkan kekuatan yang ada yaitu pakan yang melimpah maka dapat digunakan untuk menghindari ancaman berupa alih fungsi lahan pertanian di Kecamatan Mijen. Kelurahan Bubakan memiliki topografi wilayah bergelombang dan berbukit dengan curah hujan 1.900 mm / tahun dan tingkat kelembaban agak kering ke lembab menyebabkan wilayah Kelurahan Bubakan termasuk daerah yang subur. Lahan-lahan perkebunan ataupun lahan kosong akan dipenuhi dengan rumput liar sehingga pada musim hujan potensi pakan ternak akan terjamin. Musim kemarau menyebabkan rendahnya curah hujan akan mengakibatkan lahan menjadi gersang dan rumput mati. Peternak selalu mencari pakan bergantung pada lahan kosong maka peternak akan kesulitan mencari pakan pada saat musim kemarau. Ancaman lain adalah alih fungsi lahan karena di Kelurahan Bubakan merupakan lahan strategis untuk dijadikan pemukiman sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa di masa yang akan datang lahan

peternakan terutama lahan pakan akan semakin berkurang. Strategi yang dapat dilakukan adalah melakukan penanaman pakan di suatu lahan dan melakukan budidaya pakan untuk mengantisipasi ancaman tersebut. Lahan yang dapat digunakan baik lahan milik pribadi ataupun lahan bersama sehingga anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm mendapatkan pakan ternak secara adil.

2. Meningkatkan kualitas pengemasan

Berdasarkan kekuatan yang ada yaitu meliputi KTT Kuncen Farm memiliki kelembagaan yang jelas, anggota melakukan pemasaran individual, anggota memiliki kemampuan untuk mengolah produk susu dan memiliki kemauan belajar yang tinggi maka dapat digunakan untuk menghindari ancaman meliputi harga susu kambing yang mahal, rasa susu asing, produk kurang menarik dan penyerapan produk di pasar rendah. Alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu strategi pengembangan produk dalam hal pengemasan.

Produk susu kambing Kelompok Tani Ternak Kuncen selama ini di kemas dalam kemasan plastik. Kemasan plastik relatif tidak aman dalam menjaga keamanan dan mempertahankan kualitas produk. Kemasan tidak memuat informasi produk sehingga konsumen merasa kurang tertarik. Kemasan yang dipilih dapat berupa kemasan botol kokoh ataupun cup gelas untuk susu pasteurisasi. Pemberian merk dengan perpaduan gambar dan warna akan membuat produk terlihat lebih segar dan mencantumkan tanggal produksi, masa simpan serta komposisi produk. Pengemasan yang baik akan

meminimalkan ancaman terhadap produk sejenis dan usaha pendatang baru sehingga konsumen sudah mengerti ciri khas dari produk susu Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

Strategi W-T

Strategi W-T adalah strategi yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Terdapat dua strategi yang dirumuskan yaitu:

1. Menampung produksi anggota

Berdasarkan kelemahan yang ada tidak ada peran kelompok dalam pemasaran, produksi rendah dan kurangnya partisipasi anggota dapat diminalkan untuk dapat menghindari ancaman yaitu penyerapan produk di pasar rendah. Alternatif strategi yang diterapkan adalah strategi pengembangan produk dengan cara peningkatan kapasitas produksi.

Anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm sebagian besar melakukan pemasaran secara individual walaupun ada beberapa peternak yang menjual hasil susu kepada peternak pengepul. Ancaman yang dihadapi peternak apabila memasarkan produknya sendiri adalah fluktuasi permintaan yang tidak dapat diprediksi. Selain itu keterbatasan fasilitas yang ada pada setiap peternak seperti mesin pendingin ataupun alat pengemasan dapat mengganggu produktivitas, oleh karena itu adanya program penampungan produksi anggota dapat meminimalisir terbuangnya produksi yang tidak terjual dan dapat menambah kemampuan produksi

Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm sehingga apabila dipasarkan ke industri maka permintaan dengan skala besar akan terpenuhi. Penampungan produksi dapat pula memberikan kemudahan pemasaran sehingga apabila produksi sedang rendah kelompok tani ternak tetap dapat memenuhi permintaan konsumen.

2. Meningkatkan kemitraan dengan agen dan menjalin hubungan dengan dinas

Berdasarkan kelemahan yang ada yaitu pendapatan terbatas untuk modal dan usaha susu kambing dianggap peternak hanya pekerjaan sampingan dapat diminalkan untuk dapat menghindari ancaman yaitu anggapan masyarakat bahwa produk susu kambing relatif mahal, rasa susu dianggap asing bagi sebagian orang, alih fungsi lahan dan produk kurang menarik. Alternatif strategi yang dilakukan yaitu strategi penetrasi pasar dengan cara membuat jangkauan pemasaran lebih luas dengan menjalin hubungan dengan kelompok lembaga lain.

Penyerapan produk susu kambing yang rendah di pasar sehingga kelompok tani ternak perlu untuk meningkatkan kerjasama dengan agen ataupun distributor. Agen dan distributor akan membantu peternak dengan membeli hasil produksi. Adanya agen akan membuat peternak tidak merasa khawatir apakah produknya akan laku atau tidak karena agenlah yang bertugas untuk memasarkannya. Daya tawar yang baik diperlukan agar kedua belah pihak saling diuntungkan sehingga peternak tidak mendapatkan harga beli yang terlalu murah. Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm selain menjalin kerjasama dengan agen kelompok tani ternak dapat menjalin

kerjasama dengan dinas. Dinas sebagai instansi pemerintah akan memerlukan produk untuk acara-acara tertentu sehingga kelompok tani ternak akan dapat menyediakan produk untuk menjadi konsumsi di acara-acara yang diselenggarakan oleh Dinas ataupun lembaga lain.

4.14 Tahap Keputusan

Tahap ketiga dari analisis ini adalah memutuskan strategi bagi Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Tahap ini menggunakan analisis matriks (*Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*) atau perencanaan strategi kuantitatif yang digunakan untuk menentukan daya tarik dari alternatif strategi yang telah dirumuskan. Proses analisis matriks ini dimulai dari pihak pembuat kebijakan yang berwenang yaitu Dinas Pertanian Kota Semarang dan Dinas Ketahanan Pangan Kota Semarang. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada seluruh anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Penyusunan strategi ini dengan cara responden membandingkan apakah faktor-faktor internal dan eksternal berpengaruh terhadap daftar strategi yang dirumuskan maka semakin menarik rata-rata nilai strategi tersebut maka alternatif strategi dijadikan sebagai prioritas strategi untuk dilaksanakan oleh Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm. Analisis matriks QSP menunjukkan bahwa dari delapan alternatif strategi yang telah dirumuskan didapatkan hasil *total attractive score* yang tertinggi sebesar 7,160 dan terendah sebesar 6,469. Berikut merupakan prioritas strategi yang dipilih oleh responden berdasarkan kemenarikan strategi:

Tabel 26. Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm

Prioritas	Strategi	Nilai TAS
I	Menginformasikan kepada masyarakat manfaat susu kambing secara kelompok	7,160
II	Mengembangkan produk menjadi produk sekunder	6,805
III	Meningkatkan kualitas produk dan <i>packaging</i>	6,759
IV	Melakukan penanaman pakan sendiri	6,691
V	Memanfaatkan rumah produksi untuk mengolah produk susu secara rutin sebagai kegiatan kelompok	6,673
VI	Meningkatkan kemitraan dengan agen ataupun pemasok dan menjalin hubungan dengan dinas	6,563
VII	Menampung produksi anggota	6,472
VIII	Menghimpun modal kelompok untuk produksi dan memasarkan secara kelompok	6,469

Hasil Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm pada Tabel 26. dapat diketahui bahwa alternatif strategi yang diprioritaskan karena dianggap menarik oleh anggota Kelompok Tani Ternak Kuncen Farm di posisi tertinggi yaitu menginformasikan kepada masyarakat manfaat susu kambing secara kelompok sedangkan yang terendah adalah strategi menghimpun modal kelompok untuk produksi dan melakukan pemasaran secara berkelompok. Permasalahan utama usaha susu kambing perah lesu karena tingkat permintaan berfluktuasi dan susu kambing masih rendah peminat di masyarakat. Rendahnya keinginan masyarakat untuk mengkonsumsi susu kambing salah satu faktornya adalah masyarakat belum mengetahui mengenai manfaat dari susu kambing. Kelompok tani ternak memilih strategi untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya meminum susu terutama susu kambing karena manfaat gizinya yang tinggi dari susu lain. Edukasi yang dilakukan akan memberikan informasi

kepada masyarakat mengenai produk susu kambing sehingga masyarakat memiliki keinginan untuk mengkonsumsi susu kambing.