

## STRATEGI PEMASARAN TERNAK SAPI KELOMPOK TANI MULYA DENGAN ANALISIS SWOT DI KABUPATEN TEBO

Khairun A. Roni<sup>1</sup>, Dwi Anggoro Wati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Ekonomi Manajemen, Universitas Muara Bungo, Indonesia

[khairunaroni2@gmail.com](mailto:khairunaroni2@gmail.com)<sup>1</sup>, [dwiputriyadi79@gmail.com](mailto:dwiputriyadi79@gmail.com)<sup>2</sup>

---

### ABSTRAK

**Abstrak:** Setiap organisasi harus dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimilikinya sehingga dapat menerapkan strategi yang terbaik demi kelangsungan usahanya. Penelitian ini ingin mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman Kelompok Tani Desa Rimbo Mulyo, Tebo dengan menggunakan analisis SWOT untuk strategi pemasarannya. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive sampling) yang didasarkan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu pengembangan sapi potong. Penentuan sampel pengamatan dilakukan secara acak (random sampling) terhadap kelompok tani. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa skor matriks IFE adalah 0,46 dan EFE adalah 0,21 di mana kedua titik ini berada pada kuadran 1 diagram kartesius matriks SWOT. Saran strategi yang harus dilakukan kelompok ini adalah yaitu agresif dengan penerapan strategi *Growth Oriented Strategy*, dimana kelompok tani dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga perusahaan dapat menyeimbangi pesaing lain yang mengeluarkan produk sejenis.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran; SWOT; kelompok tani*

**Abstract:** Every organization must obtain its strengths, weaknesses, opportunities, and threats to implement the best strategy for its business continuity. This study wants to know the strengths, weaknesses, opportunities, threats of the Rimbo Mulyo Village Farmer Group by using SWOT analysis for its marketing strategy. Location selection was by purposive sampling based on one of the developments of beef cattle. Determination of the observation sample is done randomly (random sampling) in farmer groups. The results of this study indicate that the IFE matrix score is 0.46 and the EFE is 0.21 where both points are in quadrant 1 of the SWOT matrix Cartesian diagram. The strategy recommended to this group is the aggressive strategy with the implementation of the Growth-Oriented Strategy, where farmer groups can maximize their strength to seize various opportunities so that the company can compensate for other competitors who issue similar products.

**Keywords:** *Marketing Strategy; SWOT; Village Farmer*

---

#### Article History:

Received: 23-08-2021

Revised : 31-08-2021

Accepted: 09-09-2021

Online : 12-09-2021



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

---

Koresponden: [dwiputriyadi79@gmail.com](mailto:dwiputriyadi79@gmail.com)

Copyright © 2021 JMS

## PENDAHULUAN

Kelompok Tani Mulya yang berlokasi di Desa Rimbo Mulyo Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo mulai terbentuk pada 14 april 2014, didirikan oleh bapak H.Yadi, melalui dinas perternakan Rimbo Bujang, awalnya dimulai dengan merawat ternak sendiri dan lama kelamaan terpikir untuk membuat kelompok tani. Hingga saat ini masih aktif sebanyak 6 Kelompok, dengan anggota sebanyak 22 anggota. Berikut ini adalah data produksi ternak sapi Kelompok Tani Mulya pada table 1.

**Tabel 1. Produksi Ternak Sapi Kelompok Tani Mulya Dari Tahun. 2015 – 2020**

NO	TAHUN	JUMLAH TERNAK	OMSET PER TAHUN
1	2015	14	140.000.000
2	2016	50	500.000.000
3	2017	80	800.000.000
4	2018	110	1.100.000.000
5	2019	130	1.300.000.000
6	2020	160	1.160.000.000

*Sumber: Kelompok Tani Mulya, 2020*

Berdasarkan tabel 1 dilihat produksi ternak sapi Kelompok Tani Mulya di atas, dapat diketahui bahwa setiap tahun jumlah ternak mengalami peningkatan rata-rata penambahan sebanyak 20-30 ekor pertahun karena perkembangan dari sapi betina yang beranak setiap tahunnya. Jika dikonversi dengan uang dapat diketahui harga 1 ekor sapi senilai Rp.10.000.000,-

Adapun penjualan ternak sapi dari 5 tahun mulai tahun 2015-2020 dapat dilihat pada table 1.

**Tabel 2. Penjualan Ternak Sapi Kelompok Tani Mulya Tahun 2015– 2020**

NO	TAHUN	JUMLAH TERNAK	OMSET PER TAHUN
1	2015	4	40.000.000
2	2016	10	100.000.000
3	2017	14	140.000.000
4	2018	20	200.000.000
5	2019	23	230.000.000
6	2020	31	310.000.000

*Sumber: Kelompok Tani Mulya, 2020*

Dari tabel 2 menunjukkan peningkatan penjualan sesuai dengan perkembangan produksi jumlah sapi. Agar produksi ternak sapi Kelompok Tani Mulya lebih berkembang lagi maka perlu diketahui faktor-faktor yang mendukung usaha tersebut baik dari sisi internal dan eksternal. Salah satu analisis yaitu dengan menggunakan metode analisis SWOT, yaitu dengan analisis Faktor *eksternal* seperti peluang (*Oppurtunities*) dan ancaman (*Threats*), dan faktor *internal* seperti kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa SWOT dapat mempengaruhi strategi perusahaan, (Harahap & Hasim, 2021). Diharapkan dengan adanya strategi pemasaran ini Kelompok Ternak Tani Mulya ini dapat menghadapi persaingan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Ternak Sapi Kelompok Tani Mulya dengan Analisis SWOT di Desa Rimbo Mulyo Kabupaten Tebo

## KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT menurut (Freddy Rangkuti, 2009) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2008) analisis SWOT ialah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan.

Menurut Zakiyudin (2013) Elemen-elemen yang ada dalam analisis SWOT terbagi kepada dua bagian yaitu:

- 1) Internal
  - a) Kekuatan (*Strength*) adalah kemampuan utama yang mempunyai nilai lebih dari perusahaan dibandingkan kemampuan pesaing.
  - b) Kelemahan (*Weakness*) adalah faktor yang dapat mengurangi kemampuan operasi sebuah perusahaan. Hal ini harus diminimalisir agar tidak mengganggu jalannya bisnis perusahaan.
- 2) Eksternal
  - a) Peluang (*Opportunity*) adalah kesempatan-kesempatan yang

ada tentunya memiliki potensi menghasilkan keuntungan melalui usaha-usaha yang diarahkan untuk memanfaatkan kesempatan-kesempatan tersebut.

- b) Ancaman (*Threat*) adalah sesuatu yang sangat mungkin terjadi atas beroperasinya perusahaan dan berpotensi kerugian bagi perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai dasar dalam melakukan penulisan yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Data yang digunakan metode, yaitu data primer, wawancara, observasi (pengamatan) dan Data sekunder, melalui studi kepustakaan, baik dari pustaka buku maupun dokumentasi atau arsip yang berkaitan dengan objek penelitian.

### Analisis Data

#### 1. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada table 2.

Tabel 3. Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES(W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2017

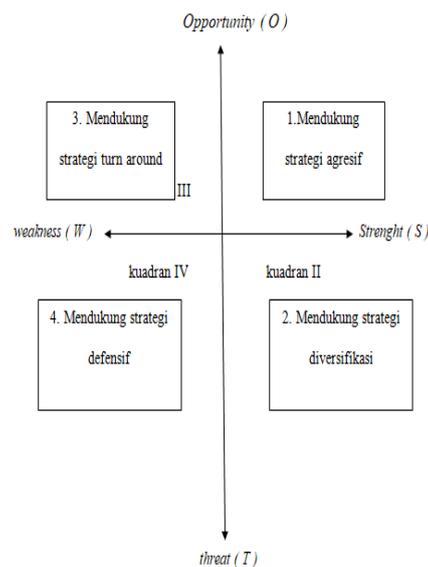
Berdasarkan table 2 dapat dilihat ada beberapa strategi, yaitu:

- (1) Strategi SO, Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- (2) Strategi ST, Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- (3) Strategi WO, Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- (4) Strategi WT, Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari semua ancaman.

#### a. Diagram SWOT

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan Y, dimana nilai dari sumbu X didapat

dari selisih antara total *strength* dan total *weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total *opportunities* dan total *threat*. Adapun gambar analisis SWOT dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan gambar 1 dapat ada 4 kuadran dalam analisis SWOT.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan pengamatan dan wawancara, analisis swot dapat

dilihat pada table 3 analisis SWOT Kelompok Tani Mulya.

**Tabel 3. Analisis SWOT pada Kelompok Tani Mulya**

<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan modal sendiri</li> <li>2. Lahan kandang milik sendiri</li> <li>3. Kualitas sapi potong yang baik</li> <li>4. Ketersediaan pakan sapi</li> <li>5. Tingkat pengalaman atau pengetahuan peternak yang cukup baik</li> <li>6. Pelayanan terhadap konsumen yang baik</li> <li>7. Penjualan langsung dari kandang sehingga konsumen bisa memilih langsung</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terbengkalainya penggemukan sapi</li> <li>2. Jarak kelahiran sapi yang cukup lama</li> <li>3. Tidak konsekuensya tenaga kerja terhadap tugas yang sudah ada</li> <li>4. Tingkat pendidikan perkerja yang rendah dengan rata-rata pendidikan tamatan Sekolah Dasar (SD)</li> <li>5. Harga terkadang tidak stabil karena adanya permainan harga pasar</li> <li>6. Promosi yang masih kurang</li> <li>7. Biaya oprasional yang cukup tinggi</li> </ol>
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan akan daging sapi yang terus meningkat</li> <li>2. Harga sapi yang fluktuasi (berubah-ubah)</li> <li>3. Adanya dukungan program pemerintah mensukseskan swasembada daging sapi</li> <li>4. Memudahkan pemasaran sapi</li> <li>5. Adanya inseminasi buatan untuk perkawinan suntik yang kemungkinan dapat menghasilkan anakan unggul</li> <li>6. Adanya teknologi pengelolah pakan</li> <li>7. Pengelolahan limbah kotoran ternak menjadi pupuk organik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya isu perdagangan bebas yang belum bisa diantisipasi</li> <li>2. Harga pakan konsentrat yang fluktuatif</li> <li>3. Adanya hama penyakit</li> <li>4. Tingginya persaingan para peternak sapi lokal</li> <li>5. Perubahan iklim lingkungan ternak</li> <li>6. Peran blantik sapi yang dominan dalam penentuan harga</li> <li>7. Belum adanya kemintraan</li> </ol>

Berdasarkan table 3 dapat dilihat bahwa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman kelompok tani ini masing-masing 7 jenis. Mulai dari kekuatan dari sapi yang dternakkan yang berkualitas, hingga penjualan. Untuk kelemahan dilihat promosi ternyata masih lemah. Padahal diera

saat ini berbagai cara dapat dilakukan dengan promosi apalagi internet sudah menjadi pilihan dan juga kebutuhan primer bagi setiap usaha, (Effendi, 2021). Promosi melalui multimedia dapat dilakukan dengan cara FB, WA dll. Selanjutnya matriks IFAS

**Tabel 4. Matrik IFE/IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)**

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>				
1	Ketersediaan modal sendiri	0.057971	4.00	0.23
2	Lahan kandang milik sendiri	0.086957	4.00	0.35
3	Kualitas sapi potong yang baik	0.086957	3.00	0.26
4	Ketersediaan pakan sapi	0.057971	3.00	0.17
5	Tingkat pengalaman atau pengetahuan perternak yang cukup baik	0.057971	3.00	0.17
6	Pelayanan terhadap konsumen yang baik	0.057971	4.00	0.23
7	Penjualan langsung dari kandang sehingga bisa memilih langsung	0.086957	4.00	0.35
Subtotal		0.492754		1.76
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1	Terbengkalainya penggemukan sapi	0.057971	2.00	0.11
2	Jarak kelahiran sapi yang cukup lama	0.086957	2.00	0.17
3	Tidak konssekuenya tengga kerja terhadap tugas yang ada	0.057971	3.00	0.17
4	Tingkat pendidikan perkerja yang rendah dengan rata-rata pendidikan tamatan Sekolah Dasar (SD)	0.057971	2.00	0.11
5	Harga terkadang tidak stabil karena adanya permainan harga pasar	0.086957	3.00	0.26
6	Promosi yang masih kurang	0.086957	3.00	0.26
7	Biaya oprasional yang cukup tinggi	0.072464	3.00	0.22
Subtotal		0.507246		1.3
<b>Total</b>		1		3.06

*Sumber: diolah, 2021*

Dari hasil analisis pada tabel skor diatas 2.5 berarti ini IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan mengindikasikan posisi internal pada memiliki total skor 3.06. karena total perusahaan begitu kuat.

**Tabel 5. Matrik EFE/EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)**

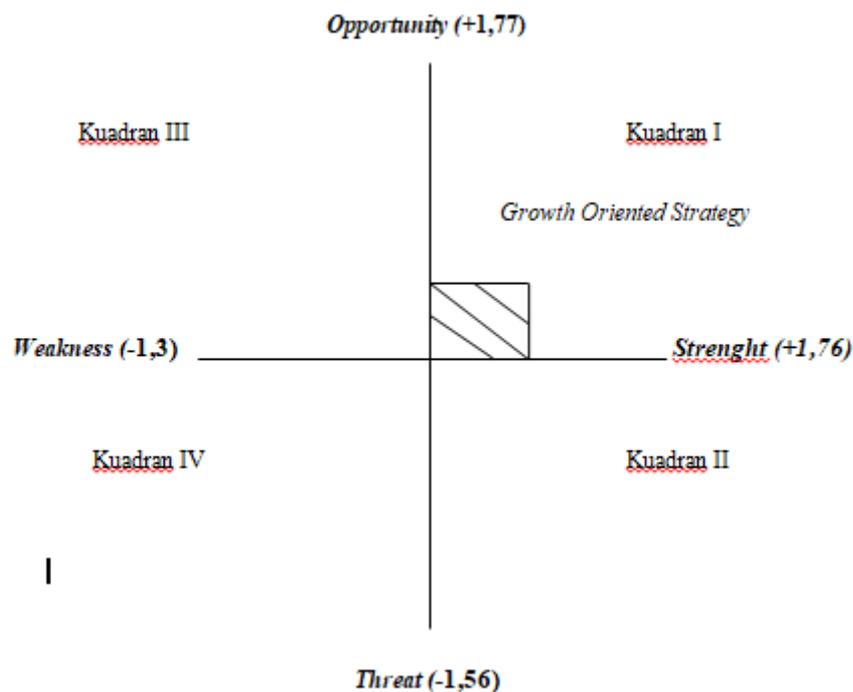
No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>				
1	Permintaan akan daging sapi yang terus meningkat	0.08571	4.00	0.34
2	Harga sapi yang fluktuasi (berubah-ubah)	0.05714	3.00	0.17
3	Adanya dukungan program pemerintah mensukseskan swasembada daging sapi	0.08571	3.00	0.26
4	Memudahkan pemasaran sapi	0.08571	4.00	0.34
5	Adanya inseminasi buatan untuk perkawinan suntik yang kemungkinan dapat menghasilkan anakan unggul	0.08571	3.00	0.26
6	Adanya teknologi pengolahan pakan	0.05714	4.00	0.23
7	Pengelolaan limbah kotoran ternak menjadi pupuk organik	0.05714	3.00	0.17
Subtotal		0.514286		1.77

<b>Ancaman (Threat)</b>				
1	Adanya isu perdagangan bebas yang belum bisa diantisipasi	0.08571	2.00	0.17
2	Harga pakan konsentrat yang fluktuatif	0.05714	3.00	0.17
3	Adanya hama penyakit	0.08571	4.00	0.34
4	Tingginya persaingan para peternak sapi local	0.05714	4.00	0.23
5	Perubahan iklim lingkungan ternak	0.05714	3.00	0.17
6	Peran blantik sapi yang dominan dalam penentuan harga	0.08571	3.00	0.25
7	Belum adanya kemitraan	0.05714	4.00	0.23
Subtotal		0.485714		1.56
<b>Total</b>		1		3.33

Sumber : diolah, 2021

Dari hasil analisis pada tabel EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3.33. karena total skor mendekati 4.0 berarti ini mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman industrinya. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, *Strength* 1,76, *Weakness* 1,3,

*Opportunity* 1,77, *Threat* 1,56. Maka diketahui selisih total skor faktor *Strength* dan *Weakness* adalah (+) 0,46, Sedangkan selisih total skor faktor *Opportunity* dan *Threat* adalah (+) 0,21. Dibawah ini merupakan gambar diagram Cartesius Analisis SWOT Kelompok Tani Mulya Desa Rimbo Mulyo Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo :



**Gambar 2. Diagram Cartesius Analisis SWOT Kelompok Tani Mulya Desa Rimbo Mulyo Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo**

Dari gambar 2 diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa Kelompok Tani Mulya Desa Rimbo Mulyo Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo berada pada kuadran I (*Growth Oriented Strategy*), dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. dengan penerapan GOS tersebut perusahaan dapat

memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga perusahaan dapat menyeimbangi pesaing lain yang mengeluarkan produk sejenis.

#### a. Matrik SWOT

Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 6. Matrik SWOT**

	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
<b>INTERNAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketersediaan modal sendiri</li> <li>• Lahan kandang milik sendiri</li> <li>• Kualitas sapi potong yang baik</li> <li>• Ketersediaan pakan sapi</li> <li>• Tingkat pengalaman atau pengetahuan perternak yang cukup baik</li> <li>• Pelayanan terhadap konsumen yang baik</li> <li>• Penjualan langsung dari kandang sehingga bisa memilih langsung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terbengkalainya penggemukan sapi</li> <li>• Jarak kelahiran sapi yang cukup lama</li> <li>• Tidak konssekuenya tengga kerja terhadap tugas yang ada</li> <li>• Tingkat pendidikan perkerja yang rendah dengan rata-rata pendidikan tamatan Sekolah Dasar (SD)</li> <li>• Harga terkadang tidak stabil karena adanya permainan harga pasar</li> <li>• Promosi yang masih kurang</li> <li>• Biaya oprasional yang cukup tinggi</li> </ul>
<i>OPPURTUNITY</i>	<i>STRATEGI SO</i>	<i>STRATEGI WO</i>
<b>EKSTERNAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan dan penambahan kerjasama dengan mitra kerja berbasis bisnis online</li> <li>• Memberikan tariff yang terjangkau untuk mempertahankan loyalitas pelanggan</li> <li>• Memperluas pangsa pasar untuk mendukung kinerja kelompok tani mulya</li> <li>• Meningkatkan pelayanan yang berkualitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan soft skill karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan</li> <li>• Optimalisasi kerjasama dari berbagai pihak untuk menjaga kontuinitas sehingga dapat bertahan dipasaran</li> <li>• Memanfaatkan penyuluhan dan pelatihan dari PPL untuk meningkatkan kemampuan penguasaan teknologi dan inovasi, pengolahan benih yang benar dan pengolahaan keuangan yang baik</li> </ul>

<i>THREAT</i>	<i>STRATEGI ST</i>	<i>STRATEGI WT</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya isu perdagangan bebas yang belum bisa diantisipasi</li> <li>• Harga pakan konsentrat yang fluktuatif</li> <li>• Adanya hama penyakit</li> <li>• Tingginya persaingan para peternak sapi local</li> <li>• Perubahan iklim lingkungan ternak</li> <li>• Peran blantik sapi yang dominan dalam penentuan harga</li> <li>• Belum adanya kemitraan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempertahankan harga sapi yang terjangkau agar tidak kalah dengan pesaing</li> <li>• Memberikan fasilitas dan Mengutamakan loyalitas konsumen dengan menciptakan pelayanan yang baik</li> <li>• Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memiliki hubungan yang baik</li> <li>• Memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dengan kelompok tani mulya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memanfaatkan media social sebagai media promosi yang inovatif dan menarik</li> <li>• Meningkatkan teknologi guna mendukung pelayanan</li> </ul>

Berdasarkan analisis tabel 6 diatas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut :

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO yang ditempuh oleh Kelompok Tani Mulya, yaitu :

- a. Peningkatan dan penambahan kerjasama dengan mitra kerja berbasis bisnis online
- b. Memberikan tariff yang terjangkau untuk mempertahankan loyalitas pelanggan
- c. Memperluas pangsa pasar untuk mendukung kinerja kelompok tani mulya
- d. Meningkatkan pelayanan yang berkualitas

2. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ST yang ditempuh oleh Kelompok Tani Mulya, yaitu :

- a. Mempertahankan harga sapi yang terjangkau agar tidak kalah dengan pesaing
- b. Memberikan fasilitas dan Mengutamakan loyalitas konsumen dengan menciptakan pelayanan yang baik
- c. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memiliki hubungan yang baik
- d. Memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dengan kelompok tani mulya

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO yang ditempuh oleh Kelompok Tani Mulya, yaitu :

- a. Peningkatan *soft skill* karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan
- b. Optimalisasi kerjasama dari berbagai pihak untuk menjaga kontuinitas sehingga dapat bertahan dipasaran
- c. Memanfaatkan penyuluhan dan pelatihan dari PPL untuk meningkatkan kemampuan

penguasaan teknologi dan inovasi, pengolahan benih yang benar dan pengelolaan keuangan yang baik

#### 4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi WT yang ditempuh oleh Kelompok Tani Mulya, yaitu :

- a. Memanfaatkan media social sebagai media promosi yang inovatif dan menarik
- b. Meningkatkan teknologi guna mendukung pelayanan

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas diperoleh bahwa di dalam matriks IFAS menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3.06. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha dari Kelompok Tani Mulya berada pada posisi internal yang begitu kuat. Selanjutnya, didalam matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,33. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha dari Kelompok Tani Mulya dapat merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman yang berada di pasar industrinya.

Adapun dalam diagram cartesius ditunjukkan bahwa Kelompok Tani Mulya berada pada kuadran *Growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Setelah menggandengkan kekuatan dengan peluang atau strategi SO, maka diperoleh faktor kekuatan yang mesti dipertahankan untuk mampu mengambil peluang yang ada. Penggandengan strategi ST menunjukkan bahwa perusahaan harus memaksimalkan kekuatan

untuk mengatasi ancaman yang ada. Strategi WO, memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan perusahaan. Serta strategi WT yang mengharuskan perusahaan untuk dapat meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Pada diagram cartesius analisis SWOT ditunjukkan bahwa nilai total skor tertinggi berada pada kuadran pertama *Growth Oriented Strategy* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Kelompok Tani Mulya karena memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengatasi berbagai ancaman.

### Saran

penulis mengemukakan saran sebaiknya dalam meningkatkan produktivitas sapi dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia baik teknologi, pola kemitraan, jejaring permodalan, dan memanfaatkan media social sebagai media promosi yang inovatif dan menarik, sehingga perkembangan ternak sapi potong didesa rimbo mulyo meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- David, F.R. (2010). *Manajemen Strategi*. Terjemah: Konsep Edisi 10 Buku 1. Jakarta: Salemba
- Jauch, Lawrence dan Glueck, Williem F. (2017). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta : Erlangga
- Effendi, N. I. (2021). Peningkatan Pemasaran Produk Melalui Pelatihan Disain Kemasan dan Promosi Multimedia Keripik Tempe Desa Kuamang Gading Kota Jambi. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(4), 1856–1865. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v5i4.5062>
- Hajirin. (2017). *Strategi Pengembangan Sapi Potong di Wilayah Pengembangan Sapi Bali Kabupaten Barru*. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Harahap, D. F., & Hasim, W. (2021). Implementasi SWOT Strategi Pemasaran Online pada Counter Super Cell di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(1), 9-6. Retrieved from <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/471/495>
- Karim, I., et al. (2019). Optimalisasi Pengembangan Produk Core Competence pada Usaha Wajik Lokal Mandar sebagai Alternatif Pendapatan. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, Vol 16 No 1.
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane, (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Prehallindo
- Priyanto, D. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong dalam Mendukung Program Swasembada Daging Sapid an Kerbau Tahun 2014. *Jurnal Litbang Pertanian*, 30 (3).
- Purnomo, et al. (2017). Strategi Pengembangan Peternakan Sapi Potong Rakyat di Kecamatan Wuryontoro Kabupaten Wonogiri. *Buletin Peternakan* Vol. 41 (4) : 484- 494
- Rangkuti, Freddy, (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rusnan H, Kaunang Ch.L, Tulung YL.R. (2015). Analisis Potensi dan Starategi Pengembangan Sapi Potong dengan Pola Intergrasi kelapa-Sapi di Kabupaten Halmahera Selatan Provinsi Maluku Utara. *Jurnak Zootek*; 35(2): 187-200
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Adminitrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sumarsan, Thomas. *Sistem Pengendalian Manajemen: Konsep, Aplikasi, dan Pengukuran Kinerja*, Edisi 2. Jakarta: Indeks Permata Putri Media
- Sunyoto, Danang. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Buku Seru
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Zakiyudin, Ais, (2013). *Teori Praktik Manajemen Sebuah Konsep yang Aplikatif disertai Profit Wirausaha Sukses*. Jakarta: Mitra Wacana Media.