

**STRATEGI PEMASARAN USAHA PETERNAKAN KAMBING  
DI PT. SEI DERAS AGROFARM DESA RAMBAH TENGAH BARAT  
KECAMATAN RAMBAH KABUPATEN ROKAN HULU**

**Tiwi Wahyu Ningsih<sup>1)</sup>, Laily Fitriana<sup>2)</sup>, Ikhsan Gunawan<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian

<sup>2)</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian

Email: [tiwihayuningsih6@gmail.com](mailto:tiwihayuningsih6@gmail.com) [fitrianalily4@gmail.com](mailto:fitrianalily4@gmail.com) [ikhsanupp@gmail.com](mailto:ikhsanupp@gmail.com)

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui internal faktor lingkungan dan faktor lingkungan eksternal pada pemasaran kambing di Kabupaten Rokan Hulu dan mengetahui strategi yang paling tepat digunakan untuk meningkatkan volume penjualan pada usaha peternakan kambing PT. Sei Deras Agrofarm Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu dalam meningkatkan volume penjualan. Penentuan lokasi Penelitian dilakukan di Usaha Peternakan Kambing PT. Sei Deras Agrofarm Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Dengan metode studi kasus, penelitian ini dilakukan pada bulan Februari hingga bulan April tahun 2023. Pengambilan sampel yang dikumpulkan bersama studi ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode analisis data menggunakan metode SWOT yaitu analisis kualitatif yang dilaksanakan dengan mengkaji faktor internal dan eksternal. Posisi PT. Sei Deras Agrofarm berdasarkan matriks IE berada pada sel I pertumbuhan yang berarti posisi usaha PT. Sei Deras Agrofarm berada pada posisi yang kuat. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan produknya adalah: a. Memanfaatkan teknologi peternakan dalam proses reproduksi agar ketersediaan produk berkesinambungan tetap terjaga guna mendukung perluasan pangsa pasar dan menjaga kualitas produk serta pelayanan b. Mengusahakan pengembangan dan pelatihan bagi tenaga kerja berkompeten agar dapat menggunakan teknologi peternakan terkini dan membuka jalur pemasaran baru. Menjalin Kerjasama dengan pengusaha luar daerah agar dapat melengkapi kekurangan ragam produk yang ada saat ini dan memperluas lokasi usaha sebagai antisipasi perubahan peraturan pemerintah tentang lingkungan (5,24).

*Kata Kunci: Strategi Pemasaran Usaha Peternakan Kambing*

**PENDAHULUAN**

Kabupaten Rokan Hulu merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Riau. Ragam budaya dan kebiasaan masyarakat yang tersebar di enam belas kecamatan di Rokan Hulu menumbuhkan beragam kegiatan yang dijalankan sebagai usaha, salah satunya bidang peternakan kambing. Kegiatan peternakan kambing seakan menjadi usaha turun temurun, selain sebagai usaha sampingan peternakan kambing juga dijadikan sebagai usaha utama untuk meningkatkan pendapatan masyarakat pelaku usaha. Salah satu pelaku usaha peternakan kambing yang menjadikan usahanya sebagai usaha utama di Kabupaten Rokan Hulu adalah PT. Sei Deras Agrofarm yang terletak di Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah. Sebagai badan usaha yang bergerak disektor peternakan kambing PT. Sei Deras Agrofarm saat ini penjualan kambing hidup baik bibit

maupun indukan masih sangat minim jumlahnya. Kaadaan ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi PT. Sei Deras Agrofarm untuk memasarkan hasil produksi kambingnya. Diketahui tingkat produksi kambing sangat cepat bahkan dalam satu tahun bisa dua kali berproduksi/beranak pada satu indukan dan jumlah anaknya bisa lebih dari satu. Jumlah kambing yang terus meningkat disetiap tahunnya tentunya akan berakibat pada besarnya biaya perawatan jika jumlah penjualannya tidak berjalan dengan baik untuk itu perusahaan harus menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penjualannya. Berdasarkan keadaan tersebut maka menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Sei Deras Agrofarm di Kecamatan Rambah dalam meningkatkan jumlah penjualannya, maka dari itu penulis memilih topik penelitian dengan judul: “Strategi Pemasaran Usaha Peternakan Kambing di PT. Sei Deras Agrofarm Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu”. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis menggunakan analisis SWOT yaitu analisis kualitatif yang dilaksanakan dengan mengkaji faktor internal dan eksternal. Tahap analisis adalah kegiatan setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kualitatif perumusan strategi, yaitu matrik TWOT atau matrik SWOT dan Matrik Internal dan Matrik Eksternal atau disebut dengan IFAS dan EFAS kemudian dari hasil yang ada maka ditentukan pengambilan keputusan yang tepat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Usaha Peternakan Kambing PT. Sei Deras Agrofarm Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Alasan penulis memilih lokasi tersebut adalah dengan Pertimbangan bahwa usaha tersebut telah berjalan selama bertahun-tahun dan masih aktif hingga saat ini, selain itu PT. Sei Deras Agrofarm merupakan salah satu perusahaan Agribisnis yang bergerak dibidang peternakan kambing yang telah dikenal oleh sebagian besar masyarakat Kabupaten Rokan Hulu. Kegiatan pemasaran bukanlah kegiatan yang mudah dan dilakukan begitu saja pada suatu perusahaan tanpa melakukan kajian-kajian tertentu untuk mempertahankan ataupun meningkatkan pemasaran hasil produksi yang dihasilkan. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus pada peternakan kambing PT. Sei Deras Agrofarm Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Sebagai pelengkap

pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik secara internal maupun eksternal. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian menggunakan data primer dan data skunder.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

PT. Seideras Agrofarm pertama kali dibangun untuk perkebunan dengan luas tanah 10,36 hektar pada awal tahun 2020 CEO PT. Seideras Agrofarm (dr. Arjuna Saputra, Sp.OG) kumpul bersama rekan-rekan yang memiliki pengalaman peternakan sehingga timbul ide untuk membuat peternakan, maka pada tanggal 1 Juni 2020 dibangunlah peternakan kambing perah yang dimodali sendiri oleh dr. Arjuna Saputra, Sp.OG.

### **Pemasaran**

Pemasaran adalah proses akhir pada usaha peternakan kambing PT. Sei Deras Agrofarm. Kegiatan pemasaran dilakukan sejak anak kambing berumur tiga bulan hingga kambing berumur dua tahun lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen misalnya untuk aqikah, kurban dan lain-lain. Harga per ekor kambing bervariasi sesuai berat tubuh kambing tersebut hal itu dikarenakan PT. Sei Deras Agrofarm menjual produknya sistem timbang yaitu Rp. 100.000 (seratus ribu /Kg).

### **Keuangan**

Kegiatan bidang peternakan membutuhkan modal yang cukup besar. Modal awal PT. Sei Deras Agrofarm sebesar ± 1.200.000.000,- (satu milyar dua ratus juta rupiah), modal tersebut berasal dari uang pribadi CEO Perusahaan sendiri. Melihat adanya perkembangan dan kemajuan positif usaha pada PT. Sei Deras Agrofarm dan besarnya peluang usaha bidang peternakan saat ini maka banyak pengusaha yang tertarik menjadi investor perusahaan. Saat ini diketahui ada 7 (tujuh) orang pengusaha yang menjadi investor di PT. Sei Deras Agrofarm dengan jumlah keseluruhan modal ± 3.000.000.000 (tiga milyar rupiah). Dengan adanya ketersediaan modal tersebut maka PT. Sei Deras Agrofarm leluasa dalam menjalankan usahanya, baik dalam bidang pengembangbiakan kambing maupun hasil turunannya.

**Matriks IFE**

Kekuatan pemasaran PT. Sei Deras Agrofarm adalah ketersediaan modal, reproduksi cepat, ketersediaan tenaga kerja, ketersediaan hijauan sebagai pakan, hubungan baik antara pemilik, pekerja, konsumen dan peternak lain. Kelemahannya yaitu tenaga kerja handal dibidang peternakan kambing terbatas, konsumen dengan jumlah kebutuhan skala besar terbatas, kurang promosi, keterbatasan akses bagi konsumen melalui penjualan online dan kematian ternak karena masalah kesehatan. Matriks IFE usaha ternak PT. Sei Deras Agrofarm sebagai berikut:

**Tabel 1. Matriks IFE**

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai Terboboti
<b>Kekuatan</b>				
1	Ketersediaan modal	0,11	4	0,44
2	Reproduksi cepat	0,11	4	0,38
3	Ketersediaan tenaga kerja	0,10	3	0,32
4	Ketersediaan hijauan sebagai pakan	0,10	3	0,35
5	Hubungan baik antara pemilik, pekerja, konsumen dan peternak lain	0,10	3	0,35
<b>Kelemahan</b>				
1	Konsumen dengan jumlah kebutuhan sklaa besar terbatas	0,10	3	0,35
2	Kematian ternak karena masalah kesehatan	0,09	3	0,26
3	Tenaga kerja handal dibidang peternakan kambing terbatas	0,11	4	0,41
4	Keterbatasan akses bagi konsumen melalui penjualan online	0,07	2	0,17
5	Promosi kurang maksimal	0,11	4	0,44
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>3,45</b>

*Sumber : Analisis Data Primer, 2023*

Berdasarkan matriks IFE pemasaran kambing diatas dapat diketahui bahwa posisi internal usaha PT. Sei Deras Agrofarm di Kecamatan Rambah termasuk kuat ditunjukkan dengan nilai terbobot 3,45. Nilai ini menunjukkan bahwa kekuatan yang

dimiliki PT. Sei Deras Agrofarm sudah mampu mengatasi kelemahan. Kekuatan yang mempunyai pengaruh besar terhadap pemasaran kambing adalah ketersediaan modal dan reproduksi cepat yaitu dengan nilai terbobot 0,44 dan 0,38 sedangkan promosi kurang maksimal dan konsumen dengan kebutuhan skala besar terbatas merupakan kelemahan yang mempunyai pengaruh besar terhadap kegiatan pemasaran ternak di PT. Sei Deras Agrofarm dengan nilai terbobot 0,33 dan 0,60.

### **Matriks EFE**

Berdasarkan faktor-faktor strategi eksternal dapat dirangkum dalam matriks EFE dengan memberikan rating dan perhitungan bobot kemudian mengalikannya sehingga diperoleh nilai terbobot seperti terlihat pada tabel.

**Tabel 2. Matriks EFE**

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Terboboti
<b>Peluang</b>				
1	Sebaran pasar yang luas	0,12	4	0,48
2	Perkembangan teknologi (IB, TE), teknologi pakan dan Obat-obatan	0,11	4	0,39
3	Biaya pemeliharaan murah	0,10	3	0,36
4	Promosi dan penjualan produk melalui media online	0,10	3	0,36
5	Meningkatnya pendapatan masyarakat	0,11	4	0,42
<b>Ancaman</b>				
1	Pesaing dari luar daerah	0,10	3	0,30
2	Wabah penyakit global	0,10	3	0,33
3	Meningkatnya biaya produksi dan upah tenaga kerja	0,10	3	0,33
4	Kejahatan terhadap ternak kambing	0,08	3	0,22
5	Peraturan pemerintah tentang lingkungan	0,07	2	0,18
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>3,36</b>

*Sumber : Analisis Data Primer, 2023*

Dapat diketahui bahwa PT. Sei Deras Agrofarm di Kecamatan Rambah sudah merespon peluang dan dapat mengatasi ancaman dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan

nilai terbobotnya yaitu 3,36. Peluang terbesar PT. Sei Deras Agrofarm adalah sebaran pasar yang luas yaitu sebesar 0,48 sedangkan ancaman terbesar adalah wabah penyakit global dan meningkatnya biaya produksi dan upah tenaga kerja yaitu sebesar 0,33. Pemaparan identifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pemasaran ternak kambing PT. Sei Deras Agrofarm dapat diringkas agar mudah mengidentifikasi pada analisis berikutnya adalah seperti terlihat pada tabel 3 berikut.

**Tabel 3. SWOT**

	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
<b>Faktor Internal</b>	- Ketersediaan modal	- Konsumen dengan jumlah kebutuhan skala besar terbatas
	- Reproduksi cepat	- Kematian ternak karena masalah kesehatan
	- Ketersediaan tenaga kerja	- Tenaga kerja handal dibidang peternakan kambing terbatas
	- Ketersediaan hijauan sebagai pakan	- Keterbatasan akses bagi konsumen melalui penjualan online
	- Hubungan baik antara pemilik, pekerja, konsumen dan peternak lain	- Promosi kurang maksimal
	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
<b>Faktor Eksternal</b>	- Sebaran pasar yang luas	- Pesaing dari luar daerah
	- Perkembangan teknologi (IB, TE), teknologi pakan dan Obat-obatan	- Wabah penyakit global
	- Biaya pemeliharaan murah	- Meningkatnya biaya produksi dan upah tenaga kerja
	- Promosi dan penjualan produk melalui media online	- Kejahatan terhadap ternak kambing
	- Meningkatnya pendapatan masyarakat	- Peraturan pemerintah tentang lingkungan

**Matriks IE**

Berdasarkan nilai yang dibobotkan dalam IFE dan EFE sebesar 3,45 dan 3,36 dapat diketahui posisi usaha ternak kambing PT. Sei Deras Agrofarm dalam matriks IE di bawah ini

**Tabel 4. Matriks IE**

		<b>Kuat</b> 3,00 – 4,00	<b>Rata-rata</b> 2,00 – 2,99	<b>Lemah</b> 1,00 – 1,99
<b>Total nilai EFE yang diberikan bobot</b>	<b>Tinggi</b> 3,00-4,00	<b>I</b> Pertumbuhan	<b>II</b> Pertumbuhan	<b>III</b> Penciutan
	<b>Sedang</b> 2,00-2,99	<b>IV</b> Stabilitas	<b>V</b> <u>Pertumbuhan</u> Stabilitas	<b>VI</b> Penciutan
	<b>Rendah</b> 1,00 – 1,99	<b>VII</b> Pertumbuhan	<b>VIII</b> Pertumbuhan	<b>IX</b> Likuiditas

Berdasarkan sajian matriks diatas posisi PT. Sei Deras Agrofarm berada pada posisi yang kuat atau berada pada sel I (pertumbuhan). Strategi untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, aset maupun profit dapat dicapai dengan menurunkan harga, menambah ragam produk dan meningkatkan akses pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan ialah dengan cara meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan profit. Cara ini merupakan strategi terpenting apabila perusahaan berada dalam pertumbuhan yang cepat dan terdapat kecenderungan pesaing untuk melakukan perang harga dalam usaha untuk meningkatkan pangsa pasar.

**Alternatif Strategi Pemasaran Kambing PT. Sei Deras Agrofarm Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu**

Untuk merumuskan alternatif strategi yang diperlukan dalam memasarkan kambing di PT. Sei Deras Agrofarm digunakan analisis Matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan internal sehingga dihasilkan rumusan strategi pemasaran usaha. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T.

**Tabel 5. Matriks SWOT**

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p><b>Kekuatan-S</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan modal</li> <li>2. Reproduksi cepat</li> <li>3. Ketersediaan tenaga kerja</li> <li>4. Ketersediaan hijauan sebagai pakan</li> <li>4. Hubungan baik antara pemilik, pekerja, konsumen dan peternak lain</li> </ol>	<p><b>Kelemahan-W</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsumen dengan jumlah kebutuhan skala besar terbatas</li> <li>2. Kematian ternak karena masalah kesehatan</li> <li>3. Tenaga kerja handal bidang peternakan kambing terbatas</li> <li>4. Keterbatasan akses bagi konsumen melalui penjualan online.</li> </ol>
<p><b>Peluang-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sebaran pasar yang luas</li> <li>2. Perkembangan teknologi (IB, TE), teknologi pakan dan obat-obatan</li> <li>3. Biaya pemeliharaan terjangkau</li> <li>4. Promosi dan penjualan produk melalui media online</li> <li>5. Meningkatnya pendapatan masyarakat</li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas pangsa pasar</li> <li>2. Memanfaatkan teknologi untuk mendukung reproduksi</li> <li>3. Menjaga kualitas produk serta mutu pelayanan</li> <li>4. Kemandirian dalam pengadaan pakan berbiaya rendah</li> <li>5. Mempertahankan pelayanan dengan pelayanan yang lebih baik</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuka jalur pemasaran baru atau mencari lokasi pemasaran baru</li> <li>2. Memanfaatkan teknologi obat-obatan untukantisipasi masalah kesehatan ternak.</li> <li>3. Mengusahakan pengembangan dan pelatihan SDM/tenaga kerja</li> <li>4. Melakukan dan memanfaatkan media untuk mempermudah akses pasar bagi konsumen</li> </ol>
<p><b>Ancaman-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesaing dari luar daerah</li> <li>2. Wabah penyakit global</li> <li>3. Meningkatnya biaya produksi dan upah tenaga kerja</li> <li>4. Kejahatan terhadap ternak kambing</li> <li>5. Peraturan pemerintah tentang lingkungan</li> </ol>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah ragam produk</li> <li>2. Menjalinkan kerjasama dengan pengusaha luar daerah</li> <li>3. Memperluas lokasi usaha sebagai antisipasi perubahan peraturan pemerintah tentang lingkungan</li> <li>4. Melakukan perbaikan pengelolaan dan pengembangan usaha dengan tidak melupakan kewajiban sebagai pengusaha yang taat hukum</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memasarkan langsung produk dipasar hewan yang ada di Kabupaten Rokan Hulu.</li> <li>2. Efisiensi biaya produksi dengan mengatur sumberdaya yang dimiliki secara maksimal</li> <li>3. Mengembangkan jenis kambing yang lebih tahan terhadap penyakit</li> </ol>

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam pemasaran kambing PT. Sei Deras Agrofarm, maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan, antara lain:

### **Strategi S-O**

Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) atau strategi kekuatan-peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah :

#### **Memperluas Pangsa Pasar**

Tinggi rendahnya penjualan produk pada kegiatan pemasaran selain dipengaruhi oleh tingkat pendapatan masyarakat juga dipengaruhi oleh target pasar barang yang diproduksi itu sendiri. Sebaran pasar ternak kambing yang luas di Kabupaten Rokan Hulu menjadi peluang bagi PT. Sei Deras Agrofarm untuk penjualan produknya. Untuk memperluas pasar PT. Sei Deras Agrofarm memiliki kekuatan yang cukup besar yaitu ketersediaan modal dan proses produksi yang tergolong cepat. Dukungan ketersediaan modal dapat dijadikan sebagai pendorong dalam meningkatkan kuantitas produksi juga sebagai penunjang dalam merambah pasar baru yang tersedia. Sedangkan reproduksi cepat dapat dijadikan sebagai penyeimbang antara kuantitas produksi yang akan dihasilkan dengan kebutuhan pasar yang ada.

#### **Memanfaatkan Teknologi Untuk Mendukung Reproduksi**

Proses reproduksi pada ternak kambing tentunya tidak terlepas dari campur tangan manusia mulai dari penentuan masa perkawinan hingga kambing beranak. Selain perkawinan alami kambing juga dapat dikawinkan dengan IB (inseminasi buatan) dan TE (transfer embrio). PT. Sei Deras Agrofarm dapat memanfaatkan teknologi tersebut untuk menunjang proses reproduksi ternaknya. Kelebihan lain dari teknologi ini adalah pemilik dapat memilih jenis embrio kambing sesuai dengan keinginan sehingga ragam produk bisa bertambah. Untuk mengatasi masalah kesehatan ternak di PT. Sei Deras Agrofarm selain menggunakan bahan alami juga menggunakan teknologi obat-obatan sesuai kebutuhan dan jenis sakit pada kambing tersebut sebagai antisipasi.

#### **Menjaga Kualitas Produk Serta Mutu Pelayanan**

Pandangan konsumen terhadap kualitas suatu produk tentunya berbeda-beda. Pada produk tertentu yang memiliki kegunaan yang sama kualitas produk terkadang di nomor duakan. Namun berbeda dengan produk hewan ternak, konsumen tetap

mengutamakan kualitas yang benar-benar bagus baik sebagai bibit maupun untuk konsumsi. PT. Sei Deras Agrofarm sejauh ini memproduksi dan menjual ternak kambing dengan tetap memperhatikan kualitasnya dengan tujuan agar konsumen merasa puas. Menjaga kualitas produk dapat dicapai dengan adanya koordinasi antara pemilik usaha dengan tenaga kerja. Hal yang dilakukan PT. Sei Deras Agrofarm untuk menjaga kualitas produknya ialah tetap memperhatikan pemeliharaan kambingnya, kualitas pakan, kebersihan kandang dan tetap memantau kesehatan ternak yang diusahakannya.

### **Strategi W-O**

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah

#### **Membuka jalur pemasaran baru**

Salah satu kelemahan usaha pemasaran kambing PT. Sei Deras Agrofarm ialah konsumen dengan kebutuhan skala besar terbatas. Jika perusahaan hanya menunggu konsumen datang dan membeli produk ternaknya di tempat usaha maka akan sulit bagi PT. Sei Deras Agrofarm untuk mencapai target penjualannya. Namun kelemahan tersebut dapat diatasi dengan melihat pendapatan masyarakat yang secara rata-rata meningkat disetiap tahunnya untuk membuka jalur pemasaran baru sebagai terobosan guna mendapat konsumen.

#### **Memanfaatkan teknologi obat-obatan untuk antisipasi masalah kesehatan ternak.**

Kemajuan teknologi bidang transportasi saat ini memang sangat terasa manfaatnya, Hadirnya sarana transportasi seakan memper pendek jarak antar daerah bahkan jarak antar negara. Dampak dari kemajuan teknologi transportasi pada bidang peternakan ialah sulitnya pemantauan lalulintas ternak, sehingga masuknya ternak dari daerah lain menjadi ancaman bagi ternak tempatan, hal itu karena dikhawatirkan ternak dari luar daerah membawa bibit penyakit namun tidak terdeteksi. Menghadapi keadaan tersebut PT. Sei Deras Agrofarm telah melakukan antisipasi menggunakan obat-obatan yang tersedia dan sesuai dengan kebutuhan serta berkoordinasi dengan pemerintah tentang penyakit kambing terkini dan cara penanganannya.

### **Strategi S-T**

Strategi S-T (Strength-Threat) atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah

#### **Menambah Ragam Produk**

Produk yang beragam secara tidak langsung dapat menarik minat konsumen untuk melihat produk perusahaan. Semakin banyak pilihan produk akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk sesuai keinginannya. Kondisi saat ini PT. Sei Deras Agrofarm secara bertahap telah menambah variasi produk teraknya. Ragam produk juga diharapkan dapat menjadi salah satu pendukung dalam menghadapi pesaing dari luar daerah. Saat ini produk yang dihasilkan oleh PT. Sei Deras Agrofarm ada lima jenis kambing yaitu sapera, saanen, alpen, jawa randu dan PE (hasil perkawinan kambing kacang dengan kambing etawa). Jika dilihat dari jenisnya kambing tersebut adalah kambing penghasil susu atau kambing perah, maka PT. Sei Deras Agrofarm dapat menambahkan produknya dengan jenis kambing potong misalnya kambing jenis angora, kacang murni, sahel, somali, spanis dan jenis kambing lain, namun tetap harus memperhatikan lingkungan adaptasinya.

#### **Menjalin Kerjasama Dengan Pengusaha Luar Daerah**

Menghadapi banyaknya pesaing usaha dari luar daerah langkah yang dapat dilakukan oleh PT. Sei Deras Agrofarm adalah memanfaatkan kekuatan modal dan ketersediaan produk dengan menjalin hubungan kerjasama luar daerah, namun tetap memperhatikan untung rugi dari kesepakatan kerjasama tersebut. sebagai contoh kerjasama dimaksud adalah suplay bibit ternak kambing. misalnya pemerintah Kabupaten Rokan Hulu mengadakan pengadaan bibit kambing sejumlah 100 ekor untuk klompok tani namun ketersediaan produk di PT. Sei Deras Agrofarm hanya 50 ekor maka kekurangannya dapat di ambil dari Perusahaan mitra begitu juga sebaliknya.

#### **Memperluas Lokasi Usaha Sebagai Antisipasi Perubahan Peraturan Pemerintah Tentang Lingkungan**

Memperhatikan peraturan pemerintah yang setiap saat dapat berubah terutama tentang lingkungan bidang peternakan. Dampak negatif peternakan adalah polusi udara dan lingkungan jika pengusaha mengabaikan dampak lingkungannya. Memperluas lokasi usaha sebagai antisipasi jarak pemukiman yang semakin dekat dengan lokasi perusahaan. Sejauh ini di PT. Sei Deras Agrofarm mengelola lingkungan dengan baik.

### **Strategi W-T**

Strategi W-T (Weakness-Threat) atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi W-T yang dapat dirumuskan adalah:

#### **Memasarkan Langsung Produk Dipasar Hewan Yang Tersedia di Kabupaten Rokan Hulu**

Usaha untuk meningkatkan kuantitas penjualan produk pada PT. Sei Deras Agrofarm dapat dilakukan dengan melakukan penjualan langsung kepasar hewan. Strategi ini dimaksud untuk menjangkau calon konsumen didaerah-daerah yang berpotensi untuk pengembangbiakan kambing. Tujuan lain ialah untuk memperdekat konsumen untuk mendapatkan produk yang dihasilkan PT. Sei Deras Agrofarm.

#### **Efisiensi Biaya Produksi**

Meningkatnya biaya produksi dan biaya upah tenaga kerja akan berdampak pada harga jual suatu produk. Langkah PT. Sei Deras Agrofarm mengantisipasi dampak tersebut ialah dengan efisiensi biaya produksi sehingga penjualan hasil produksi dapat dijalankan dan dapat mengatasi persaingan harga di pasaran.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran kambing di PT. Sei Deras Agrofarm berdasarkan matriks IFE dan matriks EFE memiliki kekuatan ketersediaan modal dan reproduksi cepat sedangkan kelemahannya adalah konsumen dengan kebutuhan ketersediaan modal skala besar terbatas. Dengan kekuatan yang dimiliki harusnya PT. Sei Deras Agrofarm mampu memanfaatkan peluang sebaran pasar yang luas dan mengantisipasi persaingan harga dari pesaing dari luar daerah. Posisi PT. Sei Deras Agrofarm berdasarkan matriks IE berada pada sel I pertumbuhan yang berarti posisi usaha PT. Sei Deras Agrofarm berada pada posisi yang kuat. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan produknya adalah : a. Memanfaatkan teknologi peternakan dalam proses reproduksi agar ketersediaan produk berkesinambungan tetap terjaga guna mendukung perluasan pangsa pasar dan menjaga kualitas produk serta pelayanan b. Mengusahakan pengembangan dan pelatihan bagi tenaga kerja berkompeten agar dapat menggunakan teknologi peternakan terkini dan membuka jalur pemasaran baru. c. Menjalin Kerjasama dengan pengusaha luar daerah agar dapat melengkapi kekurangan

ragam produk yang ada saat ini dan memperluas lokasi usaha sebagai antisipasi perubahan peraturan pemerintah tentang lingkungan

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amalia, D. R., & Ziaulhaq, W. (2022). Pelaksanaan Budidaya Cabai Rawit sebagai Kebutuhan Pangan Masyarakat Implementation of Cayenne Pepper Cultivation as Community Food Needs. *IJAEA: Indonesian Journal of Agriculture and Environmental Analytics*, 1(1), 27–36.
- Angga deviyanto, joni murti mulyo aji. (2023). *No Title*. 25(1), 529–537.
- Elisya, mutiara novrista, Fatah, L., & Husaini, M. (2021). *Frontier Agribisnis Financial Analysis Of Cayenne Pepper Farming in Liang Anggang District*. 5(1), 276–284.
- Fatmawati, irwan nooyo dan. (2021). *Kata kunci : cabai rawit, pemasaran, margin pemasaran*. 9(3), 169–180.
- Haeruddin, I. dan S. (2021). *Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Cabai Rawit ( Capsicum annum L) di Desa Sunju Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi*. 39–48.
- Hastuti, H., & Sari, A. N. A. (2020). Analisis Pemasaran Komoditas Cabai Rawit Merah di Desa Brajan, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 25(4), 524–532. <https://doi.org/10.18343/10.18343/jipi.25.4.524>
- Kelayakan, A., Jambu, U., Di, G., Gondangmanis, D., & Bandarkedungmulyo, K. (2021). *Vol. 1 No. 02 (2021) |. 1(02)*, 80–92.
- Lubis, P. H. (2022). Analisis Usahatani Dan Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Pantai Raja Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau Pekanbaru*, 1–124.
- Ngana, E. N., & Nendissa, D. R. (2020). Analisis Pasca Panen dan Kelayakan Usahatani Cabai Rawit pada Kelompok Tani dan Non Kelompok di Kelurahan Tarus Kecamatan Kupang Tengah Kabupaten Kupang. *Jurnal EXCELLENTIA*, IX(2), 126–130.
- Nurjannah, irna irvinia. (2021). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga cabai rawit di pasar karisa kabupaten jeneponto*.
- Syawal, H. (2022). *Analisis kelayakan finansial usahatani cabai di desa curio kecamatan curio kabupaten enrekang*.
- Yanto, B., Jufri, J., Lubis, A., Hayadi, B. H., & Armita, NST, E. (2021). Klarifikasi Kematangan buah nanas dengan ruang warna hue saturation intensity (HSI). *INOVTEK Polbeng - Seri Informatika*, 6(1), 135. <https://doi.org/10.35314/isi.v6i1.1882>