

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PETERNAKAN SAPI PERAH TERPADU (PESAT) SANGATTA, KALIMANTAN TIMUR BERDASARKAN BAURAN PEMASARAN 7P

Dinnia Nur Istighfarah¹⁾, Nafis Khuriyati²⁾, Novita Erma Kristanti²⁾

INTISARI

Sektor pertanian di Indonesia menghadapi tantangan dalam impor bahan baku susu, sebanyak 78% bahan baku susu masih didapatkan dari hasil impor. Ketergantungan pada impor bahan baku susu dapat berisiko pada fluktuasi harga internasional dan kerentanan terhadap gangguan pasokan global. Permasalahan ini menjadi peluang untuk mengembangkan peternakan sapi perah di Indonesia salah satunya di wilayah Kalimantan Timur. Terdapat peternakan sapi perah yang dinamakan Peteranakan Sapi Perah Terpadu (PESAT) yang berlokasi di kota Sangatta, Kalimantan Timur. Adanya integrasi proses bisnis pada PESAT yang meliputi pengelolaan peternakan sapi perah, pengelolaan produksi pakan ternak, produksi produk olahan susu segar, penjualan produk, sekaligus menjadi wisata edukasi menjadikan PESAT sebagai peternakan sapi perah yang terpadu. Namun ditemukannya permasalahan pada penjualan produk olahan susu, yaitu hasil produksi tidak seluruhnya dapat terjual. Kemampuan dalam menciptakan produk yang mampu bersaing dengan kompetitor sangat penting untuk dimiliki, agar kelangsungan bisnis PESAT dapat terus berjalan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan di PESAT. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan metode yang digunakan analisis *Critical Success Factor* untuk menemukan faktor kritis penentu kesuksesan bisnis PESAT berdasarkan elemen bauran pemasaran 7P, analisis SWOT untuk mengevaluasi kondisi perusahaan dan menyusun strategi yang disesuaikan dengan kondisi perusahaan, kemudian menyusun prioritas strategi menggunakan matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, strategi pengembangan bisnis yang diusulkan yaitu melakukan kegiatan marketing melalui media sosial dan memaksimalkan potensi faktor keberhasilan bisnis PESAT.

Kata kunci : analisis SWOT, *critical success factor*, peternakan sapi perah, *quantitative strategic planning matrix*, strategi bisnis

¹⁾Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Universitas Gadjah Mada

²⁾Dosen Departemen Teknologi Industri Pertanian, Universitas Gadjah Mada

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF PETERNAKAN SAPI PERAH TERPADU (PESAT) IN SANGATTA, EAST KALIMANTAN, BASED ON THE 7Ps MARKETING MIX

Dinnia Nur Istighfarah¹⁾, Nafis Khuriyati²⁾, Novita Erma Kristanti²⁾

ABSTRACT

The agricultural sector in Indonesia faces challenges in importing raw milk materials, as 78% of raw milk materials are still obtained through imports. Dependency on imported raw milk materials can pose risks due to fluctuations in international prices and vulnerability to global supply disruptions. This issue presents an opportunity to develop dairy cattle farming in Indonesia, including in the Kalimantan Timur region. There is a dairy cattle farm called Integrated Dairy Cattle Farm (PESAT) located in Sangatta, Kalimantan Timur. PESAT's integrated business processes, which include managing dairy cattle farms, animal feed production, fresh milk product manufacturing, product sales, and serving as an educational tourist attraction, make it a comprehensive dairy cattle farm. However, there is a problem with the sales of processed milk products, as not all production results can be sold. The ability to create competitive products is crucial for the sustainability of PESAT's business operation. Therefore, this research aims to design a business development strategy that can be implemented in PESAT. The research uses qualitative and quantitative descriptive analysis with the Critical Success Factor analysis method to identify critical success factors for PESAT's business success based on the 7P marketing mix elements, SWOT analysis to evaluate the company's condition and develop strategies tailored to the company's condition, and then prioritize strategies using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Based on the conducted research, the proposed business development strategy is to engage in marketing activities through social media and maximize the potential success factors of PESAT'S business.

Keywords : business strategy, critical success factor, diary farm, quantitative strategic planning matrix, SWOT analysis

¹⁾ Student of Agro-industrial Technology Department, Universitas Gadjah Mada

²⁾ Lecturer of Agro-industrial Technology Department, Universitas Gadjah Mada