

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SUSU KEFIR
DI DESA PANTE GAJAH KECAMATAN PEUSANGAN
KABUPATEN BIREUEN**

Monatun Hasanah¹, Saiful Hurri²

¹Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

²Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

Email: monatun.22121996@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada usaha susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen, tepatnya pada usaha susu kefir Ibu Rosnita, yang dilaksanakan pada bulan Maret 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, serta menyusun strategi pengembangan susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dapat diidentifikasi bahwa kekuatan utamanya adalah “produk berkualitas” dan kelemahannya “kapasitas produksi masih terbatas”. Sedangkan dari hasil analisis faktor eksternal, dapat diidentifikasi peluang utamanya adalah “kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi minuman sehat” dan ancamannya “terbatasnya bahan baku susu kambing”. Dari hasil analisis SWOT alternatif strategi yang sesuai untuk melakukan pengembangan usaha susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah menggunakan strategi agresif yaitu dengan cara “menjaga kepercayaan konsumen dengan berusaha menjaga kualitas produk agar permintaan selalu kontinu” dan “memanfaatkan pengalaman usaha sebagai upaya menjaga hubungan baik dengan para mitra untuk memudahkan memperoleh bahan baku dan memasarkan produk”.

Kata kunci :Strategi Pengembangan, Usaha Susu Kefir.

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional jangka panjang di bidang ekonomi berupaya untuk menciptakan struktur perekonomian yang seimbang, melalui pemanfaatan kekuatan dan kemampuan sektor pertanian yang tangguh untuk mendukung sektor lainnya termasuk sektor industri pengolahan. Sektor pertanian sebagai bagian dari sistem agribisnis memiliki subsektor peternakan yang berpotensi besar untuk terus dikembangkan. Salah satu komoditi penting pada subsektor

peternakan yang banyak diusahakan dalam industri pengolahan yaitu pengolahan susu sapi dan susu kambing.

Menurut data Dinas Peternakan Kabupaten Bireuen diketahui bahwa populasi ternak sapi betina dan kambing betina di Kabupaten pada tahun 2016 mencapai 41.029 ekor dan 23.398 ekor. Adapun rincian jumlah populasi 5 tahun terakhir dari masing-masing komoditi tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1. Populasi Ternak Sapi Betina dan Kambing Betina di Kabupaten Bireuen Tahun 2012-2016

Tahun	Sapi Betina (Ekor)	Pertumbuhan (%)	Kambing Betina (Ekor)	Pertumbuhan (%)
2012	35.197	-	20.027	-
2013	29.100	-17,32	22.900	14,35
2014	32.134	10,43	23.537	2,78
2015	36.758	14,39	22.487	-4,46
2016	41.029	11,62	23.398	4,05
Rata-rata	34.844	4,78	22.470	4,18

Sumber: Kabupaten Bireuen dalam Angka(2017)

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa secara garis besar dapat dikatakan bahwa populasi ternak sapi betina dan kambing betina di Kabupaten Bireuen dari tahun 2012-2016 rata-rata populasi setiap tahunnya cenderung meningkat, hanya di tahun 2013 populasi ternak sapi betina yang menunjukkan adanya penurunan sebesar 17,32% dan di tahun 2015 populasi ternak kambing betina menurun sebesar 4,46%. Adapun rata-rata peningkatan jumlah populasi ternak sapi betina di Kabupaten Bireuen selama 5 tahun terakhir mencapai 34.844 ekor, dengan persentase peningkatan pertahunnya sebesar 4,78% dan rata-rata peningkatan jumlah populasi ternak kambing betina mencapai 22.470 ekor, dengan persentase peningkatan pertahunnya sebesar 4,18%.

Peningkatan populasi ternak dan produksi susu yang diiringi oleh peningkatan konsumsi susu di Kabupaten Bireuen menunjukkan bahwa produk susu memiliki peluang yang besar untuk terus dikembangkan. Peluang tersebut dikarenakan susu merupakan produk yang dibutuhkan oleh banyak orang yang meliputi berbagai lapisan masyarakat. Hal ini juga dikarenakan fungsi susu sebagai salah satu sumber bahan pangan yang kaya protein dan gizi lainnya. Namun di

samping memperhatikan gizi yang terkandung di dalamnya, pola hidup masyarakat yang berkembang menyebabkan kecenderungan untuk memilih produk yang praktis, tahan lama, dan tersedia dalam berbagai pilihan rasa.

Adanya perubahan gaya hidup (*trend*) yang terjadi pada masyarakat dapat memberikan ide atau gagasan kepada para pelaku bisnis yang bersifat ekonomi kreatif dalam membuka usaha berbagai produk susu olahan, sekaligus ini sebagai salah satu solusi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Hal ini juga didukung oleh perkembangan teknologi saat ini yang sangat membantu pelaku bisnis untuk mengolah berbagai jenis produk susu olahan. Produk susu olahan diantaranya susu bubuk, susu kental manis, susu segar, susu pasteurisasi, yoghurt, susu kefir dan makanan lainnya yang mengandung susu seperti keju dan mentega.

Industri pengolahan susu mulai dilirik oleh banyak orang sebagai alternatif usaha produk minuman sehingga mampu meningkatkan pendapatan, demikian pula halnya di wilayah Kabupaten Bireuen, sebagaimana yang terlihat pada rincian Tabel berikut:

Tabel 2. Rincian Home Industri Produk Minuman Skala Kecil Menengah di Kabupaten Bireuen, tahun 2017

No	Komoditi Industri	Unit Usaha	Persentase (%)
1	Industri pengolahan kopi dan teh	34	50,00
2	Industri pengolahan susu dan kedelai	21	30,88
3	Industri pengolahan jamu	13	19,11
	Total	68	100

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM (2017)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa dari 68 unit industri produk minuman di Kabupaten Bireuen, terdapat 21 unit usaha industri pengolahan susu dan kedelai dengan persentase 30,88%. Dari sekian banyak industri pengolahan susu di Kabupaten Bireuen, adapun salah satunya berada di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan yaitu usaha pengolahan susu menjadi susu kefir yang dijalankan oleh Ibu Rosita sejak tahun 2012.

Susu kefir merupakan produk susu fermentasi yang umumnya terbuat dari bahan dasar susu, baik dari susu sapi maupun susu kambing. Rasa susu kefir didominasi rasa asam yang disebabkan oleh aktivitas bakteri asam laktat yang timbul pada proses fermentasi laktosa (Zakaria, 2009). Susu kefir merupakan salah satu produk olahan susu yang belum terlalu dikenal oleh masyarakat secara luas. Susu kefir berasal dari pegunungan Kaukasus di antara Laut Hitam dan Laut Kaspia, Rusia Barat Daya. Kefir memiliki nama yang berbeda-beda seperti *kepi*, *kippe*, *kapov*, *kephir* dan *kiaphir* (Usmiati, 2007).

Perkembangan susu kefir menjadi produk pangan diterima dengan baik oleh masyarakat. Susu kefir dapat dibuat dari berbagai jenis susu hasil perahan ternak. Namun produksi susu kefir saat ini didominasi oleh susu yang berasal dari susu sapi dan kambing. Hal ini dikarenakan susu kambing mengandung

sumber protein yang terbaik setelah telur. Protein lembut dan efek laksatifnya ringan sehingga tidak menyebabkan diare bagi pengonsumsinya. Minat masyarakat terhadap susu kefir kambing dikarenakan memiliki citarasa yang khas, lembut, asam, segar, dan memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh. Selain itu susu kefir kambing memiliki beberapa keunggulan dari susu segar, salah satunya mengandung bakteri probiotik yang berguna bagi pencernaan makanan dalam usus manusia.

Tumbuhnya minat masyarakat terhadap kebutuhan susu kefir memberikan peluang pasar yang besar. Beberapa pelaku usaha telah memanfaatkan peluang tersebut, termasuk salah satunya seperti yang dilakukan oleh Ibu Rosnita dengan memproduksi susu kefir yang terbuat dari bahan dasar susu kambing yang difermentasikan. Ibu Rosnita selaku pemilik usaha susu kefir melihat peluang yang baik bagi pertumbuhan bisnis ini, dikarenakan susu kefir ini mementingkan kesehatan konsumen, baik itu dari perencanaan usaha sampai dengan proses dan manfaatnya. Peluang pasar yang cukup besar namun diiringi dengan berbagai kendala baik internal maupun eksternal menyebabkan Ibu Rosnita harus memiliki strategi yang tepat sehingga dapat berkembang dan mampu bertahan di dunia usaha. Adapun perkembangan rata-rata jumlah produksi susu kefir Ibu Rosnita

dalam 5 (lima) tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 3. Produksi Susu Kefir Ibu Rosnita 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Jumlah Produksi (Botol)	Pertumbuhan (%)
1	2014	4.752	-
2	2015	5.040	6,06
3	2016	5.616	11,43
4	2017	6.192	10,26
5	2018	7.200	16,28
Rata-rata		5.760	11,01

Sumber: Pemilik Usaha Susu Kefir(2019)

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa setiap tahunnya produksi susu kefir Ibu Rosnita selalu menunjukkan adanya peningkatan, dari tahun 2014-2018 rata-rata peningkatannya sebesar 11,01%, dengan rata-rata produksi pertahunnya sebanyak 5.760 botol. Dari hasil observasi awal ke tempat pengolahan susu kefir Ibu Rosnita juga diketahui bahwa pemasaran produk susu kefir adalah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapatkan perhatian lebih, karena pemasaran merupakan salah satu kunci dalam pengembangan usaha.

Namun demikian, dalam pengembangan usaha produk susu kefir Ibu Rosnita juga tidak terlepas dari munculnya kendala yang harus dihadapinya, salah satunya masalah keterbatasan faktor produksi yang disebabkan oleh proses pengolahan susu kefir yang dilakukan oleh Ibu Rosnita cukup sederhana yaitu masih menggunakan alat-alat yang sederhana dan tidak berkapasitas tinggi atau belum menggunakan peralatan yang canggih. Kemudian naiknya/tingginya harga susu kambing yang merupakan bahan dasar utama produk susu kefir Ibu Rosnita, sehingga menyebabkan produktivitas susu kefir menjadi kurang maksimal. Pada sisi lain harga jual dari susu kefir itu sendiri sulit untuk naik, yang membuat para pengusaha kesulitan dalam menentukan harga jual dari produk.

Untuk menghadapi kendala-kendala tersebut, Ibu Rosnita selaku pemilik usaha susu kefir harus benar-benar bijak dalam menentukan strategi

pengembangan usaha berkaitan dengan bauran pemasaran yaitu dalam menentukan kesediaan produk, menentukan harga dan lain sebagainya. Manajemen strategi muncul sebagai reaksi terhadap perubahan lingkungan, yang mengharuskan pemilik usaha untuk selalu melakukan pengamatan dan evaluasi terhadap lingkungan internal maupun eksternalnya, sehingga pengusaha susu kefir akan dapat menentukan suatu strategi pengembangan usaha berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha tersebut dan juga berdasarkan peluang dan ancaman dari lingkungan usaha.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Susu Kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada usaha susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen, tepatnya pada usaha susu kefir Ibu Rosnita. Penentuan lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan alasan di Desa Pante Gajah terdapat usaha produksi susu kefir. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2019.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis ini didasarkan

pada logika untuk dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*Oppourtunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Theats*) (Rangkuti, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Deskriptif indentifikasi kondisi internal dan eksternal dalam menentukan strategi pengembangan usaha susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen sebagaimana dipaparkan pada Tabel 4. Faktor internal mencakup identifikasi kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal mencakup identifikasi peluang dan ancaman.

Tabel 4. Indentifikasi Kondisi Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal			
Kekuatan (<i>Strenght</i>)			Kelemahan (<i>Weakness</i>)
S1	Produk berkualitas	W1	Proses pengolahan masih tradisional
S2	Produk tidak mengandung bahan kimia berbahaya	W2	Kapasitas produksi masih terbatas
S3	Pemilik usaha sudah berpengalaman	W3	Kegiatan promosi belum optimal
Faktor Eksternal			
Peluang(<i>Opportunity</i>)			Ancaman (<i>Threat</i>)
O1	Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi minuman sehat	T1	Munculnya pesaing
O2	Tersedianya media pemasaran online	T2	Naiknya harga bahan baku
O3	Adanya mitra usaha	T3	Terbatasnya bahan baku susu kambing

Sumber: Data Primer (diolah), 2019

Setelah mengetahui dan memahami apasaja yang menjadi kondisi faktor internal dan eksternal dalam strategi pengembangan usaha susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen, maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisa terhadap faktor-faktor yang sudah diidentifikasi tersebut.

2. Analisis Matriks Internal dan Eksternal

Untuk menentukan suatu faktor kekuatan internal dan eksternal dapat dilakukan dengan analisa faktor kekuatan internal dan eksternal. Bobot masing-masing faktor internal dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Matrik Urgensi Faktor Internal

No	Faktor Internal	Faktor Yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
A	Produk berkualitas	X	A	A	A	A	F	4	26,7	*1
B	Produk tidak mengandung bahan kimia berbahaya	A	X	C	B	E	B	2	13,3	*3
C	Pemilik usaha sudah berpengalaman	A	C	X	C	E	F	2	13,3	*3
D	Proses pengolahan masih tradisional	A	B	C	X	D	D	2	13,3	*3
E	Kapasitas produksi masih terbatas	A	E	E	D	X	E	3	20,0	*2
F	Kegiatan promosi belum optimal	F	B	F	D	E	X	2	13,3	*3
								15	100	

Sumber: Data Primer (diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 5 di atas diketahui bahwa faktor internal yang sangat urgen ternyata dipengaruhi oleh produk berkualitas dengan skor 26,7%. Hal ini berdasarkan hasil perbandingan antar faktor internal. Perbandingan ini dilakukan dengan nalar yang objektif. Faktor yang paling berpengaruh dilihat dengan cara membandingkan antar faktor

internal kemudian ditabulasikan ke dalam tabel, diberikan nilai, diberikan bobot dan juga diberikan rangking. Adapun cara perangkingan ditentukan berdasarkan nilai bobot yang diperoleh, nilai bobot yang paling tinggi diberikan rangking *1 (bintang satu) dan demikian seterusnya sesuai dengan urutan nilai bobot..

Tabel 6. Matrik Urgensi Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Faktor Yang Lebih Urgen						Total NU	Bobot (%)	Rangking
		A	B	C	D	E	F			
A	Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi minuman sehat	X	A	C	A	E	A	3	20,0	*2
B	Tersedianya media pemasaran online	A	X	C	B	B	F	2	13,3	*3
C	Adanya mitra usaha	C	C	X	C	E	F	3	20,0	*2
D	Munculnya pesaing	A	B	C	X	D	F	1	6,7	*4
E	Naiknya harga bahan baku	E	B	E	D	X	F	2	13,3	*3
F	Terbatasnya bahan baku susu kambing	A	F	F	F	F	X	4	26,7	*1
								15	100	

Sumber: Data Primer (diolah), 2019

Berdasarkan Tabel 6 di atas diketahui bahwa faktor eksternal yang sangat urgen ternyata dipengaruhi oleh terbatasnya bahan baku susu kambing

dengan skor masing-masing 26,7%. Dari hasil analisis matrik urgensi faktor internal dan eksternal, maka dapat diambil tahap-tahap pengambilan keputusan untuk

menyusun beberapa strategi sesuai dengan hasil analisis matrik SWOT (Lampiran 2), sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan usaha susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen.

3. Analisis Diagram Posisi Kekuatan Internal-Eksternal Usaha

Dari hasil analisis matrik SWOT pada lampiran 2, maka dapat diketahui

diagram posisi kekuatan organisasi berdasarkan total nilai bobot (TNB) yaitu:

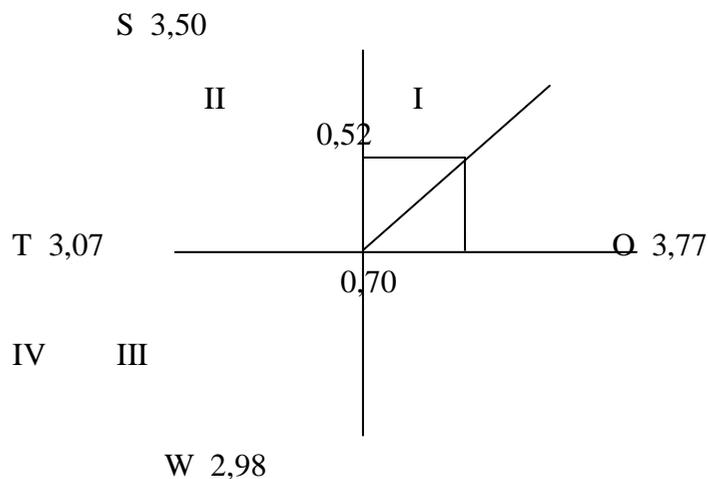
Kekuatan (<i>Strenght</i>)	= 3,50
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	= 2,98
Peluang (<i>Opportunity</i>)	= 3,77
Ancaman (<i>Threat</i>)	= 3,07

Diagram Posisi :

$$S - W = 3,50 - 2,98 = 0,52$$

$$O - T = 3,77 - 3,07 = 0,70$$

Menyusun peta kekuatan internal-eksternal:



Gambar 2. Peta Kekuatan Internal–Eksternal Usaha Susu kefir

Berdasarkan peta di atas diketahui bahwa posisi usaha berada pada kuadran 1 yaitu menandakan sebuah usaha yang kuat dan berpeluang artinya usaha tersebut memiliki kekuatan yang besar untuk meraih peluang yang sangat besar. Rekomendasi strategi yang disarankan adalah strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*), artinya usaha susu kefir Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi/ pengembangan usaha yaitu dengan cara memperbesar skala usaha dan memperluas wilayah

pemasaran dengan meraih peluang secara maksimal.

4. Analisis Matriks SWOT

Menurut Sianipar dan Entang (2008) setelah ditentukan faktor-faktor keberhasilan yang paling dominan untuk ditinjau lanjuti yang terdiri dari 2 faktor untuk masing-masing faktor internal dan faktor eksternal yaitu faktor yang memiliki total nilai bobot (TNB) terbesar. Analisis matrik SWOT untuk pengembangan usaha susu kefir setelah dipilih masing-masing 2 faktor yang memiliki total nilai bobot (TNB) terbesar, dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 7. Analisis Strategi SWOT Untuk Pengembangan Usaha Susu Kefir

	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Faktor Internal	S1 Produk berkualitas S2 Pemilik usaha sudah berpengalaman	W1 Kapasitas produksi masih terbatas W2 Proses pengolahan masih tradisional
Faktor Eksternal		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
O1 Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi minuman sehat	1. Menjaga kepercayaan konsumen dengan berusaha menjaga kualitas produk agar permintaan selalu kontinyu	1. Meningkatkan kapasitas produksi untuk dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin sadar akan produk sehat
O2 Adanya mitra usaha	2. Memanfaatkan pengalaman usaha sebagai upaya menjaga hubungan baik dengan para mitra untuk memudahkan memperoleh bahan baku dan memasarkan produk	2. Berusaha memproduksi dengan cara yang lebih modern dengan meminta dukungan para mitra usaha
Ancaman (<i>Threat</i>)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
T1 Terbatasnya bahan baku susu kambing	1. Mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kuantitasnya dengan melakukan usaha peternakan kambing perah sendiri	1. Meningkatkan kapasitas produksi dengan berusaha secara maksimal untuk memperoleh bahan baku susu kambing
T2 Naiknya harga bahan baku	2. Menjalin kerja sama dengan peternak penyedia susu kambing sebagai upaya menstabilkan harga dengan memberikan kepercayaan tentang lamanya pengalaman produksi	2. Berusaha memperoleh pinjaman modal untuk mendapatkan bahan baku susu kambing dan mengolahnya dengan lebih modern

Sumber: Data Primer (diolah), 2019

Dari hasil analisis SWOT di atas dapat dilihat alternatif strategi yang sesuai untuk melakukan pengembangan usaha susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen, dimana posisi perusahaan berada pada kuadran I yaitu kondisi yang sangat mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) yaitu dengan cara memaksimalkan kekuatan yang ada pada usaha susu kefir untuk memanfaatkan peluang melalui kegiatan

pengembangan usaha sehingga memperoleh keuntungan maksimal guna mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

5. Strategi dan Rencana Kerja

Sebagai landasan dalam upaya mencapai tujuan dan sasaran untuk mewujudkan kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) tentunya harus dilakukan dengan menggunakan strategi *strenght-*

opportunity (Strategi SO). Strategi ini dilakukan dengan cara memaksimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi pengembangan usaha susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dengan menggunakan seluruh kekuatan dan peluang yang ada dapat dilakukan dengan cara:

1. Menjaga kepercayaan konsumen dengan berusaha menjaga kualitas produk agar permintaan selalu kontinyu.
2. Memanfaatkan pengalaman usaha sebagai upaya menjaga hubungan baik dengan para mitra untuk memudahkan

memperoleh bahan baku dan memasarkan produk.

Meskipun kegiatan telah direncanakan dengan rinci dalam pelaksanaan terdapat kesulitan, hal ini terutama karena pelaksanaan rencana dimasa yang akan datang selalu mengandung ketidakpastian, perlu diwaspadai kesulitan yang akan terjadi dan ditentukan strategi yang cocok untuk menanggulangnya. Untuk itu perlu dirumuskan Faktor Kekuatan Kunci (FKK) keberhasilanstrategi dan rencana kerja sebagai berikut:

Tabel 8. Perumusan Faktor Kekuatan Kunci (FKK)

Faktor Kekuatan Kunci (FKK)		Alternatif Tujuan
Kekuatan Kunci	Peluang Kunci	
Produk berkualitas	Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi minuman sehat	Dengan adanya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi minuman sehat menjadi sebuah peluang usaha untuk memproduksi susu kefir dengan kualitas dan kuantitas yang semakin terjamin
Pemilik usaha sudah berpengalaman	Adanya mitra usaha	Dengan semakin berpengalamannya pemilik usaha, maka semakin mudah mendapat kepercayaan dari mitra usaha, baik untuk memperoleh bahan baku dan melakukan pemasaran produk

Sumber: Data Primer (diolah), 2019

Tabel di atas menjelaskan faktor kekuatan kunci dan peluang dalam menindak lanjuti isu dan permasalahan yang dihadapi sehingga apa yang diinginkan dimasa yang akan datang dapat dicapai dengan baik. Melalui faktor penetapan strategi yang diprioritaskan untuk pencapaian tujuan pengembangan usaha susu kefir diharapkan dapat terkontrol dengan baik sehingga mencapai pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal sesuai yang dengan diharapkan pengusaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya maka kesimpulan yang dapat diambil antara lain:

1. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dapat diidentifikasi bahwa kekuatan utamanya adalah “produk berkualitas” dan kelemahannya “kapasitas produksi masih terbatas”. Sedangkan dari hasil analisis faktor eksternal, dapat diidentifikasi peluang utamanya adalah “kesadaran

masyarakat untuk mengkonsumsi minuman sehat” dan ancamannya “terbatasnya bahan baku susu kambing”.

2. Berdasarkan hasil analisis SWOT alternatif strategi yang sesuai untuk melakukan pengembangan usaha susu kefir di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah menggunakan strategi agresif yaitu dengan cara “menjaga kepercayaan konsumen dengan berusaha menjaga kualitas produk agar permintaan selalu kontinyu” dan “memanfaatkan pengalaman usaha sebagai upaya menjaga hubungan baik dengan para mitra untuk memudahkan memperoleh bahan baku dan memasarkan produk”.

DAFTAR PUSTAKA

- Buckle, Tamime AY, Robinson EK. 2010. *Yoghurt Science and Technology*. London: Pergamon Press Ltd.
- Hernanto. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian, Edisi 3, LP3ES, Jakarta
- Jatmiko, RD . 2008. Pengantar Bisnis. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2). Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Siagian. 2009. Manajemen Strategi. <http://blog-siagian.blogspot.com>. Diakses tanggal [02Desember 2018].
- Sianipar dan Entang. 2008. Teknik-Teknik Analisis Manajemen. Bahan Ajar Diklat PIM Tingkat II.
- Soeharjo, Patong, 2003. Ilmu Usaha Tani. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia UNS. Surakarta.
- Soekartawi, 2002. Analisis Usahatani. Fakultas Ekonomi Uneversitas Indonesia. Jakarta.
- Soekartawi, 2007. Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern. Pustaka Harapan, Jakarta.
- Stanton, William J. 2007. Prinsip Pemasaran. Jakarta: Edisi ke Tujuh, Alih Bahasa Y. Lamarto, Erlangga.
- Supranto dan Nandan.2007. Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryana.2013. Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses.Jakarta Selatan. Salemba Empat
- Tjiptono. 2008. Manajemen Pelayanan Jasa. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Umar, H. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia.
- Usmiati. 2007. Strategi Pengembangan Usaha Susu Pasteurisasi [skripsi]. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Zakaria. 2009. Introduksi teknologi pengolahan susu pasteurisasi untuk meningkatkan pendapatan peternak sapi perah di Kunak Cibungbulang. Laporan Penelitian. Ilmu Produksi dan Teknologi Peternakan. IPB