

**STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING DI ADILLA GOAT FARM  
DESA JERUKSAWIT KECAMATAN GONDANGREJO KABUPATEN  
KARANGANYAR**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna memperoleh derajat Sarjana Pertanian  
di Fakultas Pertanian  
Universitas Sebelas Maret**

**Program Studi Agribisnis**



**Oleh :  
Haidar Ischak  
H0811104**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2016**

**STRATEGI PEMASARAN SUSU KAMBING DI ADILLA GOAT FARM  
DESA JERUKSAWIT KECAMATAN GONDANGREJO KABUPATEN  
KARANGANYAR**

**Yang diajukan dan disusun oleh :**

**Haidar Ischak**

**H0811104**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji**

**Pada : Oktober 2016**

**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Susunan Dewan penguji**

**Ketua**

**Anggota I**

**Anggota II**

**Prof. Dr. Ir. Suprapti Supardi, M.P  
NIP. 194808081976122001**

**Dr. Ir. Minar Ferichani, M.P  
NIP. 196703311993032001**

**Setyowati, S.P, M.P  
NIP. 197103221996012001**

**Surakarta, Oktober 2016**

**Mengetahui,  
Universitas Sebelas Maret  
Fakultas pertanian  
Dekan**

**Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S  
NIP 195602251986011001**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah ‘azza wa jalla yang dengan izin, rahmat serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Pemasaran Susu Kambing di Adilla Goat Farm Desa Jeruksawit Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana S1 Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak pernah lepas dari bantuan banyak pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, S.P, M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Dr. Ir. Sri Marwanti, M.S selaku Ketua Komisi Sarjana Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Prof. Dr. Ir. Suprpti Supardi, M.P selaku Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan arahan, nasihat, dan petunjuk selama proses belajar di Fakultas Pertanian dan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Ir. Minar Ferichani, M.P selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya untuk memberikan dukungan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Setyowati, S.P, M.P selaku Dosen Penguji yang telah banyak memberikan banyak masukan, saran serta arahan kepada peneliti.
7. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Pertanian, khususnya Program Studi Agribisnis.
8. Bapak Abdillah Anis selaku pemilik dari Adilla Goat Farm yang telah banyak membantu, memberikan izin, serta memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.

9. Kepala dan Staff Kesbangpol Kabupaten Karanganyar.
10. Kepala dan Staff Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Karanganyar.
11. Kepala dan Staff Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi & UMKM Kabupaten Karanganyar.
12. Ibuku tercinta Ida Ulfanah Bawazier, dan ayahku Ischak yang telah memberikan do'a, kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan yang tiada henti.
13. Keluarga besar dan orang terdekat yang telah memberikan semangat dan do'a.
14. Sahabat-sahabatku Gilang, Wisnu, Jajang, Pram, Derry yang telah memberikan canda tawa, kenangan-kenangan terindah, dan telah memberikan semangat, bantuan, motivasi, serta doa.
15. Sahabat-sahabatku Agribisnis 2011 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan keceriaan selama ini.
16. Adik-adik Agribisnis 2012, 2013, 2014 dan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan keceriaan selama ini.
17. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga segala kritikan maupun saran yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya karya ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.  
Amin

Surakarta,

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>xi</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	6
B. Landasan Teori.....	8
1. Susu .....	8
2. Susu Kambing .....	8
3. Adilla Goat Farm.....	11
4. Strategi .....	13
5. Pemasaran .....	15
6. Strategi Pemasaran .....	16
7. Proses Perumusan Strategi .....	17
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	26
D. Pembatasan Masalah .....	28
E. Definisi Operasional dan Konsep Pengukuran Variabel.....	29
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Metode Dasar Penelitian .....	33
B. Metode Pengumpulan Data .....	33
C. Jenis dan Sumber Data .....	34
1. Data Primer .....	34
2. Data Sekunder .....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
1. Wawancara.....	34
2. Observasi.....	35
3. Pencatatan .....	35
E. Metode Analisis Data .....	35
1. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal .....	35
a. Matriks IFE dan EFE .....	35

b. Matriks Internal-Eksternal (IE) .....	37
2. Alternatif Strategi Pemasaran .....	38
3. Prioritas Strategi Pemasaran atau Pengambilan Keputusan.....	40
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Kondisi Umum Adilla Goat Farm.....	43
1. Sejarah dan Perkembangan Adilla Goat Farm .....	43
2. Lokasi .....	43
3. Produksi .....	44
4. Keuangan.....	45
5. Pemasaran .....	46
a. Produk .....	46
b. Promosi .....	46
c. Harga .....	46
d. Distribusi .....	47
B. Faktor Internal dan Eksternal Adilla Goat Farm.....	47
1. Faktor Internal .....	48
a. Faktor Internal yang Menjadi Kekuatan .....	48
b. Faktor Internal yang Menjadi Kelemahan.....	50
2. Faktor Eksternal .....	52
a. Faktor Eksternal yang Menjadi Peluang .....	53
b. Faktor Eksternal yang Menjadi Ancaman.....	55
C. Posisi Adilla Goat Farm .....	57
1. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) .....	57
2. Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	58
3. Matriks Internal Eksternal (IE) .....	60
4. Matriks <i>Strenght, Weakness, Opportunities, Threath</i> (SWOT).....	61
5. Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSP) .....	68
D. Analisis Usaha Susu Kambing Adilla Goat Farm.....	72
1. Modal Investasi .....	72
a. Lahan.....	73
b. Kandang .....	73
c. Kambing.....	73
d. Tenaga Kerja .....	74
e. Peralatan.....	75
2. Analisis Usaha.....	75
a. Penjualan Susu Kambing .....	75
3. Analisis Untung/Rugi.....	76
a. Biaya Operasional Adilla Goat Farm.....	76
b. Analisis <i>Revenue Cost Ratio</i> (R/C Rasio).....	78
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Perbandingan Nutrisi Susu Sapi, Kambing, dan Manusia .....	10
Tabel 2. Matriks EFE .....	36
Tabel 3. Matriks IFE .....	36
Tabel 4. Matriks QSP .....	42
Tabel 5. Analisis Faktor Internal.....	48
Tabel 6. Analisis Faktor Eksternal .....	53
Tabel 7. Matriks IFE Susu Kambing Adilla Goat Farm .....	58
Tabel 8. Matriks EFE Susu Kambing Adilla Goat Farm .....	59
Tabel 9. Matriks SWOT Pemasaran susu kambing Adilla Goat Farm .....	62
Tabel 10. Matriks QSP Susu Kambing Adilla Goat Farm .....	70
Tabel 11. Modal Investasi Adilla Goat Farm.....	73
Tabel 12. Biaya Investasi Kambing Perah .....	74
Tabel 13. Biaya Tenaga Kerja.....	75
Tabel 14. Biaya Investasi Peralatan .....	75
Tabel 15. Biaya Operasional per Bulan di Peternakan Adilla Goat Farm .....	77
Tabel 16. Biaya Penyusutan .....	78
Tabel 17. Revenue / Penerimaan Adilla Goat Farm.....	79

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	28
Gambar 2. Matriks Internal-Eksternal .....	37
Gambar 3. Matriks SWOT .....	39
Gambar 4. Denah Lokasi Peternakan Adilla Goat Farm .....	44
Gambar 5. Denah Kandang Kambing Adilla Goat Farm.....	45
Gambar 6. Matriks IE Adilla Goat Farm .....	60



## RINGKASAN

Haidar Ischak. **“Strategi Pemasaran Susu Kambing di Adilla Goat Farm Desa Jeruksawit Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar”**, di bawah bimbingan Prof.Dr.Ir.Suprapti Supardi, M.P dan Dr.Ir.Minar Ferichani, M.P, Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Susu adalah salah satu hasil produksi peternakan dan merupakan kebutuhan manusia yang penting. Kandungan nutrisi didalamnya memenuhi kebutuhan seluruh gizi yang dibutuhkan oleh tubuh baik dalam rangka untuk pertumbuhan dan memelihara ketahanan tubuh agar tetap prima. Susu tidak hanya dari sapi, tapi juga dari beberapa hewan mamalia lainnya yang dihasilkan melalui peternakan, salah satunya adalah kambing. Susu kambing adalah susu yang dihasilkan oleh kambing betina setelah melahirkan, dalam jangka waktu 0-3 hari dihasilkan susu kolostrum yang mengandung sangat banyak zat gizi jika dibandingkan dengan susu sapi. Susu kambing pun biasanya dikonsumsi sekadarnya saja, atau lebih karena susu ini dianggap mampu menyembuhkan berbagai jenis penyakit, oleh karena itu susu kambing juga disebut sebagai produk minuman fungsional, dimana konsumen membeli khasiat yang terdapat pada susu kambing bukan membeli sekedar minuman susu. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, meskipun perusahaan memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pemasaran, merumuskan alternatif strategi pemasaran, dan menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran susu kambing di Adilla Goat Farm.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pemasaran susu kambing Adilla Goat Farm, mengidentifikasi alternatif strategi pemasaran susu kambing Adilla Goat Farm dan menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan di Adilla Goat Farm. Metode penelitian ini adalah deskriptif analitis. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja yaitu di peternakan kambing Adilla Goat Farm. Penentuan informan secara sengaja, yaitu pemilik Adilla Goat Farm, pegawai Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Karanganyar, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Karanganyar, pemasok bahan pakan, pesaing, serta konsumen susu kambing. Teknik analisis data menggunakan Matrik IFE, EFE, IE dan QSP.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan pemasaran Adilla Goat Farm adalah populasi ternak kambing yang cukup, produksi susu yang melimpah, permodalan yang cukup, jumlah tenaga kerja yang cukup, memiliki tempat yang strategis dalam memasarkan susu kambing, dan varian/rasa produk yang beragam. Faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan adalah kandang yang belum sesuai dengan standar untuk kambing perah, tidak adanya pembukuan yang jelas, tenaga kerja kurang berpengalaman dan bertanggung jawab, harga susu kambing lebih tinggi daripada pesaing, serta promosi dan periklanan belum maksimal. Faktor-faktor eksternal

yang menjadi peluang adalah hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar, pemerintah yang siap mendukung apabila diperlukan, konsumen berasal dari semua kalangan, jumlah produksi pesaing lebih rendah, serta adanya hubungan yang baik dengan pesaing/sesama peternak kambing. Faktor-faktor eksternal yang menjadi ancaman adalah pasokan bahan pakan hijauan kurang saat musim kemarau, aroma susu kambing yang masih asing untuk masyarakat, harga produk susu kambing pesaing lebih murah, promosi dan periklanan dari pesaing lebih maksimal, serta teknologi yang dimiliki pesaing lebih canggih. Berdasarkan matriks SWOT dapat direkomendasikan 3 alternatif strategi pemasaran untuk Adilla Goat Farm. Strategi tersebut yaitu membuat agrowisata peternakan kambing perah untuk anak-anak agar lebih mengenal manfaat susu kambing sejak dini, membuat inovasi produk lain dengan bahan baku susu kambing, serta perluasan pemasaran produk melalui promosi dan periklanan secara intensif agar lebih dikenal masyarakat luas. Prioritas strategi yang direkomendasikan untuk Adilla Goat Farm adalah perluasan pemasaran produk melalui promosi dan periklanan secara intensif agar lebih dikenal masyarakat luas. Saran yang diberikan kepada Adilla Goat Farm dalam penelitian ini adalah dengan mengadakan promo kupon diskon, pembuatan member bagi pelanggan Adilla Goat Farm dengan bonus khusus bagi member yang tergabung, serta menggunakan media periklanan radio dan pamflet/brosur, online, pembuatan akun media sosial, pembuatan situs web (*website*). Hal ini dilakukan untuk menjaring konsumen dari semua kalangan secara efektif.

## SUMMARY

Haidar Ischak. "**Marketing Strategy of Adilla Goat Farm's Milk in Jeruksawit, Gondangrejo, Regency of Karanganyar**", under the guidance of Prof.Dr.Ir.Suprapti Supardi M.P, and Dr.Ir.Minar Ferichani, M.P, Program study Agribussines. Faculty of Agriculture. Sebelas Maret University Surakarta.

Milk is one of the results of livestock production and an important human needs. The content of nutrients in it meet the needs of all the nutrients needed by the body properly in order to maintain growth and resistance of the body to stay fit. Milk not only from cows, but also of several other mammals produced by farms, one of which is a goat. Goat's milk is milk produced by female goats after give birth, within a period of 0-3 days produced milk containing colostrum with so many nutrients when compared to cow's milk. Goat's milk was usually consumed minimally, or because the milk is thought to cure a variety of diseases, therefore, goat milk is also referred to as a functional drink products, which consumers buy properties contained in goat milk instead of buying just milk. Marketing is a function that has the most contact with the external environment, even though the company has limited control over the external environment. Therefore, marketing plays an important role in the development strategy. This study aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats, formulate alternative marketing strategies, and prioritizing strategies that can be applied in the marketing of Adilla Goat Farm's milk.

This research aims to identify the internal and external factors in the marketing of goat milk, identifying alternative marketing strategies goat's milk, and prioritizing strategies that can be applied by Adilla Goat Farm. This research method is analytical descriptive. Locations were selected deliberately that in Adilla Goat Farm. Determination of informants deliberately, the owner of Adilla Goat Farm, an employee of the Department of Animal Husbandry and Fisheries Karanganyar Regency, the Department of Trade and Industry Karanganyar Regency, feed ingredient suppliers, competitors, and consumers of goat milk. Data were analyzed using matrix IFE, EFE, IE and QSPM.

The results showed that internal factors that became the marketing power Adilla Goat Farm is the population of goats enough, milk production is abundant, sufficient capital, the amount of labor that is enough, has a strategic place in marketing the goat milk, and variants / flavor products diverse. The internal factors of weakness is the cage is not in accordance with the standards for dairy goats, the absence of a clear accounting, labor is less experienced and responsible, goat milk prices higher than competitors, promotion and advertising not maximal. External factors that become an opportunity is a good relationship with nearby communities, the government is ready to support if necessary, consumers come from all circles, the competitors has a lower production, and has a good relationship with the competitor / fellow goat breeders. External factors that pose a threat is the supply of green feed less during the dry season, the smell of the goat milk are still unfamiliar to the public, the price of goat milk from a competitor is cheaper, promotion and advertising of competitors more leverage, and technology owned by a competitor more sophisticated. Based on the SWOT matrix can be

recommended three alternative marketing strategies for Adilla Goat Farm. The strategy is to make agrotourism farm dairy goats for children to be more familiar with the benefits of goat's milk early, making another product innovation from the goat milk, and the expansion of product marketing through intensive promotion and advertising to be more known. Priorities recommended strategy for Adilla Goat Farm is an extension of marketing products through intensive promotion and advertising to be more known. Advice given to Adilla Goat Farm in this research is to conduct promo discount coupons, making membership for Adilla Goat Farm's customer with special bonuses for members who registered, using advertising media radio and pamphlets / brochures, online, create social media accounts, and make a website to attract customers from all circles effectively.