

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi

Rangkuti dalam Hardianti (2019:8), mengatakan Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya manusia. Selanjutnya, Menurut Chandler dalam Lubis (2019:10), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat. Dalam merumuskan strategi, banyak pertimbangan yang perlu dilakukan, sehingga menghasilkan strategi yang tepat untuk mencapai target. Lebih lanjut Chandler dalam Lubis (2019:11-12) mengatakan bahwa terdapat tujuh aturan dasar dalam merumuskan suatu strategi sehingga memiliki tingkat presisi yang tinggi, yaitu:

1. Strategi harus menjelaskan dan menginterpretasikan masa depan, tidak hanya masa sekarang. Strategi yang disusun tentunya sudah memasukkan unsur estimasi atas banyak faktor yang mempengaruhi lingkungan eksternal untuk beberapa waktu ke depan, sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan yang sesuai dengan kondisi tersebut secara cepat dan tepat.
2. Arah strategi harus bisa menentukan rencana dan bukan sebaliknya. Bahwa strategi akan bergulir dari atas, sehingga perencanaan setiap unit fungsional akan menggambarkan strategi bisnis perusahaan.
3. Strategi harus berfokus pada keunggulan kompetitif, tidak semata-mata pada pertimbangan keuangan. Artinya, bahwa perusahaan harus memiliki pembeda dari perusahaan lain, sehingga memiliki peluang untuk menjadi keputusan konsumen.
4. Strategi harus diaplikasikan dari atas ke bawah, bukan bawah ke atas. Aplikasi strategi tentunya akan berorientasi kepada tujuan utama perusahaan, kemudian dilakukan breakdown sesuai dengan kapasitas fungsional perusahaan.
5. Strategi harus mempunyai orientasi eksternal. Pertumbuhan perusahaan terutama dipengaruhi oleh kondisi eksternalnya. Ketika perusahaan mampu mengantisipasi

kondisi eksternal, maka kemungkinan besar perusahaan akan dapat bertahan menghadapi krisis.

6. Fleksibilitas adalah hal yang sangat esensial. Disebabkan oleh fluktuatifnya lingkungan eksternal, maka strategi harusnya memiliki fleksibilitas dan kemampuan aplikasi yang tinggi yang mampu menyesuaikan dengan perubahan.
7. Strategi harus berpusat pada hasil jangka panjang. Sebagai sebuah konsep multi dimensi, maka strategi akan menggambarkan aktivitas yang diperlukan untuk mencapainya, yang mampu mengungkap visi jangka panjang.

2.2. Pengembangan Usaha

2.2.1. Pengertian Pengembangan Usaha

Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal tersebut tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya setiap hari. Menurut Rakib (2017:115) Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Sedangkan Menurut Suryanto dan Daryanto (2018:120), mengatakan bahwa usaha adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh perorangan atau kelompok untuk mendapat penghasilan dengan tujuan memperoleh keuntungan. Suatu usaha, memproduksi atau membeli barang atau jasa yang akan dijual ke pelanggan.

Harmaizar dalam Sridewi (2020:17) usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan di suatu daerah dalam suatu negara. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sudah ada maupun pekerjaan yang akan datang dengan meningkatkan kualitas usaha dengan menggerakkan pikiran dan tenaga untuk mencapai suatu tujuan.

2.2.2. Strategi Pengembangan Usaha

Nisisusanthro dalam Sridewi (2020:23) Dalam setiap pengembangan usaha akan berkaitan dengan peluang. Peluang untuk memasuki dunia wirausaha dapat dilakukan melalui berbagai kesempatan atau peluang yang terlihat oleh seseorang. Akan tetapi mungkin kesempatan atau peluang tersebut tidak terlihat oleh orang lain. Peluang dan kesempatan untuk memulai sebuah usaha sangat tergantung kepada persepsi dan pengalaman seseorang. Adapun strategi pengembangan usaha sebagai berikut:

1) Strategi produk

Kotler dalam Sridewi (2020:18), Dalam pemasaran produk, pelanggan akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik dan inovatif dalam hal ini memuaskan perhatian untuk membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya.

2) Harga

Assauri dalam Sridewi (2020:19) mengatakan Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Jika salah menentukan harga maka akan berakibat tidak lakunya produk yang ditawarkan.

3) lokasi dan distribusi

Buchari Alma dalam Sridewi (2020:20) mengatakan Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Untuk mendorong penjualan melalui saluran distribusi dapat dilakukan dengan memberikan diskon khusus, bonus dan periklanan.

4) Promosi

Lebih lanjut Buchari Alma dalam Sridewi (2020:23) mengatakan Promosi adalah sejenis komunikasi yang member penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

2.3. Usaha Sapi

Sugeng dalam Musdar (2017:20) mengatakan Sapi adalah hewan ternak terpenting sebagai sumber daging, susu, tenaga kerja dan kebutuhan lainnya. Sapi menghasilkan

sekitar 50% (45-55%) kebutuhan daging di dunia, 95% kebutuhan susu dan 85% kebutuhan kulit. Sapi sebagai hewan ternak belum diketahui secara pasti kapan mulai ditenakkan, sampai saat ini para ahli belum bisa menentukan secara pasti dimana dan kapan sapi mulai dijinakkan. Banyak ahli yang memperkirakan bahwa bangsa sapi berasal dari Asia Tengah, kemudian menyebar ke Eropa, ke seluruh kawasan Asia dan Afrika sedangkan Amerika, Australia dan Selandia Baru yang saat ini merupakan gudang bangsa sapi potong dan sapi perah jenis unggul tidak terdapat turunan sapi asli, melainkan hanya mendatangkan dari Eropa. Dari sejarahnya, semua sapi yang dikenal didunia berasal dari homoco dan tidae yang dijumpai pada zaman Palaecoceen dan jenis primitif ditemukan pada zaman Pliocene di India. Dimana diduga bahwa sapi yang tersebar di seluruh dunia, tadinya berasal dari satu genus Bos yang berpangkal disuatu pusat perkembangan asal, namun tempatnya tidak diketahui secara pasti.

Lebih lanjut Menurut Saragih dalam Musdar (2017:22) menyatakan tipologi usaha peternakan dibagi berdasarkan skala usaha dan kontribusinya terhadap pendapatan peternak, sehingga bisa diklasifikasikan ke dalam kelompok berikut: a. Peternakan sebagai usaha sampingan untuk mencukupi kebutuhan sendiri dengan tingkat pendapatan dari usaha ternaknya kurang dari 30%. b. Peternakan sebagai cabang usaha, peternak mengusahakan pertanian campuran (mixed farming) dengan ternak sebagai cabang usaha, dengan tingkat pendapatan dari usaha ternaknya 30-69,9% (semi komersil atau usaha terpadu). c. Peternakan sebagai usaha pokok, dimana peternak mengusahakan ternak sebagai usaha pokok dan komoditi pertanian lainnya sebagai usaha sampingan, dengan tingkat pendapatan usahaternak 70-99,9%. d. Peternakan sebagai usaha industri, dimana komoditas ternak diusahakan secara khusus (specialized farming) dengan tingkat pendapatan usaha ternak 100%.

Mengingat keadaan negara Indonesia yang merupakan negara agraris maka sektor pertanian tidak dapat terlepas dari berbagai sektor lain diantaranya sub sektor peternakan. Faktor pertanian dan penyebaran penduduk di Indonesia ini menentukan penyebaran usaha ternak sapi. Masyarakat peternak yang bermata pencaharian bertani tidak bisa lepas dari usaha ternak sapi, baik untuk tenaga kerja maupun pupuk sehingga maju mundurnya usaha ternak sapi sangat tergantung pada usaha tani. Usaha tani maju berarti menunjang

pengadaan pakan ternak berupa hijauan, hasil ikutan pertanian berupa biji-bijian atau pakan penguat (Sugeng dalam Musdar, 2017:23)

2.4. Analisis SWOT

2.4.1. Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Khair dalam Lubis (2019) Analisis Internal dan Eksternal Analisis lingkungan internal, merupakan kegiatan input yang sangat penting dalam merumuskan strategi, di mana analisis di lakukan terhadap kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang terdapat dalam perusahaan. Lingkungan internal dapat mempengaruhi strategi produksi operasi melalui kelangkaan (*scarcity*) dan keterbatasan (*constraints*) sumber daya manusia, melalui budaya perusahaan, lokasi, fasilitas, sistem pengawasan dan lain sebagainya. Perubahan lingkungan internal yang terjadi didalam perusahaan masih dapat untuk dikontrol karena berada didalam lingkungan operasi perusahaan. Analisis lingkungan internal akan meliputi kekuatan dan kelemahan yang meliputi beberapa fungsi yang mendukung kelancaran aktivitas perusahaan. Fungsi-fungsi yang secara umum berada dalam perusahaan adalah produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi.

Analisis lingkungan eksternal meliputi segala input yang berada di luar perusahaan. Lingkungan eksternal seperti persaingan, ekonomi, teknologi, informasi, pemerintah, suku bunga, perubahan nilai tukar, budaya, dan kondisi sosial dapat mempengaruhi operasi perusahaan, oleh karena itu perlu pertimbangan dalam memformulasikan strategi operasi. Analisis eksternal ini akan mengarahkan pada identifikasi terhadap peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) produksi operasi perusahaan. Lingkungan eksternal perlu lebih dicermati karena merupakan keadaan yang sulit untuk diprediksi. Hal yang berkaitan dengan inovasi merupakan salah satu hal yang berkembang sangat cepat dan memerlukan kepekaan manajemen. Peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan itu sendiri di mana perubahan struktural dapat terjadi yaitu munculnya isu perampangan struktur/restrukturisasi, pemutusan hubungan kerja dan lainnya.
2. Pasar yang dapat memburuk dengan faktor ekonomis dan sosial; dimana terjadi inflansi, devaluasi dan krisis moneter yang mempengaruhi daya beli pasar.

3. Persaingan dimana bahaya dan peluang baru mungkin muncul, karena setiap muncul produk/inovasi baru, tentunya sudah menjadi sebuah peluang untuk ditiru dan diadopsi.
4. Teknologi baru yang kemungkinan dapat menyebabkan fundamental produk, proses, dan lainnya. Teknologi tentunya mengalami perkembangan yang sangat cepat, terutama perusahaan yang mengadopsi strategi, yang mampu menyediakan dana besar untuk melakukan riset dan pengembangan.

2.4.2. Matriks SWOT

Amir dalam Lubis (2019) mengatakan SWOT merupakan teknik yang relatif sederhana. Karena itu, sebenarnya ia dapat digunakan untuk memformulasikan strategi dan kebijakan bagi setiap industri. Tentu saja analisis atau strategi yang dirumuskan dalam SWOT analisis bukanlah sebuah tujuan. Ia cuma alat yang memudahkan kita dalam menganalisis dan merumuskan strategi.

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Masing-masing alternatif strategi tersebut adalah:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*) Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST (*Strength-Threat*) Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.
3. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weakness-Threat*) Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

Tabel 2.1 Bentuk bagan matriks SWOT

	<i>Strengths (S)</i> Susunlah daftar kekuatan-kekuatan kunci internal perusahaan.	<i>Weaknesses (W)</i> Susunlah daftar kelemahan-kelemahan kunci internal perusahaan.
<i>Opportunities (O)</i> Susunlah daftar peluang-peluang kunci eksternal perusahaan.	<i>Strategi SO</i> Hasilkan strategi strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	<i>Strategi WO</i> Hasilkan strategi strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<i>Threats (T)</i> Susunlah daftar ancaman-ancaman kunci eksternal perusahaan.	<i>Strategi ST</i> Hasilkan strategi strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	<i>Strategi WT</i> Hasilkan strategi strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: Amir dalam Lubis (2019:27)

Tahapan proses penentuan strategi berdasarkan matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. Tentukan peluang-peluang penting bagi perusahaan.
2. Tentukan ancaman-ancaman serius bagi perusahaan.
3. Tentukan kekuatan-kekuatan utama internal perusahaan.
4. Tentukan kelemahan-kelemahan dominan internal perusahaan.
5. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kekuatan-kekuatan internal yang perlu dimanfaatkan dan peluang-peluang eksternal yang dicoba untuk diraih. Catat hasilnya dalam sel SO.
6. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan peluang-peluang eksternal yang dicoba untuk diraih. Catat hasilnya dalam sel WO.
7. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengombinasikan antara kekuatan-kekuatan internal yang ada dan ancaman-ancaman yang mungkin timbul. Catat hasilnya dalam ST.

8. Tentukan kegiatan-kegiatan penting yang perlu dilakukan setelah mengkombinasikan antara kelemahan-kelemahan internal yang ada dan ancaman eksternal yang mungkin timbul (Umar dalam Lubis 2019).

2.4.3. Matriks QSPM

QSPM adalah alat yang memungkinkan penyusun strategi untuk mengevaluasi faktor kunci internal dan eksternal. Teknik ini menentukan daya tarik relative dari berbagai strategi berdasarkan sejauh mana faktor kesuksesan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau ditingkatkan. Untuk merumuskan strategi yang akan digunakan dapat menggunakan matriks-matriks. Matriks ini dapat dibagi menjadi tiga tahapan kerangka kerja untuk membantu menganalisis dalam mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih strategi-strategi yang paling tepat. QSPM menggunakan input dari analisis beberapa tahap diantaranya:

1. Mencocokkan hasil dari analisis,
2. Memutuskan secara objektif di antara berbagai strategi alternatif. Matriks EFE dan Matriks IFE yang membentuk Tahap 1, bersama dengan Matriks SWOT yang membentuk Tahap 2, memberikan informasi yang dibutuhkan untuk membuat QSPM. (Rangkuti & David, 2017:184-185)

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan analisis strategi pengembangan sudah banyak dilakukan. Namun, demikian penelitian tersebut memiliki variasi faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha yang berbeda, lokasi penelitian, jumlah responden dan lain sebagainya. Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan analisis strategi pengembangan dapat disajikan di bawah ini.

Purba (2018:119) dengan judul Strategi Pengembangan di KSU Cipta Karya Nelayan Kota Medan, di TPI Pelabuhan Perikanan Samudera Belawan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 20 responden dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa analisis matriks IFE yaitu kekuatan utama yang dimiliki koperasi perikanan KSU Cipta Nelayan adalah program kerja yang jelas di TPI pelabuhan belawan dan kelemahan utamanya adalah jumlah modal yang dimiliki koperasi

terbatas, sedangkan hasil analisis matriks EFE menunjukkan peluang yang paling dominan adalah adanya pinjaman modal dari bank dan ancamannya adalah kurangnya kesadaran dalam berkoperasi.

Berdasarkan hasil strategi dari Kekuatan dan Peluang serta Kelemahan dan Peluang: memanfaatkan kebijakan pemerintah untuk pelatihan dan pembinaan, mempertahankan kualitas pelayanan dan terus meningkatkan volume penjualan dari unit usaha, memberikan pelayanan pinjaman yang mudah dan cepat, memperjelas struktur organisasi dan menetapkan sanksi tegas terhadap pelanggaran, menganalisis pengajuan kredit anggota, mengoptimalkan bantuan dari pemerintah berupa bbm bergulir sehingga modal yang ada pada koperasi dapat digunakan untuk jenis lainnya. Berdasarkan hasil strategi dari Kekuatan dan Ancaman serta Kelemahan dan Ancaman :memberikan penyuluhan dan melibatkan anggota dalam program-program koperasi , meningkatkan pelayanan terhadap anggota maupun non anggota, menjalin komunikasi yang baik pengurus antar anggota agar program yang dijalankan berjalan dengan baik, meningkatkan partisipasi dan kesadaran anggota, melakukan pinjaman dari bank agar usaha yang dijalankan berjalan dengan baik.

Wahyudi *dkk* (2021:553-554) melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Potong Rakyat (Studi Kasus Pada Kelompok Sri Rejeki Utama Di Desa Kalapasawit Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis). Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 13 responden dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor kekuatan yaitu tersedianya lahan sebagai basis pakan, pengalaman beternak cukup baik, akses transportasi dan sarana pendukung yang baik. Sedangkan faktor kelemahannya yaitu limbah belum dimanfaatkan, keterbatasan modal usaha peternak. 2) Faktor yang menjadi peluang yang ada yaitu kemudahan dalam memperoleh pakan, ketersediaan limbah pertanian yang melimpah, adanya teknologi IB di masyarakat, dukungan pemerintah daerah. Sedangkan yang menjadi faktor ancaman yaitu harga pakan konsentrat fluktuatif, belum adanya kerjasamanya kemitraan, adanya produk substitusi dan fluktuasi harga sapi. 3) Strategi pengembangan usaha di dalam kudran 1 maka strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Musdar (2017:65) melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Sapi potong di desa pangalloang Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 75 responden dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor strategi internal dan eksternal terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman: a. Kekuatan berupa potensi lahan yang mendukung, tingkat pengetahuan peternak yang cukup baik dan ketersediaan modal. b. Kelemahan berupa pengalaman peternak yang minim, usaha sapi potong belum menjadi usaha pokok, jarak kelahiran yang cukup lama. c. Peluang berupa kemudahan dalam memasarkan ternak sapi, sesuainya harga sapi di pasaran, adanya dukungan lembaga, dan kondisi lingkungan yang cukup aman. d. Ancaman berupa belum adanya teknologi yang mendukung usaha sapi potong, kondisi sarana dan prasarana yang belum memadai dan kurangnya program dan kebijakan pemerintah yang mendukung usaha ternak sapi. Strategi pengembangan sapi potong di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba yakni: a. Mengoptimalkan dan mengembangkan kemampuan internal peternak serta memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia b. Memberikan program pendampingan dan penyuluhan disertai dengan demonstrasi sehingga dapat meningkatkan kemampuan peternak c. Menjalin usaha kemitraan bersama pemerintah guna memanfaatkan peluang pasar d. Pengenalan teknologi pengolahan pakan berbasis limbah pertanian yang disesuaikan dengan kondisi wilayah setempat. e. Bekerjasama dengan pemerintah daerah setempat guna mengefektifkan usaha ternak. f. Penyediaan sarana prasarana penunjang usaha ternak.

Sitinjak dan Simanjuntak (2020:9) melakukan penelitian dengan judul Analisis Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha ternak sapi potong (studi kasus : Nagori Bah Joga Kecamatan Jawa Maraja Bah Jambi Kabupaten Simalungun). Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 44 responden dengan menggunakan teknik analisis Matriks SWOT hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang di butuhkan di lokasi penelitian adalah meningkatkan produksi dan mutu ternak serta menjalin kerja sama dengan pemerintah kabupaten simalungun dalam pengembangan ternak sapi potong.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

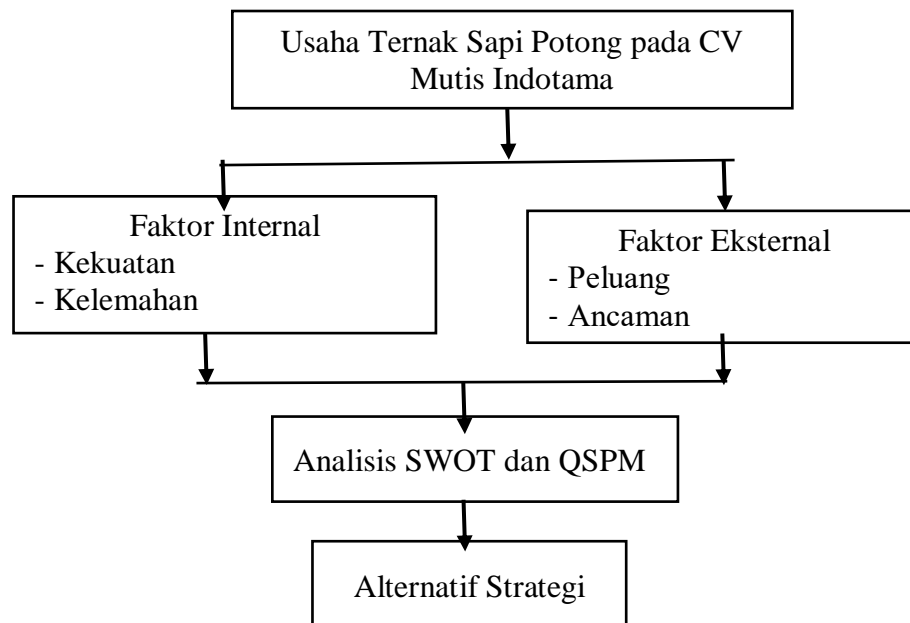
PENELITI	JUDUL	VARIABEL	ANALISIS	HASIL
Purba (2018)	Strategi Pengembangan Koperasi Perikanan Studi Kasus : KSU Cipta Karya Nelayan Kota Medan di TPI Pelabuhan Perikanan Samudera Belawan	Faktor Internal (Kekuatan, Kelemahan) dan Eksternal (Peluang, Ancaman)	Analisis SWOT	analisis matriks IFE yaitu kekuatan utama yang dimiliki koperasi perikanan KSU Cipta Nelayan adalah program kerja yang jelas di TPI pelabuhan belawan dan kelemahan utamanya adalah jumlah modal yang dimiliki koperasi terbatas, sedangkan hasil analisis matriks EFE menunjukkan peluang yang paling dominan adalah adanya pinjaman modal dari bank dan ancamannya adalah kurangnya kesadaran dalam berkoperasi.
Wahyudi dkk (2021)	Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Potong Rakyat (Studi Kasus Pada Kelompok Sri Rejeki Utama Di Desa Kalapasawit Kecamatan Lakkok Kabupaten Ciamis).	Faktor Internal (Kekuatan, Kelemahan) dan Eksternal (Peluang, Ancaman)	Analisis SWOT	Strategi pengembangan usaha di dalam kudran 1 maka strategi yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy)
Musdar (2017)	Strategi Pengembangan Sapi potong di desa pangalloang Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba.	Faktor Internal (Kekuatan, Kelemahan) dan Eksternal (Peluang, Ancaman)	Analisis SWOT	Strategi pengembangan sapi potong di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba yakni: a. Mengoptimalkan dan mengembangkan kemampuan internal peternak serta memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia b. Memberikan program pendampingan dan penyuluhan disertai dengan demonstrasi sehingga dapat meningkatkan kemampuan peternak c. Menjalin usaha kemitraan bersama pemerintah guna memanfaatkan peluang pasar d. Pengenalan teknologi pengolahan pakan berbasis limbah pertanian yang disesuaikan dengan kondisi wilayah setempat. e. Bekerjasama dengan pemerintah daerah setempat guna mengefektifkan usaha ternak. f. Penyediaan sarana

				prasarana penunjang usaha ternak.
Sitinjak dan Simanjuntak (2020)	Analisis Kelayakan Dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong (Studi Kasus : Nagori Bah Joga Kecamatan Jawa Maraja Bah Jambi Kabupaten Simalungun)	Faktor Internal (Kekuatan, Kelemahan) dan Eksternal (Peluang, Ancaman)	Analisis SWOT dan <i>Finansial</i>	meningkatkan produksi dan mutu ternak serta menjalin kerja sama dengan pemerintah Kabupaten Simalungun dalam pengembangan ternak sapi potong

Sumber: Kampus Terkait

2.6. Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono 2017:60). dibawah ini adalah gambaran kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual