

Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Peternakan Kambing Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Cucu Uwak Farm Nagari Taram Kabupaten 50 Kota)

Ewaldo Valensky¹, Sandra Dewi²

^{1,2} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi

e-mail: ewaldovalensky554@gmail.com , sandradewi@uinbukittinggi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan Cucu Uwak Farm, usaha jual beli kambing di Nagari Taram, Kabupaten Lima Puluh Kota, dalam meningkatkan pendapatan usaha. Meskipun telah beroperasi lebih dari 30 tahun secara turun-temurun, penjualan usaha masih berfluktuasi dan pemasaran yang dilakukan masih didominasi metode konvensional dengan pemanfaatan media digital yang belum optimal. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha, karyawan, serta pihak terkait yang dipilih secara purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Cucu Uwak Farm menerapkan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Kualitas produk dijaga melalui seleksi kambing yang sehat, harga ditetapkan kompetitif dengan margin kecil, serta lokasi usaha yang strategis mendukung distribusi. Namun, promosi masih bergantung pada pemasaran dari mulut ke mulut dan media sosial yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Matriks IFAS memperoleh skor 3,21 dan EFAS 3,05, sedangkan strategi SO menghasilkan skor tertinggi sebesar 3,92. Analisis SWOT menempatkan usaha pada Kuadran I (Growth Strategy), sehingga strategi yang disarankan adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar melalui penguatan promosi digital, perluasan jaringan pemasaran, dan peningkatan pengelolaan administrasi usaha.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Pendapatan Usaha

Abstrac

This study aims to analyze the marketing strategy implemented by Cucu Uwak Farm, a goat trading business located in Nagari Taram, Lima Puluh Kota Regency, to increase business income. Although the business has been operating for more than 30 years as a family enterprise, its sales have fluctuated over time, and its marketing activities remain largely conventional, with limited and inconsistent use of digital media. This study employed a

qualitative descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving the business owner, employees, and other relevant informants selected using purposive sampling. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that Cucu Uwak Farm applies the marketing mix strategy, consisting of product, price, place, and promotion. Product quality is maintained through careful selection of healthy goats, prices are set competitively with relatively low profit margins, and the business benefits from a strategic location that supports distribution. However, promotional activities still rely heavily on word-of-mouth marketing, while the use of social media has not been optimized. The SWOT analysis places Cucu Uwak Farm in Quadrant I (Growth Strategy), indicating that the most appropriate strategy is the Strength-Opportunity (SO) strategy, which focuses on leveraging internal strengths to seize market opportunities through strengthening digital promotion, expanding marketing networks, and improving business administration management.

Keywords: *Marketing Strategy, Marketing Mix, Business Income*

PENDAHULUAN

Bidang usaha merupakan serangkaian upaya akan dicoba satu orang ataupun golongan atas menawarkan benda siap pelayanan buat memperoleh profit ataupun keuntungan, bidang usaha pula dapat dibilang sediakan benda siap pelayanan buat ke lancaran sistem perekonomian. Bidang usaha selaku sesuatu sistem akan memproduksi benda siap pelayanan buat melegakan keinginan warga (Wijoyo dkk., 2021).

Salah satu zona akan mempunyai andil berarti intens perekonomian warga merupakan zona peternakan. Tidak hanya berperan selaku fasilitator keinginan pangan hewani, zona peternakan pula siap pangkal pemasukan buat warga, paling utama di wilayah pedesaan (Sodiq & Abidin, 2002, hlm. 3- 5).

Perihal akan rasanya sedang kurang menemukan atensi sungguh- sungguh intens amatan bidang usaha peternakan di tingkatan lokal merupakan gimana strategi penjualan betul- betul bertugas di alun- alun, bukan semata- mata intens kerangka filosofi (Nurhadi, 2023, hlm. 20).

Zona peternakan kambing, misalnya, atas cara biasa diketahui mempunyai permohonan akan relatif normal, apalagi mengarah bertambah atas momen- momen khusus semacam Hari Raya Idul Adha siap pergantian tahun.

Intens kondisi ini, kehadiran pelakon upaya jual beli kambing mempunyai kedudukan akan lumayan berarti, walaupun kerap kali bebas atas pancaran riset. Upaya jual beli kambing berperan selaku calo antara gembala atas pelanggan ataupun pasar akan lebih besar, atas membeli atas gembala, kemudian menjual balik atas pelanggan, orang dagang, ataupun pasar peliharaan.

Posisi ini menghasilkan pelakon upaya jual beli kambing selaku pelakon bidang usaha akan atas cara langsung merasakan titik berat atas 2 arah sekalian semacam instabilitas harga di tingkatan gembala di satu buatan, siap pergantian permohonan pasar di buatan akan lain (Amalia, Mardiyanti, & Jarang, 2023, hlm. 24). Kesuksesan upaya jual beli kambing, atas

begitu, amat tergantung atas gimana strategi penjualan diatur mulai atas metode mendapatkan cadangan, memastikan harga, sampai menjangkau konsumen akan lebih besar.

Cucu Uwak Farm akan berada di Nagari Taram, Kabupaten 5 Pulu Kota, ialah salah satu upaya akan beranjak intens aspek jual beli kambing. Kegiatan penting upaya ini merupakan membeli kambing atas gembala paling utama tipe Baba Etawa (PE) siap Jawarandu, setelah itu mendagangkannya balik lewat pasar peliharaan di Payobasuang, Payakumbuh, ataupun langsung atas pelanggan.

Bersumber atas hasil tanya jawab dini atas owner upaya, Cucu Uwak Farm sanggup menjual dekat 7-10 akhir kambing per pekan atas situasi wajar, atas harga jual antara Rp1. 000. 000 sampai Rp3. 000. 000 per akhir siap keuntungan berkisar Rp200. 000-Rp300. 000 per akhir. Nilai itu siap meningkat penting menjelang Idul Adha sampai 100 akhir, ataupun atas akhir tahun akan dapat menggapai 70–80 akhir. Suatu kemampuan akan, bila diatur atas strategi akan pas, perihal ini siap siap membuktikan kapasitas upaya akan jauh lebih besar atas akan dikala ini tercapai (Tanya jawab atas Owner Cucu Uwak Farm, Februari 2026).

Kemajuan daya muat pemasaran Cucu Uwak Farm atas tahun 2021 sampai 2025 siap diamati atas Bagan 1. 1 berikut:

Jumlah Penjualan atas Tahun 2021- 2025

No	Tahun	Penjualan
1	2021	451 ekor
2	2022	487 ekor
3	2023	464 ekor
4	2024	576 ekor
5	2025	532 ekor

Sumber data: Data Cucu Uwak Farm

Informasi atas bagan di atas membuktikan kalau daya muat pemasaran atas cara biasa hadapi kenaikan atas 2021 sampai 2024, tetapi ada penyusutan atas tahun 2023 siap balik menyusut atas tahun 2025.

Instabilitas ini menarik buat diperhatikan lebih lanjut, apakah penyusutan itu sekedar diefakkan oleh aspek eksternal semacam situasi pasar siap harga pakan, ataupun malah terdapat kaitannya atas belum optimalnya strategi penjualan. Rasanya kedua aspek itu silih mempengaruhi, walaupun susah memastikan mana akan lebih berkuasa tanpa analisa akan lebih menintens (Ajaran & Saptana, 2019, hlm. 29–30).

Bersumber atas tanya jawab dini, strategi penjualan akan diaplikasikan Cucu Uwak Farm sedang terkategori konvensional. Pemasaran dicoba paling utama lewat kedatangan langsung di pasar peliharaan tiap hari Pekan siap penyebaran data atas mulut ke mulut di area nagari.

Nagari Taram selaku area akan mempunyai ketersediaan tanah hijauan pakan peliharaan, situasi geografis akan mensupport, dan adat- istiadat warga akan semenjak lama berhubungan atas kegiatan memelihara, sesungguhnya menaruh kemampuan akan lumayan besar buat pengembangan upaya peternakan siap jual beli kambing. Tetapi kemampuan itu kelihatannya belum seluruhnya digunakan, paling utama sebab pendekatan penjualan akan diaplikasikan belum mengarah pasar atas cara maksimal. Buat Kotler siap Keller, strategi

penjualan ialah serangkaian usaha akan dicoba industri buat menggapai tujuan penjualan lewat pelampiasan keinginan pelanggan atas cara efisien siap perihal ini siap siap siap salah satu titik lemas akan butuh dibenahi oleh pelakon upaya jual beli kambing semacam Cucu Uwak Farm (Kotler & Keller, 2016, hlm. 27).

METODE PENELITIAN

Riset ini memakai tata cara kualitatif atas pendekatan deskriptif buat menganalisa strategi penjualan Cucu Uwak Farm intens tingkatan pemasukan upaya. Riset dilaksanakan di Nagari Taram, Kabupaten 5 Pulu Kota, atas informasi akan berasal atas informasi pokok lewat tanya jawab siap pemantauan dan informasi inferior atas novel, harian, siap akta pendukung. Informan diseleksi memakai metode purposive sampling akan terdiri atas owner upaya selaku informan penting dan pegawai siap pihak terpaut selaku informan pendukung. Metode pengumpulan informasi mencakup tanya jawab, pemantauan, siap pemilihan, sebaliknya analisa informasi dicoba lewat jenjang pengurangan informasi, penyajian informasi, siap pencabutan kesimpulan. Berikutnya, hasil riset dianalisis memakai analisa SWOT atas dorongan matriks IFAS siap EFAS buat mengenali daya, kelemahan, kesempatan, siap bahaya akan dialami upaya, alhasil siap ditetapkan posisi penting Cucu Uwak Farm atas kuadran SWOT dan diformulasikan strategi penjualan akan sangat pas intens tingkatan pemasukan upaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

a. Analisa strategi penjualan Cucu Uwak Farm

Strategi penjualan ialah sesuatu susunan pemograman akan disusun oleh sesuatu upaya intens menggapai tujuan penjualan atas memastikan target pelanggan akan pas (Hamid dkk., 2023, hlm. 30).

Intens memastikan strategi penjualan akan pas, dibutuhkan sesuatu tata cara analisa akan sanggup melukiskan situasi upaya atas cara global. Salah satu tata cara akan siap dipakai merupakan analisa SWOT, ialah analisa akan mengenali aspek intens berbentuk daya (strength) siap kelemahan (weakness), dan aspek eksternal berbentuk kesempatan (opportunity) siap bahaya (threat). Tidak hanya itu, strategi penjualan pula siap diperkuat lewat aplikasi rancangan bauran penjualan (marketing mix) akan terdiri atas 4 faktor penting, ialah produk (product), harga (price), tempat ataupun saluran penyaluran (place), siap advertensi (promotion). Keempat faktor itu siap pandangan berarti intens memastikan strategi penjualan akan efisien buat tingkatan energi saing siap pendapatan tujuan upaya.

1. Produk (Product)

Bersumber atas hasil tanya jawab atas owner Cucu Uwak Farm, strategi produk akan meraka jalani ialah pengurusan mutu peliharaan cocok atas keinginan pasar. Tipe kambing di Cucu Uwak Farm terdiri atas kambing Baba Etawa (PE) siap kambing Jawarandu. Kedua tipe kambing itu diseleksi sebab mempunyai permohonan akan lumayan besar, bagus buat keinginan peternakan, akikah, persembahan, ataupun mengonsumsi.

Owner Cucu Uwak Farm menarangkan kalau semua kambing akan ditawarkan oleh gembala atas biasanya senantiasa dibeli. Tetapi, sehabis cara pembelian dicoba, kambing itu hendak dipilih siap dikelompokkan bersumber atas situasi kesehatan dan potensinya. Kambing akan intens situasi sakit tidak langsung dijual atas pelanggan, melainkan dirawat terlebih dulu. Sehabis keadaannya pulih, kambing itu umumnya dialokasikan buat keinginan daging ataupun dijual atas rumah makan. Sedangkan itu, kambing akan mempunyai kemampuan selaku benih hendak dipromosikan atas gembala lain buat dikembangkan. Ada pula kambing akan penuh persyaratan kesehatan siap syariat hendak dipromosikan buat keinginan akikah ataupun persembahan.

Bersumber atas hasil pemantauan, cara pengelompokan itu membuktikan gimana mereka melindungi kualitas produk atas keinginan pelanggan.

Hasil riset membuktikan kalau strategi produk akan diaplikasikan oleh Cucu Uwak Farm lebih menekankan atas mutu peliharaan, pengelompokan produk cocok keinginan pasar, dan eksploitasi wawasan owner intens melindungi kesehatan kambing. Strategi itu siap salah satu usaha akan dicoba buat menjaga kebahagiaan klien siap tingkatkan energi saing upaya.

2. Harga (Price)

Bersumber atas hasil tanya jawab atas owner upaya, Cucu Uwak Farm mempraktikkan strategi penentuan harga berplatform daya muat ijab besar atas batas kecil (kerap diidentifikasi selaku pendekatan strategi bisnis berplatform rotasi kilat atau sistem batas pipih). Strategi ini berpusat atas kemampuan rotasi modal upaya lewat penentuan batas profit akan relatif kecil, ialah berkisar antara Rp200. 000 sampai Rp300. 000 per akhir. Pembuatan harga jual di tingkatan orang dagang bertabiat energik siap fluktuasi atas cara labil dampak efek situasi eksternal, paling utama aspek hawa siap ketersediaan cadangan (supply). Atas masa hujan, kerentanan peliharaan keatas penyakit semacam balut siap meriang bertambah, akan berefek atas penyusutan populasi peliharaan segar akan sedia dipromosikan. Situasi ketidakpastian situasi raga peliharaan iniengefakkan ketidakstabilan harga di pasaran. Tidak hanya itu, keterbatasan ataupun kelangkaan persediaan peliharaan di tingkatan gembala atas cara langsung mendesak eskalasi harga jual (price hike) cocok atas hukum ijab siap permohonan."

Intens melaksanakan usahanya, Cucu Uwak Farm memakai modal akan segenap berawal atas anggaran individu owner tanpa menggunakan pinjaman atas badan finansial. Bersumber atas hasil tanya jawab, modal akan diputar tiap pekan buat pembelian kambing menggapai dekat Rp15. 000. 000. Tidak hanya itu, owner pula menghasilkan bayaran operasional, salah satunya buat pembayaran daya pelacak rumput sebesar Rp25. 000 per keranjang. Pengurusan modal atas cara mandiri membuatkan kebebasan intens pengumpulan ketetapan, walaupun jumlah modal akan terbatas siap salah satu hambatan intens tingkatkan jumlah persediaan kambing.

3. Tempat (Place)

Bersumber atas hasil tanya jawab atas owner Cucu Uwak Farm, strategi tempat ataupun penyaluran akan diaplikasikan bermaksud buat memudahkan cara mendapatkan cadangan kambing sekaligus menjangkau pelanggan.

Intens aktivitas penjualan, Cucu Uwak Farm memakai 2 saluran penting, ialah pemasaran lewat pasar peliharaan siap pemasaran langsung di posisi upaya. Bersumber atas hasil tanya jawab, pasar peliharaan akan siap tempat penting penjualan merupakan Pasar Peliharaan Payobasuang akan diselenggarakan tiap hari Pekan. Lewat pasar itu, owner siap berjumpa langsung atas orang dagang ataupun pelanggan atas bermacam wilayah alhasil cara bisnis siap lebih gampang. Tidak hanya lewat pasar peliharaan, pemasaran pula dicoba atas cara langsung di posisi Cucu Uwak Farm.

Strategi tempat akan diaplikasikan oleh Cucu Uwak Farm menitikberatkan atas keringanan mendapatkan cadangan atas gembala lokal dan eksploitasi pasar peliharaan siap posisi upaya selaku saluran penyaluran penting. Strategi ini sanggup melindungi ketersediaan persediaan kambing sekaligus memudahkan pelanggan intens mendapatkan produk akan ditawarkan.

4. Advertensi (Promotion)

Bersumber atas hasil tanya jawab atas owner Cucu Uwak Farm, strategi advertensi akan diaplikasikan sedang didominasi oleh advertensi atas cara konvensional lewat komunikasi atas mulut ke mulut (word of mouth). Buat owner upaya, metode itu sedang siap alat advertensi akan sangat efisien sebab upaya jual beli kambing sudah dijalani atas cara bebuyutan sepanjang kurang lebih 30 tahun. Nama baik akan sudah dibentuk sepanjang bertahun-tahun membuat klien lama ataupun warga dekat lebih yakin keatas mutu kambing akan ditawarkan oleh Cucu Uwak Farm.

Bersumber atas hasil tanya jawab, salah satu pemicu belum optimalnya advertensi digital merupakan keterbatasan durasi siap daya akan dipunyai owner upaya. Kegiatan operasional, mulai atas mencari cadangan kambing, melaksanakan pemeliharaan peliharaan, sampai menjajaki aktivitas di pasar peliharaan, mengambil beberapa besar durasi alhasil advertensi lewat alat sosial belum siap dicoba atas cara teratur. Situasi itu menimbulkan owner lebih memercayakan jaringan klien lama siap saran atas warga dibanding advertensi atas cara digital.

b. Analisa SWOT Cucu Uwak Farm

1. Penyajian Data

Bersumber atas hasil tanya jawab atas owner, pegawai, siap pelanggan dan dibantu oleh hasil pemantauan, dikenal kalau strategi penjualan Cucu Uwak Farm sedang berpusat atas pemasaran ke pasar peliharaan siap atas mulut ke mulut. Walaupun begitu, sedang ada perbuatan hambatan, paling utama atas pandangan advertensi akan belum maksimal intens eksploitasi alat sosia

2. Pengenalan Aspek SWOT

Atas hasil analisa akan pengarang jalani, ada beberapa aspek SWOT akan pengaruhi strategi penjualan Cucu Uwak Farm intens tingkatan pemasukan, ialah selaku selanjutnya:

Daya (Strengths)

- a. Owner mempunyai kerangka balik paramedik veteriner alhasil menguasai kesehatan kambing atas bagus.
- b. Mempunyai pengalaman upaya jual beli kambing akan diwariskan turun menyusut sepanjang kuarang lebih 30 tahun.
- c. Mempunyai ikatan bagus atas gembala lain alhasil gampang mendapatkan persediaan kambing.
- d. Mempunyai klien senantiasa paling utama buat keinginan akikah siap qurban.
- e. Mutu kambing senantiasa dilindungi alhasil mendapatkan keyakinan pelanggan.

Kelemahan (Weakness)

Modal upaya sedang terbatas alhasil jumlah persediaan kambing belum siap ditambah atas cara maksimum.

- a) Modal upaya sedang terbatas
- b) Advertensi digital belum dicoba atas cara maksimal.
- c) Belum memiliki pencatatan finansial akan komplit.
- d) Pemasaran sedang tergantung atas pasar peliharaan siap klien lama.
- e) Belum menggunakan marketplace ataupun web selaku alat promosi

Kesempatan (Opportunity)

- a) Permohonan kambing lalu bertambah menjelang idul adha
- b) Permohonan kambing akikah lumayan normal selama tahun
- c) Alat sosial siap teknologi digital
- d) Banyak gembala lokal akan siap siap agen kambing
- e) Pemahaman masyarakat keatas mutu kambing terus mensiap meningkat

Bahaya (Thread)

- a) Harga kambing kerap hadapi fluktuasi
 - b) Kompetisi atas pelakon upaya jual beli kambing lain terus mensiap tinggi
 - c) Efek penyakit atas kambing
 - d) Pergantian energi beli masyarakat
- Cuaca akan tidak tentu siap pengaruhi situasi kambing

1. Analisis SWOT (Matrik SWOT)

Matriks SWOT Cucu Uwak Farm

	Daya (strengths) 1. Owner mempunyai wawasan mengenai kesehatan kambing 2. Pengalaman upaya lebih atas 30 tahun	Kelemahan (weakness) 1. Modal upaya sedang terbatas 2. Advertensi digital belum optimal 3. Belum mempunyai pencatatan finansial akan lengkap
--	---	--

	3. Mempunyai ikatan bagus atas gembala selaku pemasok 4. Mempunyai klien senantiasa buat keinginan akikah siap idul adha 5. Melindungi mutu kambing alhasil mendapatkan keyakinan konsumen	4. Pemasaran sedang tergantung atas pasar peliharaan siap klien lama 5. Belum menggunakan marketplace ataupun website
Kesempatan (opportunities) 1. Permohonan kambing bertambah menjelang iduladha 2. Permohonan kambing akikah normal selama tahun 3. Kemajuan alat sosial siap teknologi digital 4. Banyak gembala lokal selaku agen kambing 5. Pemahaman warga keatas mutu kambing terus mensiap meningkat	Strategi SO 1. Menggunakan pengalaman siap jaringan agen buat penuhi permohonan kambing dikala masa akikah siap iduladha 2. Menjaga mutu kambing supaya keyakinan pelanggan meningkat 3. Meningkatkan klien lewat jasa akan bagus siap ketersediaan persediaan kambing	Strategi WO 1. Menggunakan alat sosial siap marketplace selaku alat promosi 2. Membenarkan sistem pencatatan finansial supaya pengurusan modal lebih efektif 3. Menjalakan kegiatan serupa atas lebih banyak gembala buat kapasitas usaha
Bahaya (Threats) 1. Harga kambing berfluktuasi 2. Kompetisi upaya terus mensiap tinggi 3. Efek penyakit atas kambing 4. Pergantian energi beli masyarakat 5. Cuaca akan tidak menentu	Strategi ST 1. Melindungi mutu kambing supaya senantiasa mempunyai energi saing walaupun harga berfluktuasi 2. Memastikan harga akan bersaing bersumber atas pengalaman usaha 3. Melindungi ikatan atas gembala supaya persediaan senantiasa ada kala terjalin kelangkaan kambing	Strategi WT 1. Memaksimalkan advertensi digital supaya sanggup bersaing atas upaya sejenis 2. Mengatur modal atas cara efesien buat mengalami instabilitas harga 3. Tingkatkan pencatatan finansial siap perawatan kesehatan kambing buat kurangi efek kerugian

2. Matriks SWOT

1. Bobot nilai
 - a) 0,01: Sangat rendah
 - b) 0,05: Rendah
 - c) 0,10: Sedang
 - d) 0,15: Tinggi
2. Rating nilai
 - a) Rating 1: Tidak penting
 - b) Rating 2: Cukup penting
 - c) Rating 3: Penting
 - d) Rating 4: Sangat penting
3. Skor nilai

Buat meningkatkan skor nilai akan dihitung atas menggunakan formula sebagai berikut: $(SN=BN.RN)$

Keterangan

SN= Skor nilai

BN= Bobot nilai

RN= Rating nilai

Hasil Tabel Matriks IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)			
Pemilik memiliki kompetensi di bidang kesehatan ternak yaitu paramedik veteriner	0,13	4	0,52
Pengalaman usaha akan dilakukan turun menurun selama 30 tahun	0,12	4	0,48
Hubungan baik atas peternak lokal	0,10	3	0,30
Memiliki pelanggan tetap	0,09	3	0,27
Menjaga kualitas kambing sesuai kebutuhan pasar	0,11	4	0,44
Jumlah	0,55		2,01
Kelemahan (Weakness)			
Modal usaha masih terbatas	0,12	3	0,36
Promosi digital belum dilakukan secara optimal	0,10	3	0,30
Pencatatan keuangan belum tertata atas baik	0,08	2	0,16
Pemasaran masih bergantung atas pelanggan tetap dan promosi atas mulut ke mulut	0,08	3	0,16
Belum memanfaatkan website atau marketplace	0,07	2	0,21
Jumlah	0,45		1,20
Total IFAS	1,00		3,21

Bersumber atas kalkulasi matriks IFAS didapat angka 3, 21 akan membuktikan kalau kondisi intens Cucu Uwak Farm terkategori lumayan kokoh, sebab sanggup menggunakan daya akan dipunyai sekalian kurangi efek kelemahan intens melaksanakan usahanya. Aspek daya mendapatkan keseluruhan angka sebesar 2, 01, sebaliknya aspek kelemahan mendapatkan keseluruhan angka sebesar 1, 20. Perihal ini membuktikan kalau daya akan dipunyai Cucu Uwak Farm lebih berkuasa dibanding atas kelemahannya. Daya penting upaya terdapat atas kompetensi owner di aspek kesehatan peliharaan (paramedik veteriner), pengalaman upaya sepanjang lebih atas 30 tahun, ikatan akan bagus atas gembala lokal, kehadiran klien senantiasa, dan keahlian melindungi mutu kambing cocok keinginan pasar. Faktor- faktor itu siap modal berarti intens tingkatan keyakinan pelanggan siap menjaga keberlangsungan usaha.

Hasil Analisis Matriks EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunity)			
Permintaan kambing meningkat saat Iduladha	0,14	4	0,56
Permintaan kambing akikah stabil sepanjang tahun	0,12	4	0,48
Perkembangan media sosial dan teknologi digital	0,10	3	0,30
Banyak peternak lokal sebagai pemasok	0,09	3	0,27
Kesadaran masyarakat terhadap kualitas kambing meningkat	0,10	3	0,30
Jumlah	0,55		1,91
Ancaman (Threat)			
Fluktuasi harga kambing	0,13	3	0,39
Persaingan usaha semakin tinggi	0,11	3	0,33
Resiko penyakit kambing	0,08	2	0,16
Perubahan daya beli masyarakat	0,07	2	0,21
Cuaca tidak menentu	0,06	2	0,12
Jumlah	0,45		1,14
Total EFAS	1,00		3,05

Di buatan lain, Cucu Uwak Farm sedang mempunyai sebuatan kelemahan akan butuh dicermati, ialah keterbatasan modal upaya, advertensi digital akan belum maksimal, pencatatan finansial akan belum teratur atas bagus, penjualan akan sedang tergantung atas klien senantiasa siap advertensi atas mulut ke mulut, dan belum menggunakan web ataupun marketplace selaku alat penjualan. Walaupun begitu, kelemahan itu sedang siap diperbaiki lewat kenaikan strategi penjualan berplatform digital siap pengurusan upaya akan lebih bagus.

Atas begitu, hasil analisa matriks IFAS membuktikan kalau situasi intens Cucu Uwak Farm terletak atas jenis kokoh, alhasil upaya mempunyai keahlian akan bagus intens

menggunakan bermacam daya akan dipunyai buat mensupport strategi penjualan siap tingkatkan pendapatan

Bersumber atas hasil pengenalan aspek eksternal akan dihidangkan atas Bagan 4. 3 didapat keseluruhan angka EFAS sebesar 3, 05. Angka itu membuktikan kalau Cucu Uwak Farm mempunyai keahlian akan bagus intens menggunakan kesempatan akan ada dan mengalami bermacam bahaya atas area eksternal. Atas begitu, situasi eksternal upaya siap dikategorikan bagus, sebab kesempatan akan dipunyai lebih besar dibanding bahaya akan dialami.

Hasil analisa membuktikan kalau aspek kesempatan mendapatkan keseluruhan angka sebesar 1, 91, sebaliknya aspek bahaya mendapatkan keseluruhan angka sebesar 1, 14. Perihal ini membawa alamat kalau kesempatan akan ada buat Cucu Uwak Farm lebih berkuasa dibanding bahaya akan dialami. Kesempatan penting akan dipunyai antara lain melonjaknya permohonan kambing menjelang Hari Raya Idulkurban, permohonan kambing buat keinginan akikah akan relatif normal selama tahun, kemajuan alat sosial siap teknologi digital selaku alat penjualan, tersedianya banyak gembala lokal selaku agen kambing, dan melonjaknya pemahaman warga keatas mutu peliharaan.

Di buatan lain, ada perbuatan bahaya akan siap mempengaruhi kemajuan upaya, ialah instabilitas harga kambing di pasaran, melonjaknya kompetisi upaya, resiko penyakit atas kambing, pergantian energi beli warga, dan situasi cuaca akan tidak tentu. Bahaya itu berpotensi mempengaruhi bayaran operasional, jumlah pemasaran, ataupun profit upaya bila tidak diduga atas bagus.

Bersumber atas hasil analisa matriks EFAS itu, siap disimpulkan kalau Cucu Uwak Farm mempunyai kesempatan akan lumayan besar buat meningkatkan usahanya. Oleh sebab itu, upaya butuh menggunakan kesempatan akan terdapat lewat kenaikan strategi penjualan, ekspansi jaringan klien, dan eksploitasi alat digital atas cara lebih maksimal supaya sanggup tingkatkan pemasukan sekalian mengalami bermacam bahaya atas area eksternal.

1. Analisa bagan berat siap skor

Sehabis dicoba analisa keatas strategi SWOT akan meliputi strategi SO, strategi WO, strategi ST, siap strategi WT, tahap berikutnya merupakan melaksanakan analisa bagan berat angka. Analisa ini dicoba buat memastikan strategi akan sangat pas dicoba Cucu Uwak Farm intens tingkatkan pendapatan.

Bobot Skor atas Matriks SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	(S)	(W)
(O)	Total skor SO $2,01 + 1,91 = 3,92$	Total skor WO $1,20 + 1,91 = 3,11$
(T)	Total skor ST $2,01 + 1,14 = 3,15$	Total skor WT $1,20 + 1,14 = 2,34$

Siap disimpulkan kalau strategi akan mendapatkan angka paling tinggi merupakan strategi SO (Strength- Opportunity) atas angka 3, 92. Perihal ini membuktikan kalau

strategi akan sangat pas dicoba Cucu Uwak Farm merupakan strategi SO. Situasi itu membuktikan kalau Cucu Uwak Farm mempunyai daya akan siap digunakan buat menggunakan kesempatan akan terdapat, alhasil siap tingkatkan pemasukan siap menjaga kompetisi atas pelakon jual beli kambing akan lain.

PEMBAHASAN

Bersumber atas hasil riset akan sudah dijabarkan, ditemui kalau strategi penjualan akan dijalani Cucu Uwak Farm atas cara biasa selaras atas rancangan bauran penjualan akan siap alas filosofi intens riset ini, walaupun ada beberapa pandangan akan belum diaplikasikan atas cara maksimal. Ditinjau atas buatan produk, upaya ini membuktikan kesesuaian akan lumayan kokoh atas filosofi penjualan, di mana mutu siap kesesuaian produk atas keinginan pelanggan ditempatkan selaku aspek determinan keberlangsungan upaya. Cara pemilahan siap pengelompokan kambing bersumber atas situasi kesehatan siap potensinya, akan dibantu oleh kerangka balik owner selaku paramedik veteriner, menampilkan kalau Cucu Uwak Farm tidak semata-mata mengejar daya muat pemasaran, melainkan pula melindungi standar produk supaya senantiasa cocok atas keinginan pasar, bagus buat mengkonsumsi, pembenihan, ataupun ibadah akikah siap persembahan. Penemuan ini searah atas hasil riset Nadial akan membuktikan kalau aplikasi bauran penjualan, tercantum pandangan produk, sanggup menolong pelakon upaya peternakan menjaga sekaligus tingkatkan pendapatannya, walaupun subjek atas riset itu merupakan gembala ayam petelur akan berfungsi selaku produsen langsung, berlainan atas posisi Cucu Uwak Farm selaku pengepul akan siap perantara. Perbandingan posisi ini ikut melainkan riset ini atas riset Febrian siap Rais, akan walaupun bersama menerangkan kedudukan berarti strategi penjualan intens meningkatkan pemasukan upaya peternakan, senantiasa berpusat atas gembala selaku produsen.

Atas pandangan harga, Cucu Uwak Farm mempraktikkan strategi batas kecil atas rotasi modal akan kilat, di mana harga jual bertabiat energik siap amat dipengaruhi oleh situasi hawa dan ketersediaan cadangan peliharaan. Instabilitas harga akan terjalin, paling utama dampak menyusutnya populasi peliharaan segar atas masa hujan ataupun kelangkaan persediaan di tingkatan gembala, siap tantangan akan lumayan jelas intens melindungi kemantapan pemasukan upaya. Situasi ini menerangkan kalau harga intens bidang usaha jual beli kambing amat tergantung atas metode pasar siap kaitan cadangan, suatu gairah akan memenuhi riset atas kepala karangan Strategi Blantik intens Tata cara Penjualan di Pasar Konvensional Binatang Dimoro Blitar. Hal kedudukan blantik di pasar binatang konvensional, karena keduanya bersama menaruh bintang film perantara selaku pihak akan wajib berunding atas metode pasar akan labil.

Atas pandangan tempat ataupun penyaluran, eksploitasi Pasar Peliharaan Payobasuang selaku saluran penjualan penting, akan digabungkan atas pemasaran langsung di posisi upaya, membuktikan kalau Cucu Uwak Farm sudah mempunyai rute penyaluran akan lumayan nyata siap berdaya guna, searah atas riset Rega dkk, akan pula menaruh pasar binatang konvensional selaku ruang penyaluran penting buat pelakon upaya perantara peliharaan. Tetapi, bila dibanding atas penemuan Novianty atas kepala karangan Kesempatan Penjualan Digital Produk Hasil Peliharaan Kambing Baba Etawa atas Usahatani Peliharaan Bernilai Kecil, akan membuktikan kalau alat sosial siap program digital sanggup membuka

kesempatan ekspansi pasar buat produk hasil peliharaan kambing tanpa menaikkan bayaran penjualan atas cara penting, nampak kalau Cucu Uwak Farm belum menggunakan kemampuan itu, alhasil capaian pasarnya sedang siap diperluas.

Sedangkan itu, atas pandangan advertensi, strategi akan diaplikasikan sedang didominasi oleh komunikasi atas mulut ke mulut akan tercipta atas nama baik upaya sepanjang kurang lebih 3 puluh tahun. Keyakinan akan tersadar atas cara bebuyutan ini siap modal sosial akan kokoh, namun atas dikala akan serupa menampilkan kalau Cucu Uwak Farm belum menggunakan advertensi digital atas cara maksimal. Kesenjangan ini balik menerangkan relevansi penemuan atas kepala karangan Kesempatan Penjualan Digital Produk Hasil Peliharaan Kambing Baba Etawa atas Usahatani Peliharaan Bernilai Kecil, hal besarnya kemampuan advertensi digital atas produk peliharaan kambing, sekalian membuktikan perbandingan atas riset Estefany, Masruchin, siap Latifah atas UMKM Desa Pia, akan sukses tingkatkan pemasukan sehabis mempraktikkan strategi pembuatan, targetting, siap positioning bersama bauran penjualan berplatform syariah atas cara lebih tertata.

Ditinjau atas cara totalitas, hasil pemetaan situasi intens Cucu Uwak Farm membuktikan keseluruhan angka sebesar 3, 21, atas angka daya sebesar 2, 01 lebih berkuasa dibanding angka kelemahan sebesar 1, 20, sedangkan situasi eksternal membuktikan keseluruhan angka sebesar 3, 05, atas angka kesempatan sebesar 1, 91 lebih besar dibanding angka bahaya sebesar 1, 14. Kombinasi kedua situasi ini menaruh Cucu Uwak Farm atas posisi strategi kasar atas angka paling tinggi sebesar 3, 92, ialah situasi upaya akan lebih pas ditunjukkan atas eksploitasi daya atas cara maksimum buat membekuk kesempatan pasar. Penemuan ini ikut menguatkan posisi riset ini di antara amatan terdahulu, khususnya apabila dibanding atas riset Nadya Silva Bayihi akan memakai pendekatan kuantitatif- kualitatif berplatform pembobotan matriks buat memastikan prioritas strategi penjualan kambing lokal. Sekalipun pendekatan akan dipakai berlainan, kedua riset bersama hingga atas kesimpulan kalau daya intens upaya, paling utama akan berhubungan atas kedekatan siap mutu layanan, siap modal penting intens memastikan arah strategi penjualan akan sangat relevan buat diaplikasikan. Keterkaitan atas penemuan ini membuktikan kalau pengembangan upaya Cucu Uwak Farm ke depan butuh difokuskan atas optimalisasi daya akan sudah dipunyai buat menggunakan kesempatan pasar atas cara lebih maksimum. Pengalaman upaya akan jauh, ikatan bagus atas gembala, siap keyakinan pelanggan akan sudah tersadar siap disiapkan modal penting intens meluaskan pangsa pasar, paling utama atas momentum permohonan besar semacam Idulurban siap masa akikah. Eksploitasi advertensi digital akan lebih tertata pula siap tahap penting akan butuh lekas didapat, tanpa wajib meninggalkan pendekatan konvensional berplatform keyakinan akan sepanjang ini teruji efisien. Di sisi itu, kelemahan intens berbentuk keterbatasan modal siap pencatatan finansial akan belum teratur atas bagus senantiasa butuh menemukan atensi atas cara berangsur- angsur, supaya tidak membatasi aplikasi strategi kasar akan sudah diidentifikasi. Selaku upaya akan dijalani intens kerangka nilai- nilai Islam, arah pengembangan Cucu Uwak Farm pula searah atas prinsip akan ditemui atas riset Estefany, Masruchin, siap Latifah dan Diana kekal dkk, ialah kalau strategi penjualan akan bagus buat upaya berplatform syariah tidak semata mengarah atas profit, melainkan pula atas pandangan keberkahan intens melaksanakan upaya. Atas begitu, strategi penjualan akan sangat relevan buat Cucu Uwak Farm intens tingkatkan pemasukan merupakan strategi

ekspansif akan menggunakan daya upaya atas cara maksimum buat merespons kesempatan pasar, tanpa melalaikan koreksi pengurusan intens ataupun nilai- nilai syariah akan siap alas upaya ini dijalankan.

KESIMPULAN

Bersumber atas hasil riset, siap disimpulkan kalau strategi penjualan Cucu Uwak Farm sudah mempraktikkan bauran penjualan (marketing mix) akan mencakup produk, harga, tempat, siap advertensi. Mutu produk dilindungi lewat pemilahan peliharaan, harga diresmikan atas cara bersaing, posisi upaya mensupport penyaluran, sebaliknya advertensi sedang didominasi penjualan atas mulut ke mulut siap eksploitasi alat sosial akan belum maksimal. Hasil analisa SWOT membuktikan kalau Cucu Uwak Farm terletak atas Kuadran I (Growth Strategy) atas angka IFAS 3, 21 siap EFAS 3, 05, akan berarti upaya mempunyai daya intens siap kesempatan eksternal akan besar buat bertumbuh. Oleh sebab itu, strategi akan dianjurkan merupakan Strength–Opportunity (SO), ialah menggunakan daya upaya lewat kenaikan mutu kambing, optimalisasi advertensi digital, ekspansi jaringan penjualan, penguatan kegiatan serupa atas gembala, dan koreksi administrasi upaya buat tingkatan energi saing, daya muat pemasaran, siap pemasukan atas cara berkepanjangan.

REFERENCES

- Ahmad Nurhadi, Strategi *Pemasaran (Marketing Strategy)* (Bengkulu–Yogyakarta: Yayasan Sahabat Alam Rafflesia, 2023), 20.
- Diana Lestari, Masruchin, dan Fitri Nur Latifah, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah atas UMKM Franchise Pentol Kabul intens Meningkatkan Pendapatan," Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance 5, no. 1 (2022).
- Etawa*. Jakarta: Agromedia Pustaka, 2002, hlm 3-5
- Febriansyah, Yanda, Anzu Elvia Zahara, dan Muhammad Subhan. "Strategi Pemasaran Produk intens Meningkatkan Volume Penjualan Home Industry Kerupuk Bawang Putri Tanjung Kota Jambi." Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen 1, no. 4 (2023).
- Hakim, Abdul. "Pengaruh Biaya Produksi terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit di Kecamatan Segah." Jurnal Ekonomi STIEP 3, no. 2 (2018): 31–38.
- Ilham, Nyak, dan Saptana. "Fluktuasi Harga Telur Ayam Ras dan Faktor Penyebabnya." Analisis Kebijakan Pertanian 17, no. 1 (2019): 27–38. <https://doi.org/10.21082/akp.v17n1.2019.27-38>.
- Iliza, Ika Nur, Indah Ayu Febriana, Slamet Gunawan, Muhammad Khafidz Alfaza, dan Ferida Rahmawati. "Pengelolaan Usaha dan Strategi Pemasaran intens Meningkatkan Minat Konsumen." Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar 11, no. 2 (2026).
- Imron, Mochammad Ali. Pengantar Bisnis Modern. Banten: Desanta Muliavisitama. Jamilah, Nur Aini, dan Naim. "Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen atas UMKM 'Al Cake & Bakery'." Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Ilmu Pendidikan (JAMED) 2, no. 2 (2026).
- Indah Febrian dan Muhammad Rais, "Analisis Strategi Pemasaran intens Meningkatkan Pendapatan UsahAa Peternakan Ayam Petelur Ibu Anis di Nagari Guguk

- Kabupaten Atasng Pariaman," *Arzusin: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar* 6, no. 4 (2026), <https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i4.10363>
- Jushermi, Novie Muhafidhah, dan Iwan Adinugroho. *Pemasaran di Era Digital: Strategi Ekonomi Baru*. Atasng: Takaza Innovatix Labs, 2024.
- Khairunnisa, dan Eka Santi Agustina. "Strategi Pemasaran intens Meningkatkan Penjualan atas UD Yanto di Desa Jarang Kuantan Amuntai Selatan." *Jurnal Administrasi Bisnis* 2, no. 1 (2025).
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*, 15th ed. New Jersey: Pearson Education, 2016, hlm.27.
- Nabila Veren Estefany, Masruchin, dan Fitri Nur Latifah, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia buat Meningkatkan Pendapatan Masyarakat," *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2022).
- Nyak Ilham dan Saptana, "Fluktuasi Harga Telur Ayam Ras dan Faktor Penyebabnya," *Analisis Kebijakan Pertanian* 17, no. 1 (2019): 29–30, <https://doi.org/10.21082/akp.v17n1.2019.27-38>.
- Rega Wulanatas, Nurul Laili Adha, dan Diki Setiawan, "Strategi 'Blantik' intens Metode Pemasaran di Pasar Tradisional Hewan Dimoro Blitar," *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi* 12, no. 1 (2019).
- Risqa Amalia, Mardiyanti, dan Nadir, "Analisis Fluktuasi dan Trend Harga Komoditas Telur Ayam Ras di Kabupaten Bulukumba," *Jurnal Sains Agribisnis* 3, no. 1 (2023): 24.
- Sodiq, Akhmad dan Zulkarnaen Abidin. *meningkatkan Produksi Susu Kambing Peranakan Suwandi*, ed., *Konsep dan Implementasi Manajemen Strategi* (Bone: CV Eureka Media Aksara, 2022), 5–6.
- Wawancara atas pemilik Cucu Uwak farm, Nagari Taram, Kabupaten 50 Kota, Februari 2026.