

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS
MELALUI *AGRIBUSINESS DEVELOPMENT CENTER*
DALAM MEMBANGUN KEMITRAAN AGRIBISNIS
(STUDI PADA PENGEMBANGAN SENTRA USAHA PETERNAKAN SAPI
KECAMATAN TAWANGSARI, KABUPATEN SUKOHARJO)**

Sugiharti Mulya H, R. Kunto Adi, , Setyowati, Susi Wuri Ani
Fakultas Pertanian UNS, Jl. Ir. Sutami, No : 36A Ska, 0271 637457

Abstract. *Development Strategy Of Agribusiness With Agribusiness Development Center In Developing Agribusiness Partnership (Study In Development Of Cattle Cow Central At Tawang Sari Sub District, Sukoharjo Regency).* This research aimed to identify needs and problems the small and medium enterprises of agribusiness, to formulate the internal and external factors in to strenghtness, weakness, opportunities and treatness in development of agribusiness, to formulate alternative strategies in development of agribusiness with agribusiness development center ini developing of agribusiness partnership, to formulate the priority strategies in development of agribusiness with agribusiness development center ini developing of agribusiness partnership, and to formulate the value chain in development of agribusiness with agribusiness development center in developing of agribusiness partnership at Sukoharjo Regency. The basic method used in this research is descriptive analytic method with survey techniques and focus group discussion. The method to determine the location of the research done by purposive, namely Sukoharjo Regency. Sampling method to determine the factors internal and external done snowball, while the method of determining the weight and Attractiveness Score (AS) performed intentionally (purposively). Data type applied in this research is primary data and secondary data. Data analysis method applied were SWOT analysis, SWOT matrix, QSP matrix, and value chain analysis. The results of SWOT analysis to show internal factors that the strengths in developing agribusiness of cattle cow were a large of many and expand of cattle breeder di Sukoharjo Regency, quality of cow were good and continuity of production, a large of many in potency of nature resources, institution of cluster were strength. The weakness were production factors are limited, especially of cattle food, a low of capacity of human resources in to access for breeding and technology, health of cow, access of market and information of price, a lack of marketing, a low of optimally in management of cattle, management of cattle still traditionally, and hereditary, and so a lack of capital capacity. The external factors that the opportunities were simplify of capital access at banking, institution of micro finance, credits with light of interest, a large of foods cattle from small and medium enterprises central else, a demand of meat cow and product of meat cow processing, a development policy of small and medium enterprises from province and state government, technology processing of process remainder of cattle, easier of development quality of meat and breeding. The treatness were a limited of superior of seed, a limited of production factors, especially of food cattle, a association or cooperation of cattle breeder was not yet, a import policy of meat cow, a policy programme of small and medium enterprises development was not well coordinated, a finance capacity of regional government for development of small and medium enterprises was limited, a technology processing of remainder process of cattle was limited, a infection of antrax disease from other location and other disease that lack of prediction, a price competition of cow with other location from Sukoharjo Regency that usually of lower price. The results of SWOT Matrix

and QSP to show priority strategies can be applied in development agribusiness of cattle cow were developing and to defend of quality and continuity production to endure in the markets, with development of production capacity and technology, and so cluster institution with supported by coordinatively stakeholders, so that strengthening of bargaining position of cattle breeder, to develop capacity of human resources of cattle breeder for developing access in to production factors and technology, to develop business management, to defend and expanding markets access, with coordination and cooperation with stakeholders as like non regional government institution, and to defend of production quality and continuity by partnership with other central of small and medium enterprises in performing of production factors and distribution networking.

Key Words: Strategy, development, agribusiness, partnership and Agribusiness Development Center

PENDAHULUAN

Pengembangan UKM terutama UKM, pada era Otonomi Daerah, di sub sektor agribisnis diarahkan melalui konsep pengembangan UKM dengan pendekatan Pengembangan Agribisnis dengan berorientasi pada Kemitraan Strategis Agribisnis, dengan pelibatan berbagai pihak baik pelaku usaha maupun pihak-pihak *stakeholders*. Oleh karena sebagian besar permasalahan pelaku UKM secara umum maupun UKM agribisnis dikarenakan rendahnya akses pelaku UKM terhadap informasi dan teknologi, manajemen, dan sumber permodalan, sehingga berpengaruh terhadap kualitas produk agribisnis yang dihasilkan. Hal tersebut akan mudah dicapai dengan pendekatan Kemitraan Strategis Agribisnis yang difasilitasi oleh lembaga intermediasi yang diharapkan dapat menjembatani kepentingan pelaku UKM agribisnis dengan pihak-pihak lain baik pemerintah, pelaku UKM lain, swasta, perbankan dan lembaga non perbankan, lembaga penyedia teknologi, dan lembaga-lembaga pendukung lain. Lembaga intermediasi inilah yang nantinya akan berperan aktif dalam mengimplementasikan strategi pengembangan agribisnis dalam upaya membangun kemitraan agribisnis yang

akan dilaksanakan oleh pelaku-pelaku UKM agribisnis dan *stakeholders* terkait.

Lembaga intermediasi inilah yang harus diwujudkan terutama oleh Perguruan Tinggi yang berorientasi pada pengembangan agribisnis. Lembaga intermediasi bagi UKM agribisnis ini yang nantinya akan berwujud Pusat Pengembangan Agribisnis (*Agribusiness Development Center*) inilah yang nantinya akan melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan usaha bagi sentra UKM agribisnis yang menjadi binaannya. Berbagai upaya yang akan dilaksanakan oleh *Agribusiness Development Center*, antara lain layanan informasi, layanan konsultasi, layanan pelatihan, penelitian, fasilitasi dalam perluasan pasar, fasilitasi dalam memperoleh permodalan, fasilitasi dalam pengembangan organisasi dan manajemen, fasilitasi dalam pengembangan teknologi, dan penyusunan rencana pengembangan bisnis. Berbagai upaya tersebut ke depan diharapkan akan dapat meningkatkan kinerja usaha, perbaikan teknis produksi, kelembagaan, manajemen usaha, akses permodalan, dan pemasaran, bagi sentra UKM agribisnis.

Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu daerah sentra agribisnis peternakan sapi di Propinsi Jawa Tengah. Data dari Dinas Pertanian

Subdin Peternakan Kabupaten Sukoharjo tahun 2008 menunjukkan Populasi ternak sapi di Kabupaten Sukoharjo,

dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Populasi Ternak Sapi di Kabupaten Sukoharjo Tahun 2008

No	Kecamatan	Populasi (ekor)
1	Weru	4.082
2	Bulu	3.625
3	Tawang Sari	993
4	Sukoharjo	492
5	Nguter	1.792
6	Bendosari	3.192
7	Polokarto	4.817
8	Mojolaban	5.647
9	Grogol	447
10	Baki	431
11	Gatak	125
12	Kartasura	473
Jumlah		26.116

Sumber : Dinas Pertanian Subdin Peternakan Kabupaten Sukoharjo (2008)

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis, yakni penelitian yang didasarkan pada pemecahan masalah yang aktual yang ada pada masa sekarang dimana data yang ada mula-mula disusun, dijelaskan kemudian dianalisis (metode analitik), dengan menggunakan teknik survey yakni penelitian dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang kemudian ditabulasikan sebagai langkah awal untuk melakukan analisis data (Singarimbun, 1995).

Metode Pengumpulan Data

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu cara pengambilan daerah penelitian dengan mempertimbangkan alasan yang diteliti dari daerah penelitian

(Singarimbun, 1995). Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *Purposive Sampling* atau penentuan daerah yang didasarkan pada karakteristik atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan permasalahan penelitian, dimana sebagai lokasi penelitian dipilih Kecamatan Tawang Sari, Kabupaten Sukoharjo dengan pertimbangan berdasarkan data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa Kecamatan Tawang Sari cukup banyak usaha peternakan sapi yang potensial untuk tumbuh dan berkembang, selain dengan kondisi budidaya ternak di daerah tersebut juga sudah cukup baik.

a. Metode Penentuan Responden

Jumlah responden yang diambil sebanyak 60 responden, dengan rincian jumlah peternak sapi sebagai sampel, ditentukan secara proporsional sampling, dengan kriteria responden merupakan pelaku usaha UMKM dengan definisi/batasan pemahaman UMKM yang mengacu pada

Undang-Undang RI No 20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM, yaitu:

- 1). Usaha Mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,-.
- 2) Usaha Kecil, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,-.
- 3) Usaha Menengah, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,-.(Anonim, 2008).

Penentuan responden dan *key informant* menggunakan metode *Random Sampling* atau pengambilan responden secara acak, sehingga setiap individu dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih. Responden penelitian adalah seluruh *stakeholders* (pemangku kepentingan) baik pemerintah daerah, BAPPEDA, dinas terkait, masyarakat, pelaku usaha, Usaha Besar (BUMD/BUMN), koperasi, konsumen, investor, *supplier*/lembaga penyedia input dan industri pengolahan, lembaga pembiayaan, serta lembaga pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Umur Peternak

Usia produktif dan usia tidak produktif dapat mempengaruhi kegiatan yang dilakukan peternak. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh data jumlah peternak responden berdasarkan umur. Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa jumlah peternak responden yaitu 60 orang yang terdiri dari 59 orang umur produktif dan 1 orang umur tidak produktif. Hal tersebut menunjukkan bahwa usia responden peternak sebagian besar pada usia produktif (15-64 tahun),

Tabel 2. Jumlah dan Persentase Peternak Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Tawang Sari

No	Kelompok Umur (tahun)	Jumlah Peternak (orang)	%
1.	25-30	5	8,3
2.	31-35	3	5
3.	36-40	5	5
4.	41-45	15	25
5.	46-50	12	20
6.	51-55	10	16,7
7.	56-60	7	11,7
8.	61-64	2	3,3
9.	65-70	1	1,7
	Jumlah	60	100

Sumber : Analisis data Primer

yang berarti bahwa dengan usia produktif sebagian besar peternak lebih mudah dalam menerima inovasi/teknologi baru, selain itu juga dengan usia yang masih produktif diharapkan peternak mempunyai motivasi yang besar untuk mengembangkan usaha peternakan mereka, selain itu secara fisik, usia produktif mempunyai kemampuan fisik yang cukup memadai dalam mengelola usaha peternakan sapi.

Sebagian besar usia peternak responden dalam kelompok usia yang produktif. Dimana usia ini berpengaruh terhadap produktivitas kerja peternak. Dengan banyaknya peternak dalam kelompok umur produktif di suatu daerah memungkinkan daerah tersebut dapat berkembang. Hal ini disebabkan peternak lebih mudah menerima informasi, inovasi baru dan lebih cepat mengambil keputusan dalam penerapan

teknologi baru yang berhubungan dengan usahatani. Dengan kondisi tersebut juga diharapkan petani mampu membaca pasar dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penerimaan usahanya.

Jumlah Anggota Keluarga Peternak

Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi peternak dalam pengembangan usahanya. Semakin banyak jumlah anggota keluarga menuntut peternak untuk mendapatkan uang yang lebih cepat guna memenuhi kebutuhannya. Selain itu juga semakin banyak jumlah anggota keluarga juga berpengaruh terhadap ketersediaan tenaga kerja. Berikut ini merupakan jumlah anggota keluarga dari peternak responden.

Tabel 3. Jumlah dan Persentase Peternak Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di Kecamatan Tawang Sari

No	Anggota Keluarga (orang)	Jumlah (orang)	%
1.	1-2	13	21,7
2.	3-4	32	53,3
3.	5-6	10	16,7
4.	7-8	5	8,3
Jumlah		60	100

Sumber: Analisis data Primer

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa jumlah anggota keluarga dari peternak responden berkisar 3-4 orang sebanyak 32 peternak (53,3%). Dengan demikian peternak membutuhkan uang tunai untuk bisa mencukupi kebutuhan mereka sehari-hari, sehingga ketika peternak akan memenuhi kebutuhan keluarganya, mereka segera menjual susunya guna mendapatkan uang tunai secepatnya. Tabel 3 juga menunjukkan bahwa ketersediaan tenaga kerja cukup memadai yaitu sekitar 3-4 orang per

usaha ternak, sehingga dapat mengurangi biaya tenaga kerja dari luar keluarga.

Jumlah Ternak Yang Dimiliki Peternak

Kepemilikan ternak oleh peternak akan berpengaruh pada produksi yang dihasilkan. Banyaknya jumlah ternak merupakan salah satu faktor produksi yang penting. Jika produksi yang dihasilkan banyak maka akan berpengaruh juga pada penerimaan dan pendapatan peternak. Berikut ini merupakan jumlah ternak sapi perah dari peternak responden.

Tabel 4. Jumlah dan Persentase Peternak Berdasarkan Kepemilikan Ternak di Kecamatan Tawang Sari

No	Jumlah Ternak (ekor)	Jumlah Peternak (orang)	%
1.	1-2	55	91,7
2.	3-5	5	8,3
3.	5-10	0	0
Jumlah		60	100

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa sebagian besar peternak responden atau 55 peternak (91,7%) memiliki ternak berkisar 1-2 ekor, sedangkan peternak yang memiliki ternak 3-5 ekor sebanyak 5 peternak atau 8,3%. Jumlah ternak yang diusahakan peternak sapi relatif sedikit, sehingga produksi yang dihasilkan juga tidak besar. Mereka lebih cenderung untuk langsung menjual sapi jika memang sudah layak jual, supaya segera mendapatkan uang guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan

jumlah ternak sapi yang dimiliki, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar peternak sapi di Kecamatan Tawang Sari termasuk dalam kategori usaha kecil.

Kelembagaan Peternak

Kelembagaan peternak juga berpengaruh pada keberhasilan peternak dalam mengelola usahanya, misalnya dalam hal distribusi bibit dan pakan ternak, distribusi atau pemasaran ternak sapi ke pasar atau konsumen, akses permodalan, dan lain-lain.

Tabel 5. Jumlah Peternak Berdasarkan Kelembagaan Peternak (kelompok ternak) di Kecamatan Tawang Sari

No	Kelompok Ternak	Jumlah Peternak (orang)	%
1.	KTT Bina Mandiri	8	13,3
2.	Rukun Mulyo I	5	8,3
3.	Rukun Mulyo II	3	5
4.	Rukun Mulyo III	1	1,7
5.	Tidak punya kelompok	43	71,7
Jumlah		60	100

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa sebagian besar peternak sapi tidak mempunyai kelompok atau tidak aktif dalam kelompok peternak, hanya 28,3% peternak saja yang aktif dalam kelompok. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peternak belum memahami dengan baik peran kelompok peternak untuk mengembangkan usaha mereka, yang dikarenakan mereka menganggap bahwa peran kelompok belum banyak dirasakan manfaatnya

oleh sebagian besar peternak, sehingga mereka memutuskan untuk tidak aktif dalam kelompok.

Bentuk Perusahaan

Bentuk perusahaan pada usaha peternakan sapi akan sangat berpengaruh pada aspek legalitas usaha. Bentuk perusahaan biasanya dipengaruhi oleh besar kecilnya skala usaha. Berikut ini adalah bentuk perusahaan usaha peternakan sapi.

Tabel 6. Jumlah Dan Persentase Peternak Berdasarkan Bentuk Perusahaan di Kecamatan Tawang Sari

No	Bentuk Perusahaan	Jumlah Peternak (orang)	%
1.	Perorangan	60	100
2.	UD	0	0
3.	CV	0	0
4.	Firma	0	0
5.	PT	0	0
6.	Lain-lain	0	0
Jumlah		60	100

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa semua peternak responden atau 60 peternak (100%) mempunyai perusahaan dengan bentuk perusahaan perorangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan skala usaha yang relatif kecil, mereka menganggap tidak perlu membuat bentuk perusahaan seperti firma, CV, UD, PT dan lain-lain.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa semua peternak responden tidak ada yang mempunyai ijin usaha, baik SIUP, TDP, HO, SITU, dan lain-lain. Hal tersebut dikarenakan usaha mereka bersifat perorangan, sehingga tidak perlu mengurus ijin usaha dan mereka juga mengkhawatirkan jika ada ijin usaha, maka mereka harus membayar pajak

usaha, padahal kapasitas produksi mereka tidak besar.

Volume Penjualan

Besarnya volume penjualan akan berpengaruh pada besarnya penerimaan yang diterima oleh peternak sapi, baik dari produk utama maupun produk sampingan. Berikut ini adalah besarnya volume penjualan yang dihasilkan oleh peternak sapi.

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa sebagian besar peternak responden atau 25 peternak (41,7%) volume penjualan untuk produk ternak sapi berkisar Rp 500.000 sd Rp 1.000.000,-. Sedangkan untuk produk sampingan volume penjualan untuk kotoran sapi hanya ada 2 orang (3,3%)

Tabel 7. Jumlah Dan Persentase Peternak Berdasarkan Volume Usaha per bulan di Kecamatan Tawang Sari

No	Jenis Produk	Jumlah Peternak (orang)	%
1.	Utama : Ternak sapi		
	a. Rp 0-500 ribu	22	36,7
	b. Rp 500 ribu- 1 juta	25	41,7
	c. Rp 1 juta – 1,5 juta	8	13,3
	d. Rp 1,5 juta – 2 juta	1	1,7
	e. > Rp 2 juta	4	6,7
2.	Sampingan :		
	a. Kotoran Sapi		
	1. Rp 0-500 ribu	2	3,3
	2. Rp 500 ribu- 1 juta	2	3,3
	b. Urine Sapi	0	0

Sumber: Analisis Data Primer

baik untuk volume penjualan < Rp 500.000 dan antara Rp 500.000 sd Rp 1.000.000,-. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk utama yaitu ternak sapi masih mendominasi volume penjualan produk dan masih menjadi produk andalan dari sebagian besar peternak sapi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa untuk produk ternak sapi, peternak sapi tidak dilaksanakan dengan sistem pemesanan oleh konsumen atau pedagang. Biasanya pedagang sapi (blantik) yang langsung

datang ke peternak, memilih ternak dan langsung dibawa ke pasar hewan. Sedangkan untuk rata-rata tiap pembelian tidak mesti selalu sama, tergantung dari ketersediaan ternak sapi yang dimiliki dan sudah layak jual.

Teknologi Produksi

Teknologi produksi yang semakin baik akan berpengaruh pada berkembangnya usaha peternakan sapi. Berikut ini adalah teknologi produksi yang dilaksanakan peternak sapi

Tabel 8. Jumlah dan Persentase Peternak Berdasarkan Teknologi Produksi di Kecamatan Tawang Sari

No	Jenis Teknologi	Jumlah Peternak (org)			
		Pengolahan Pakan	Pemberian Pakan	Kesehatan ternak	Reproduksi ternak
1.	Tradisional	40	38	0	0
2.	Tepat Guna	20	22	45	0
3.	Modern	0	0	15	60
	Jumlah	60	60	60	60

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa sebagian besar peternak responden atau 40 peternak (66,7%) melaksanakan teknologi pengolahan pakan secara tradisional, sedangkan untuk pemberian pakan sebagian besar juga menggunakan teknologi tradisional, sedangkan untuk kesehatan ternak sebagian besar sudah menggunakan teknologi tepat guna, dan untuk reproduksi ternak semua peternak sudah menggunakan teknologi modern. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peternak sudah menerapkan teknologi tepat guna dan teknologi modern terutama dalam penanganan kesehatan ternak dan reproduksi ternak. Sedangkan untuk pengolahan pakan dan pemberian pakan, sebagian besar

peternak masih menggunakan teknologi tradisional.

Pemasaran Produk

Pemasaran produk akan berpengaruh pada cepat tidaknya produk bisa sampai kepada konsumen dan wilayah pemasaran produk. Berikut ini adalah pemasaran produk ternak sapi.

Berdasarkan Tabel 9 diketahui bahwa sebagian besar peternak responden atau 49 peternak (81,7%) memasarkan ternak sapi untuk pasar lokal atau wilayah Kabupaten Sukoharjo, sedangkan untuk wilayah regional yaitu wilayah Kabupaten Klaten dan Kabupaten Wonogiri, sedangkan untuk wilayah nasional yaitu Kabupaten Purwodadi, Propinsi Jawa Tengah dan Propinsi Banten.

Tabel 9. Jumlah dan Persentase Peternak Berdasarkan Pemasaran Produk di Kecamatan Tawang Sari

No	Wilayah Pemasaran	Jumlah Peternak (orang)	%
1.	Lokal	49	81,7
2.	Regional	3	5
3.	Nasional	8	13,3
Jumlah		60	100

Sumber: Analisis Data Primer

Bibit Ternak

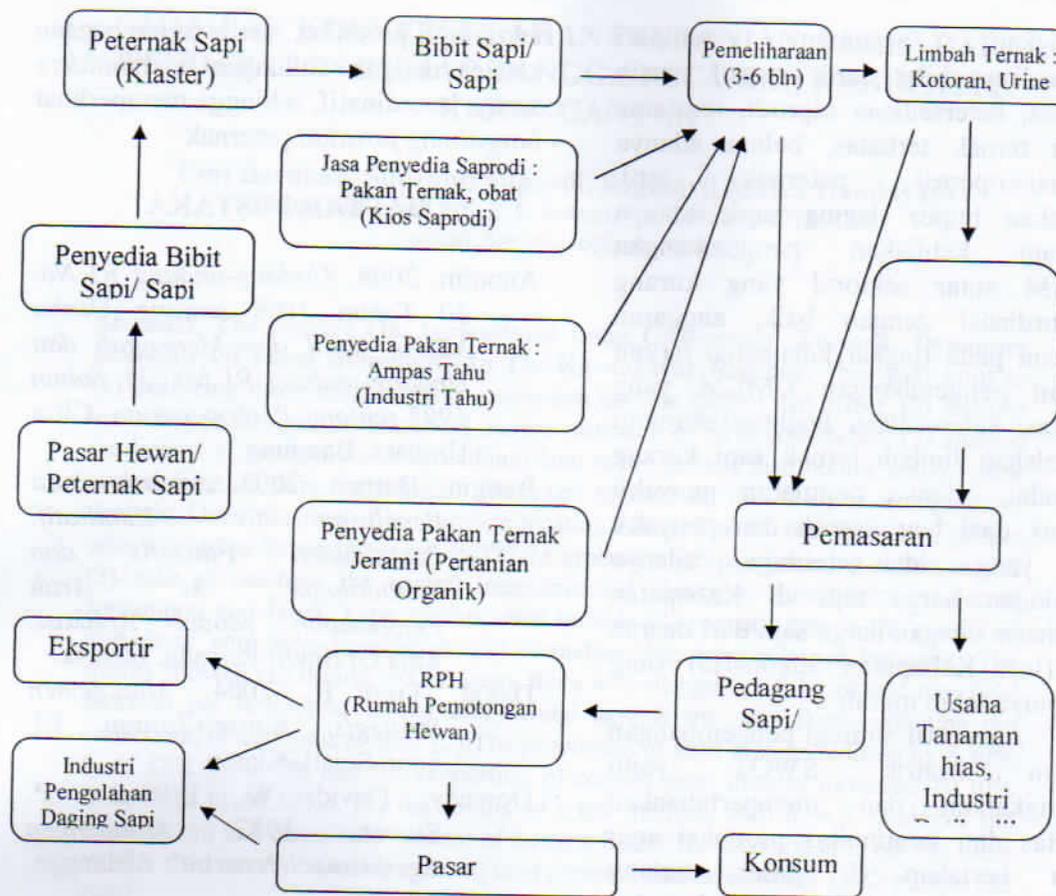
Para peternak memperoleh bibit sapi dari penjual bibit sapi yang sudah menjadi langganan. Oleh karena peternak tahu dan lebih percaya kepada penjual bibit dari sisi higienis dan kualitas bibit sapi yang mereka beli. Penjual bibit sapi ada yang berasal dari desa di sekitar Kecamatan Tawang Sari, tetapi ada juga yang luar Kecamatan Tawang Sari, bahkan dari luar Kabupaten Sukoharjo, terutama dari Klaten, Jogjakarta. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai.

Rantai Nilai Usaha Peternakan Sapi

Rantai nilai usaha peternakan sapi dimulai dari kegiatan pada sub sistem agribisnis hulu, yaitu pada penyediaan bibit sapi dan sapi bakalan, serta penyediaan sarana produksi (pakan ternak, obat-obatan), sub sistem *on farm* atau proses produksi mulai dari pemberian pakan sampai dengan menghasilkan sapi siap jual, sub sistem hilir yang meliputi pengolahan hasil dan pemasaran hasil ternak, serta sub sistem pendukung yang meliputi kelembagaan pendukung, pasar, kebijakan pemerintah, dan lain-lain. Secara rinci, rantai nilai usaha peternakan sapi di Kabupaten Sukoharjo pada gambar 1.

KESIMPULAN

Hasil pemetaan UKM menunjukkan bahwa usia peternak sebagian besar pada usia produktif, jumlah anggota keluarga peternak berkisar 3-4 orang, sebagian besar peternak adalah tamat SLTP, sebagian besar peternak memiliki ternak berkisar 1-2 ekor, semua peternak menghasilkan ternak sapi dengan kapasitas produksi rata-rata 1,2 ekor/bulan, produk sampingan yaitu kotoran sapi dengan kapasitas produksi rata-rata 100 kg/bulan, sebagian besar peternak sapi tidak mempunyai kelompok atau tidak aktif dalam kelompok peternak, semua peternak mempunyai perusahaan dengan bentuk perusahaan perorangan, semua peternak pekerjaan utama sebagai peternak sapi, sebagian besar peternak volume penjualan untuk produk ternak sapi berkisar Rp 500.000 sd Rp 1.000.000,-, semua peternak menerima pembayaran atas produk yang dijual dengan sistem pembayaran tunai, sebagian besar peternak melaksanakan teknologi tradisional dan modern, sebagian besar peternak memasarkan ternak sapi untuk pasar lokal dan regional. sebagian besar peternak menjual sapi kepada pedagang sapi (blantik), sedangkan sisanya menjual langsung di pasar hewan, di daerah Klaten dan Sukoharjo. Persaingan antar peternak tidak banyak terjadi. Hasil analisis SWOT menunjukkan faktor internal, yaitu kekuatan meliputi jumlah



Gambar 1. Rantai Nilai Usaha Peternakan Sapi

kelompok peternak sapi yang cukup besar dan tersebar di Kabupaten Sukoharjo, kualitas sapi yang dihasilkan cukup baik dan produksi sapi yang dihasilkan selama ini selalu terjamin kontinuitas produksinya, potensi SDA yang besar di Kabupaten Sukoharjo, adanya kelembagaan klaster peternakan sapi yang kuat. Sedangkan kelemahan meliputi ketersediaan sarana produksi, terutama pakan ternak berupa jerami dan rumput, serta pakan ternak alternatif kurang memadai, rendahnya kemampuan SDM peternak sapi terhadap akses terhadap teknologi budidaya ternak sapi dan kesehatan hewan, keterbatasan akses terhadap pasar dan informasi harga pasar, pemasaran sapi masih terbatas, pengelolaan ternak sapi selama ini kurang optimal, pengelolaan usaha

peternakan sapi selama ini masih dikelola secara tradisional dan turun temurun, keterbatasan modal yang dimiliki peternak. Faktor eksternal yaitu peluang yang meliputi kemudahan akses permodalan pihak perbankan, adanya Lembaga Keuangan Mikro (LKM), juga adanya pinjaman bunga ringan melalui dinas terkait, dan ketersediaan pakan tersebut cukup besar (jerami, rumput, ampas tahu, air limbah tahu), yang disediakan oleh sentra UKM lain, permintaan daging sapi dan produk olahan daging sapi dalam negeri dan ekspor, adanya kebijakan UKM ternak sapi dari anggaran propinsi dan pusat, ketersediaan teknologi atau fasilitas pengolahan limbah ternak sapi, dan kemudahan dalam peningkatan kualitas daging sapi dan peranakan sapi.

Sedangkan ancaman meliputi ketersediaan bibit sapi unggul masih terbatas, ketersediaan sapi, terutama pakan ternak terbatas, belum adanya asosiasi/koperasi peternak sapi, kebijakan impor daging sapi, adanya program kebijakan pengembangan UMKM antar sektoral yang kurang terkoordinasi dengan baik, anggaran program pada tingkat kabupaten terkait dengan pengembangan UMKM yang terbatas, ketersediaan fasilitas/teknologi pengolahan limbah ternak sapi kurang memadai, adanya penularan penyakit anthrax dari luar daerah dan penyakit lain yang tidak terduga, adanya persaingan harga sapi di Kabupaten Sukoharjo dengan harga sapi dari daerah lain (luar Kabupaten Sukoharjo) yang umumnya lebih murah.

Alternatif strategi pengembangan dengan Matrik SWOT yaitu meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kontinuitas produksi agar dapat bertahan di pasar melalui peningkatan kemampuan produksi dan teknologi produksi, serta kelembagaan klaster dengan dukungan *stakeholders* secara koordinatif, sehingga memperkuat *bargaining position* peternak, meningkatkan kemampuan SDM peternak dalam rangka meningkatkan akses terhadap sapi dan teknologi, peningkatan manajemen usaha, mempertahankan dan memperluas akses pasar, melalui koordinasi dan kerjasama dengan *stakeholders* terkait di luar pemerintah daerah, dan mempertahankan kualitas, dan kontinuitas produksi melalui kemitraan dengan sentra UKM lain dalam pengadaan sapi dan jejaring distribusi.

Prioritas strategi pengembangan yang diperoleh dengan Matrik QSP yaitu meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kontinuitas produksi agar dapat bertahan di pasar melalui peningkatan kemampuan produksi dan

teknologi produksi, serta kelembagaan klaster dengan dukungan *stakeholders* secara koordinatif, sehingga memperkuat *bargaining position* peternak

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2008. *Undang-undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Undang-undang RI No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian*. Citra Umbara. Bandung.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif. Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategis; Konsep-konsep*. PT intan Sejati. Klaten.
- Downey, David, W., Erickson, P. Steven. 1987. *Manajemen Agribisnis*. Penerbit Airlangga. Jakarta
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hafsah, J, Mohammad. 2003. *Kemitraan Usaha : Konsep dan Strategi*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Hunger, J dan Wheelen, T. 2003. *Manajemen Strategis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta,
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta,
- Singarimbun, M. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta
- Umar, H. 2001. *Strategic Management in Action*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta