

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS JUAL BELI DOMBA:
PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
(STUDI KASUS DI NGABAR AGROFRAM SIMAN PONOROGO)**

SKRIPSI



OLEH:

SAHRUL GUNAWAN

NIM: 2023620204012

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN
PONDOK PESANTREN WALI SONGO NGABAR
PONOROGO**

2025

**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS JUAL BELI DOMBA:
PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
(STUDI KASUS DI NGABAR AGROFARM SIMAN PONOROGO)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum Program Strata Satu (S-1)



Oleh:
Sahrul Gunawan
NIM: 2023620204012

Pembimbing:
Iwan Ridhwani, S.H.I., M.E.
NIDN. 2107128204

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADOTUL MUJAHIDIN
PONDOK PESANTREN WALI SONGO NGABAR
PONOROGO
2025**



**PONDOK PESANTREN WALI SONGO
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN
FAKULTAS SYARI'AH
NGABAR PONOROGO JAWA TIMUR**

Jl. Sunan Kalijaga Ngabar Siman Ponorogo 63471 Telp (0352) 3140309
Website: <https://iairm-ngabar.ac.id/> E-mail: humas@iairm-ngabar.ac.id

H a l : Nota Dinas

Lamp. : 3 (Tiga) Exemplar

An. **Sahrul Gunawan**

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Dekan Fakultas Syari'ah IAIRM Ngabar Ponorogo
di –
T e m p a t

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berkesimpulan bahwa skripsi atas nama:

Nama : Sahrul Gunawan
NIM : 2023620204012
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Judul : **ANALISIS KELAYAKAN BISNIS JUAL BELI
DOMBA: PELUANG, TANTANGAN, DAN
SETRATEGI PEMNGEMBANGAN (STUDI KASUS
DI AGROFARM NGABAR SIMAN PONOROGO)**

Telah dapat diajukan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan tugas akademik dalam menempuh Program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Ngabar Ponorogo.

Dan dengan ini skripsi tersebut dinyatakan dapat diajukan dalam sidang munaqasah Dewan Penguji Fakultas Syari'ah.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

Ponorogo, 19 juni 2025
Pembimbing

Iwan Ridhwani, S.H.I., M.E



**PONDOK PESANTREN WALI SONGO
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN
FAKULTAS SYARI'AH
NGABAR PONOROGO JAWA TIMUR**

Jl. Sunan Kalijaga Ngabar Siman Ponorogo 63471 Telp (0352) 3140309
Website: <https://iairm-ngabar.ac.id/> E-mail: humas@iairm-ngabar.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba: Peluang, Tantangan, dan Strategi Pengembangan (Studi kasus di Ngabar Agrofram Siman Ponorogo)**

Nama : **Sahrul Gunawan**

NIM : 2023620204012

Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Telah diujikan dalam sidang munaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas syari'ah Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 01 Juli 2025

Dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata dalam bidang Hukum Ekonomi Syari'ah.

Demikianlah surat pengesahan ini dibuat untuk dijadikan pemeriksaan dan perhatian adanya.

Dewan Penguji

Ketua Sidang : Iwan Ridhwani, S.H.I. M.E. ()

Sekretaris Sidang : Arlinta Prasetya Dwi, M.E. Sy. ()

Penguji : Dr. Aang Yusril Musyafa, M.M. ()

Ponorogo, 11 Juli 2025
Dekan Fakultas Syari'ah IAIRM


Iwan Ridhwani, S.H.I. M.E.
NIDN 2107128204

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sahrul Gunawan

NIM : 2023620204012

Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba: Peluang, Tantangan, dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo)

Secara keseluruhan adalah hasil karya saya sendiri kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan duplikat, tiruan, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar dan dapat dibuktikan kebenarannya maka saya bersedia menerima sanksi.

Ponorogo, 12 Juni 2024

Pembuat Pernyataan



Sahrul Gunawan

NIM: 2023620204012

ABSTRAK

Gunawan, Sahrul. Analisis Kelayakan Bisnis jual beli domba: peluang, tantangan, dan strategi pengembangan (Studi Kasus di Ngabar Agrofram Siman Ponorogo. *Skripsi*. 2025. Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo, Pembimbing: Iwan Ridhwani, S.H.I., M.E.

Kata kunci: Kelayakan Bisnis, Peluang, Tantangan, Strategi Pengembangan.

Bisnis jual beli domba memiliki potensi besar, terutama saat momen Idul Adha yang menyebabkan lonjakan permintaan. Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi protein hewani menciptakan peluang pasar yang luas. Namun, bisnis ini juga menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga pakan, ketatnya persaingan pasar, dan ketergantungan pada musim tertentu. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang tepat agar bisnis dapat tumbuh secara berkelanjutan dan mampu bersaing di tengah dinamika industri peternakan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis jual beli domba di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo berdasarkan tiga aspek utama, yaitu peluang, tantangan, dan strategi pengembangan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang utama berasal dari lonjakan permintaan saat Hari Raya Idul Adha, meningkatnya kesadaran konsumsi protein hewani, serta penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Tantangan utama mencakup fluktuasi harga pakan, ketatnya persaingan pasar, serta ketergantungan pada musim tertentu. Strategi pengembangan yang dilakukan meliputi diversifikasi produk dan pasar, penguatan kemitraan, serta pemanfaatan teknologi digital. Berdasarkan analisis pada aspek pasar, teknis-operasional, manajerial, dan keuangan, bisnis jual beli domba di Ngabar Agrofarm dinilai layak untuk dikembangkan lebih lanjut secara berkelanjutan.

ABSTRACT

Gunawan, Sahrul. Feasibility Analysis of Sheep Trading Business: Opportunities, Challenges, and Development Strategies (Case Study at Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo). Undergraduate Thesis. 2025. Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin, Wali Songo Islamic Boarding School Ngabar Ponorogo. Supervisor: Iwan Ridhwani, S.H.I., M.E.

Keywords: Business Feasibility, Opportunities, Challenges, Development Strategy.

The sheep trading business holds significant potential, especially during Eid al-Adha when demand surges sharply. Additionally, the growing public awareness of the importance of consuming animal-based protein creates a broader market opportunity. However, this business also faces several challenges, such as fluctuating feed prices, intense market competition, and dependency on seasonal demand. Therefore, appropriate development strategies are required to ensure sustainable business growth and competitiveness amid the dynamics of the livestock industry.

This study aims to analyze the business feasibility of sheep trading at Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo based on three main aspects: opportunities, challenges, and development strategies. The research method used is qualitative, with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation.

The findings indicate that the main opportunities lie in the surge in demand during Eid al-Adha, increased public awareness of animal protein consumption, and the use of social media as a marketing tool. The primary challenges include feed price fluctuations, intense market competition, and dependence on seasonal demand. Development strategies implemented involve product and market diversification, strengthening partnerships, and leveraging digital technology. Based on market, technical-operational, managerial, and financial aspects, the sheep trading business at Ngabar Agrofarm is considered feasible and promising for further sustainable development.

MOTTO

خَيْرُ الْكَسْبِ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

“Sebaik-baik penghasilan adalah hasil kerja seseorang dari tangannya sendiri, dan setiap jual beli yang jujur (mabrur).”¹

¹ Ahmad bin Hanbal, Musnad Ahmad, no. 8724; lihat juga Silsilah al-Ahadits ash-Shahihah oleh Al-Albani, no. 366.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, dan dengan rasa yang sangat tulus peneliti persembahkan karya ini untuk:

1. Kedua orang tua tercinta Abi Cecep Cahyadi, M.Pd.I dan Umi Ria Dhussholihah, S.Pd.I yang senantiasa membimbing, mendoakan, mencurahkan kasih sayang serta selalu sabar dalam mendidiknya selama ini. Seluruh belas kasihmu mendapatkan balasan yang lebih dari Allah SWT. serta saudara saudariku tersayang Ilman Arifin dan Sabina Fakhrah Mashuri yang telah mendoakan peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Serta nenek Anah dan kakek Ruhiman yang senantiasa mendoakan dan mendukung untuk keberhasilan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo.
4. Keluarga besar Tarbiyatul Muallimmin Al-Islamiyah (TMI) yang selalu memberikan semangat dan berjuang bersama di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar.
5. Seluruh teman-teman seperjuangan dan Asatidz Brilliant yang selalu menemani hari-hari dalam menempuh pendidikan di IAIRM.
6. Diri saya sendiri. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang sejauh ini. Tetap semangat dan pantang menyerah.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur Alhamdulillah senantiasa peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan judul “Analisis Kelayakan Bisnis jual beli domba: peluang, tantangan, dan strategi pengembangan (Studi kasus di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) pada program studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Pondok Pesantren “Wali Songo” Ngabar Ponorogo.

Shalawat serta salam senantiasa kita limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat Islam dari zaman jahiliyyah menuju zaman islamiyah serta yang kita nantikan syafa’at beliau di hari kiamat nanti. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti telah banyak menerima bimbingan, petunjuk, arahan, dorongan, serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu kepada seluruh pihak yang telah membantu, peneliti mengucapkan banyak terimakasih. Dengan harapan semoga apa yang telah diberikan kepada peneliti, mendapatkan balasan yang melimpah dan lebih baik dari Allah SWT.

Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo, yang telah memberikan izin dalam skripsi ini.

2. Bapak Iwan Ridhwani, S.HI., M, E. Selaku Dekan Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin atas diberikannya izin dan dukungannya untuk penyusunan skripsi. Sekaligus, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah bersedia membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Muhammad Afif Ulin Nuhaa, M.H, Selaku Kaprodi HES Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin yang penuh kesabaran dalam memberikan nasehat, bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Asatidz Ngabar Agrofram dan Pihak yang telah membantu mensukseskan penulisan skripsi ini.
5. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi dan diberikannya dukungan dari awal penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Sebagai manusia yang tak pernah luput dari kesalahan, peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi pembaca. Amiin.

Ponorogo, 12 Juni 2025

Peneliti



Sahrul Gunawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Metode Penelitian	6
F. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II: KAJIAN TEORI DAN TELAAH HASIL PENELITIAN TERDAHULU	
A. Kajian teori	
1. Kelayakan Bisnis	16
a. Pengertian Kelayakan Bisnis	16
b. Aspek-Aspek Kelayakan Bisnis.....	17

2. Pengertian Peluang.....	20
3. Pengertian Tantangan.....	22
4. Faktor Yang Mempengaruhi Analisis SWOT	23
5. Pengertian Strategi Pengembangan	24
B. Telaah Hasil Peneliti Terdahulu.....	27

BAB III: DESKRIPSI DATA

A. Deskripsi Data Umum

1. Letak Geografis Agrofarm Ngabar.....	31
2. Sejarah Berdirinya Agrofarm Ngabar	31
3. Visi dan Misi Agrofarm Ngabar.....	33
4. Populasi Sekarang dan Kapasitas Kandang Agrofarm Ngabar	33
5. Prospek Usaha Agrofarm Ngabar.....	34
a. <i>Fattening</i> (Penggemukan)	34
b. <i>Breeding</i> (Pembibitan)	34
c. Rumah Aqiqah	35
6. Pasar Jual dan Beli Bibit Agrofarm Ngabar.....	35
a. Pasar Jual	35
b. Pasar Bibit.....	35
7. Struktur Kepengurusan Agrofarm Ngabar	36

B. Deskripsi Data Khusus

1. Analisis Peluang, Tantangan, dan Strategi Pengembangan Bisnis Jual Beli Domba di Agrofarm Ngabar Siman Ponorogo	36
2. Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba Berdasarkan Peluang, Tantangan, dan Strategi Pengembangan di Agrofarm Ngabar Siman Ponorogo	41

BAB IV: ANALISIS DATA

A. Analisis Peluang, Tantangan, dan Strategi Pengembangan Bisnis Jual Beli Domba di Agrofarm Ngabar Siman Ponorogo	46
B. Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba Berdasarkan; Peluang, Tantangan, dan Strategi Pengembangan di Agrofarm Ngabar Siman Ponorogo.....	48

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN-LAMPIRAN	59
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	72

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1	Transkrip Wawancara	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1	Dokumentasi foto	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Transkrip Wawancara	60
2	Transkrip Dokumentasi	67
3	Surat Izin Penelitian	68
4	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	69
6	Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi	70
7	Lembar Perencanaan Penyelesaian Skripsi	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis jual beli domba merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki potensi besar di Indonesia, khususnya di daerah-daerah dengan kebutuhan konsumsi daging yang tinggi, seperti pada hari raya Idul Adha. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan terhadap domba, baik untuk konsumsi maupun untuk tujuan pemeliharaan, semakin meningkat. Domba tidak hanya dikenal sebagai komoditas unggulan dalam industri peternakan, tetapi juga sebagai salah satu sumber pendapatan yang menjanjikan bagi masyarakat pedesaan maupun perkotaan.² Dalam bisnis lainnya, usaha jual beli domba menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan analisis mendalam agar dapat berkembang secara berkelanjutan.

Tantangan pertama yang dihadapi oleh pelaku bisnis jual beli domba adalah naik turun nya harga yang sangat bergantung pada faktor musim dan juga faktor eksternal, seperti kebijakan pemerintah, cuaca, dan pola konsumsi masyarakat. Misalnya, harga domba akan melonjak tajam pada saat menjelang Idul Adha, namun di luar periode tersebut harga dapat mengalami penurunan yang signifikan. Selain itu, ketergantungan pada

²Fathia et al., “Analisis Usaha Ternak Sapi Po, Domba Lokal, dan Kambing Etawa Pada Kelompok Peternak Peternakan Mandiri Jaya, Desa Balingbing, Pagaden Barat,” *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan*, Volume 27, Nomor 1, (2024), 115-128

pasar lokal dan regional juga dapat menjadi hambatan tersendiri bagi keberlanjutan usaha jual beli domba.

Di sisi lain, peluang dalam bisnis jual beli domba terletak pada semakin berkembangnya permintaan daging domba, terutama di kalangan masyarakat yang sadar akan pentingnya konsumsi protein hewani.³ Tuntutan kualitas dan ketahanan domba yang baik juga menjadi faktor pendorong meningkatnya usaha peternakan domba. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi dalam bidang pertanian dan peternakan, peternak domba dapat mengoptimalkan metode pemeliharaan, sehingga menghasilkan domba dengan kualitas yang lebih baik, serta meningkatkan produktivitas dalam waktu yang lebih singkat.

Namun, untuk memanfaatkan peluang tersebut, para pelaku bisnis jual beli domba perlu mempertimbangkan beberapa strategi pengembangan yang tepat. Salah satunya adalah pemilihan lokasi usaha yang strategis, yang dapat mengakses pasar dengan baik dan memiliki potensi untuk berkembang. Selain itu, investasi dalam pengelolaan yang efisien dan peningkatan kualitas domba melalui breeding yang baik sangat diperlukan untuk menjamin kelangsungan bisnis dalam jangka panjang.⁴

³ Suny Dirasta, “*Kelayakan Finansial Dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Perah Gisting Dairy Farm Di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus*,” *Skripsi* (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2023), 82

⁴ T Wahyu Adi, *Bisnis Mikro, Kecil, Dan Menengah*, (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2021), 42

Dalam mengelola bisnis jual beli domba, aspek pengelolaan modal dan keuangan juga menjadi salah satu tantangan penting. Banyak pelaku usaha yang kesulitan dalam mendapatkan modal yang cukup untuk memulai usaha atau mengembangkan bisnis mereka. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami aspek finansial dalam menjalankan bisnis ini, seperti perencanaan anggaran, menganalisis keuntungan, dan pengelolaan risiko yang baik.

Selain tantangan-tantangan, persaingan dalam bisnis jual beli domba juga semakin ketat. Banyaknya peternak yang bermunculan serta adanya pengusaha besar yang masuk ke pasar mengharuskan para pelaku usaha untuk selalu berinovasi dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan. Oleh karena itu, strategi diferensiasi produk serta peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen menjadi faktor kunci dalam memenangkan persaingan pasar.

Melihat tantangan dan peluang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis jual beli domba dari berbagai perspektif, dalam aspek pasar, operasional, keuangan, maupun strategi pengembangan bisnis. Penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai prospek bisnis jual beli domba serta rekomendasi strategi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan potensi pasar dan meningkatkan daya saing usaha di masa depan.

Analisis SWOT merupakan suatu alat analisis untuk membuat strategi pengembangan usaha ternak dengan melihat kekuatan, ancaman, peluang dan kelemahan.⁵ Strategi pengembangan wilayah pada usaha ternak domba ini melihat dari empat aspek yaitu aspek kekuatan, ancaman, peluang dan kelemahan agar dapat menyusun rencana jangka pendek, sedangkan jangka panjang terhadap usaha ternak domba di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo. oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha ternak domba dengan melihat kendala, peluang, ancaman dan kekuatan dengan analisis SWOT usaha ternak domba di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo.⁶

Dengan demikian, untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai tantangan, peluang, dan strategi pengembangan yang relevan dengan dinamika industri jual beli domba di Ngabar Agrofarm. Melalui analisis yang komprehensif, diharapkan bisnis tersebut dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian yang ada di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba: Peluang, Tantangan, Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo

⁵Gustina Siregar, *Analisis Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong* ,” *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, Volume 17, Nomor 3, (2012), 192

⁶Fitri Dian Perwitasari, *Analisis SWOT Usaha Ternak Domba Di Kelompok Tani Ternak Domba Kabupaten Cirebon*,” *Kandang: Jurnal Peternakan*, Volume. 13, Nomor 2, (2021), 14-20

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Peluang, Tantangan, Dan Strategi Pengembangan Bisnis Jual Beli Domba Di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo?
2. Bagaimana Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba berdasarkan Peluang, Tantangan, Dan Strategi Pengembangan Di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Peluang, Tantangan, Dan strategi Pengembangan yang ada di Ngabar Agrofarm siman Ponorogo
2. Untuk mengetahui Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba Berdasarkan Peluang, Tantangan. Dan Strategi Pengembangan Di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo

D. Manfaat penelitian

Penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan mampu memberikan manfaat berupa:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu syari'ah di bidang muamalah, khususnya dalam hukum ekonomi syari'ah terkait jual beli.

Umumnya kepada para pihak terkait seperti masyarakat dan pembaca diharapkan mampu untuk menambah wawasan mengenai jual beli domba: peluang, tantangan, dan strategi pengembangan dan menjadi bahan tambahan untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi acuan yang dapat memberikan informasi mengenai kelayakan bisnis Jual beli domba beserta peluang, tantangan, dan pengembangan pada masyarakat.
- b. Penelitian ini dimaksudkan sebagai syarat untuk memenuhi tugas akhir Mahasiswa guna memperoleh gelar S.H., pada Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah di Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin (IAIRM) Ngabar.

E. Metode Penelitian

Penelitian adalah terjemahan dari kata inggris *research*. Dari itu, ada juga ahli yang menerjemahkan sebagai riset. *Research* itu sendiri berasal dari kata *re* yang berarti “kembali” dan *to search* yang berarti “mencari”. Dengan demikian, arti sebenarnya dari *research* atau riset adalah “mencari kembali”.

Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁷

1. Jenis penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk membahas Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba: Peluang, Tantangan, Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo) yaitu menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif Sebagaimana Hadari Nawawi menyatakan, “penelitian kualitatif atau naturalistik adalah penelitian yang bersifat atau memiliki karakteristik, bahwa datanya dinyatakan dalam keadaan sewajarnya atau sebagaimana adanya (natural setting), dengan tidak dirubah dalam bentuk simbol-simbol atau bilangan.”⁸

Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak. Oleh karena itu penelitian kualitatif tidak menekankan generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Generalisasi dalam penelitian kualitatif dinamakan transferability, artinya hasil penelitian tersebut memiliki karakteristik yang tidak jauh berbeda.⁹

⁷ Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., M.M, *Metode Penelitian*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 1

⁸ Hadari Nawawi, at al., *Penelitian Terapan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1996), 174

⁹ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 50

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti bertindak sebagai instrument sekaligus pengumpul data. Kehadiran peneliti mutlak diperlukan, karena disamping meneliti kehadiran peneliti juga sebagai pengumpul data. Sebagaimana salah satu ciri penelitian kualitatif dalam pengumpulan data dilakukan oleh peneliti. Sedangkan kehadiran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai pengamat partisipan/berperan serta, artinya dalam proses pengumpulan data peneliti mengadakan pengamatan dan mendengarkan secara cermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya.¹⁰

3. Lokasi penelitian

Lokasi Penelitian ini adalah: Ngabar Agrofarm Ponorogo, Desa Ngabar, Kecamatan Siman, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur, Kode pos 63641.

a. Waktu

Waktu penelitian dimulai dari bulan Februari 2025 sampai dengan bulan April 2025

4. Data dan Sumber data

a. Data Penelitian

Data penelitian mengacu pada segala informasi yang di dapat dari responden atau diperoleh dari dokumen, baik dalam bentuk statistic maupun dalam bentuk lain

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Dalam Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 1

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data¹¹ dan sumber informasi utama dalam penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara mendalam dengan informan, dimana informan atau responden adalah pengelola Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan berdasarkan gambaran atau dokumen mengenai Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba: Peluang, Tantangan, Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo), dan dari sumber rujukan lain seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, skripsi, dan lain sebagainya yang dapat dipertanggung jawabkan keilmiahannya.

5. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka

¹¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 225

peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.¹²

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan sebuah proses yang dilakukan pertama kali yaitu mengidentifikasi objek penelitian, setelah sudah teridentifikasi lanjut membuat gambaran umum sasaran penelitian yaitu dengan cara membuat pemetaan, dalam observasi kali ini peneliti terlibat dengan kegiatan yang sedang diamati atau yang sedang digunakan sebagai sumber data penelitian.¹³

Dalam observasi ini peneliti memperhatikan dan mengkaji tentang kelayakan bisnis jual beli domba terkait Pulang, tantangan, dan strategi pengembangan

b. Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis meskipun nantinya ada perkembangan disetiap pertanyaan,

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 224

¹³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 9

namun harus dalam batas wajar dan tetap focus pada penelitian sehingga dapat diperoleh data yang peneliti butuhkan secara lengkap dan akurat. Tentunya pengumpulan data tidak lupa dengan alat pendukung wawancara seperti recorder dan media untk menulis seperti buku dan lainnya.

c. Dokumentasi

Pada tahapan ini penulis selain menyatukan data observasi serta wawancara, pengumpulan dokumentasi perlu adanya untuk menunjang penelitian ini. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹⁴

6. Teknik analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam

¹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 240

kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁵

Dalam penelitian kualitatif analisis data dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Dalam penelitian kualitatif analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.

7. Pengecekan Keabsahan Temuan

Keabsahan data merupakan teknik yang digunakan agar penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Adapun langkah langkah yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

a. Perpanjang keikutsertaan

Perpanjang keikutsertaan berarti peneliti di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.¹⁶

b. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri - ciri dan unsur - unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan

¹⁵ Ibid., 224

¹⁶ Lexy, J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda karya, 2005),

persoalan atau isi yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Kemudian ia menelaahnya secara rinci sampai pada suatu titik sehingga pada pemeriksaan tahap awal tampak salah satu atau seluruh faktor yang ditelaah sudah dipahami dengan cara yang biasa.¹⁷

c. Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.¹⁸

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak. Selain itu, peneliti juga menggunakan triangulasi sumber yang berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Dengan triangulasi ini peneliti bisa menarik kesimpulan yang mantap tidak hanya dari satu pandang sehingga kebenaran data bisa diterima.

F. Sistematika Pembahasan

¹⁷ Ibid. 329-330

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012),

Judul skripsi dalam penelitian ini adalah . Adapun penulisan skripsi terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang : Latar Belakang Masalah , Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN TELAAH HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Bab ini membahas tentang : Pertama tentang kajian teori, Adapun kajian teori berisi tentang teori kelayakan bisnis, jual beli, peluang, tantangan, dan startegi pengembangan

BAB III : DESKRIPSI DATA

Bab ini membahas tentang : gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi analisis kelayakan bisnis jual beli domba: peluang, tantangan, dan strategi pengembangan (studi kasus di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo)

BAB IV : ANALISIS DATA

Bab ini membahas tentang : Analisis Kelayakan Bisnis Jual Be

li Domba: Peluang, Tantangan, Dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo) Berdasarkan Pada Peluang, Tantangan, Dan Strategi Pengembangan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang : kesimpulan, saran dan kata penutup

BAB II

KAJIAN TEORI DAN TELAAH HASIL PENELITIAN TERDAHULU

A. Kajian Teori

1. Pengertian kelayakan bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah yang mencakup berbagai aspek hukum, sosial ekonomi dan budaya, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologu serta aspek manajemen dan keuangan, yang semuanya digunakan untuk studi kualitatif dan hasilnya. Digunakan untuk memutuskan apakah suatu proyek atau bisnis dapat dilakukan atau ditunda bahkan diberhentikan.¹⁹

Menurut Umar, menjelaskan studi kelayakan bisnis sebagai studi mengenai rencana bisnis yang mengkaji layak atau tidak layak sebuah bisnis dibangun, dan juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal dalam waktu yang tidak bisa dipastikan.²⁰ Pendapat lain juga menjelaskan, studi kelayakan bisnis juga dijelaskan sebagai sebuah aktivitas yang mempelajari secara mendalam tentang suatu bisnis yang masih akan dijalankan, berkaitanya mengenai layak atau tidak nya bisnis tersebut untuk dijalankan.²¹

¹⁹ T.Syahril Daoed, *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis*, (Medan: Undhar Press 2021), 16

²⁰ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 49

²¹ Nasir Asman, *Studi Kelayakan Bisnis Pedoman Melalui Bisnis Era Revolusi Industri 4.0*, (Indramayu: Penerbit Adab 2020), 1

2. Aspek-Aspek kelayakan bisnis

Dalam studi kelayakan bisnis, ada beberapa aspek yang dapat dianalisis dan diteliti. Aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis tersebut bersifat fleksibel sehingga dapat ditambahkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan organisasi maupun perusahaan (*profit* dan *non profit*). Aspek-aspek dasar yang biasanya diteliti dalam studi kelayakan bisnis antara lain adalah sebagai berikut:

a. Aspek hukum dalam kelayakan bisnis

Aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis menyangkut pada semua hal terkait legalitas rencana bisnis yang akan dilakukan oleh sebuah perusahaan. Ketentuan-ketentuan hukum tersebut meliputi:

1. Izin lokasi
2. Akte pendirian perusahaan dari notaris
3. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
4. Surat tanda daftar perusahaan
5. Surat izin tempat usaha dari Pemerintah Daerah setempat
6. Surat tanda rekanan dari Pemerintah Daerah setempat.
7. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).²²

b. Aspek pasar dan pemasaran dalam kelayakan bisnis

²² Nasir Asman, *Studi Kelayakan Bisnis Pedoman Melalui Bisnis Era Revolusi Industri 4.0*, (Indramayu: Penerbit Adab, 2020), 12

Aspek pasar dan pemasaran dalam studi kelayakan bisnis menyangkut pada pertanyaan apakah ada peluang pasar untuk produk yang akan dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Aspek tersebut kita lihat melalui hal-hal tersebut:

1. Potensi pasar, dinilai bentuk pasar atau konsumen yang dipilih.
2. Jumlah konsumen potensial. Jumlah ini diketahui melalui proses meramal dan mengukur penawaran dan permintaan berdasarkan produk sejenis yang telah ada saat ini.
3. Daya beli masyarakat dengan memperhitungkan perkembangan atau pertumbuhan masyarakat.
4. Segmentasi, target dan posisi produk di pasar
5. Sikap, perilaku, dan kepuasan konsumen terhadap produk sejenis saat ini.
6. Manajemen pemasaran, terdiri atas analisis persaingan dan bauran pemasaran.

c. Aspek teknis dan teknologi dalam kelayakan bisnis

Aspek teknis dan teknologi dalam studi kelayakan bisnis menyangkut pada hal-hal teknis dan teknologi yang akan dipakai pada perusahaan tersebut. Aspek-aspek tersebut antara lain:

- 1) Pemilihan strategi produksi
- 2) Pemilihan dan perencanaan produk yang akan diproduksi.
- 3) Rencana berkualitas.
- 4) Pemilihan teknologi.

- 5) Perencanaan kapasitas produksi.
- 6) Perencanaan letak usaha (contoh: pabrik, hotel, usaha minum-minuman dan lain-lain) tergantung jenis produksi atau jasa.
- 7) Perencanaan tata letak.
- 8) Perencanaan jumlah produksi (produksi tidak harus manufaktur dan sejenis nya , tetapi bisa berbentuk jasa).
- 9) Manajemen persediaan
- 10) Pengawasan kualitas produk

d. Aspek manajemen dalam kelayakan bisnis

Aspek manajemen dalam studi kelayakan bisnis menyangkut pada pembangunan dan pengembangan operasional perusahaan. Aspek manajemen memiliki cangkupan yang sangat luas, mulai dari manajemen sumber daya hingga manajemen finansial perusahaan. Semua hal terkait dengan bagaimana operasional perusahaan dapat dijalankan termasuk pada aspek manajemen dalam studi kelayakan bisnis.

e. Aspek keuangan studi kelayakan bisnis

Aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis menyangkut pada besaran modal dan sumber daya yang akan di gunakan dalam membangun sebuah usaha serta kapan dan bagaimana modal tersebut dapat dikembalikan. Jika diuraikan, maka aspek keuangan dalam studin kelayakan bisnis terbagi menjadi:

1. Kebutuhan dana dan sumbernya

2. Aliran kas
3. Biaya modal (*cost of capital*): biaya utang dan biaya modal sendiri
4. Perihal kepekaan
5. Pemilihan investasi seperti pilihan leasing atau beli serta prioritas proyek bisnis.²³

3. Pengertian Peluang

Peluang (*opportunity*) adalah situasi dari faktor-faktor luar organisasi yang bersifat positif, yang membantu organisasi mencapai atau mampu melampaui pencapaian visi dan misi.²⁴ Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan merupakan salah satu faktor yang menentukan suatu keberhasilan.²⁵

(*Opportunities*) adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi.²⁶

²³ T. Syahril Daoed, *Studi Kelayakan Bisnis (Teori dan Aplikasi Keunagan Dalam Bisnis)* , (Medan: Penerbit Undhar Press 2021), 20-23

²⁴ Akdon, *Strategic Management For Educatiol Management*, (Bandung: Alfabeta, 2006), 112

²⁵ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat Proses Menuju Sukses*, (Salemba Empat, Jakarta, 2009), 67

²⁶ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), 172

Peluang (*Opportunities*) adalah faktor-faktor eksternal positif yang dapat mendorong dan menstimulasi pencapaian sasaran, berasal dari luar organisasi bisnis.

Analisis peluang situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang dimasa depan atau masa yang akan datang.

Beberapa hal yang dapat anda jadikan peluang perlu diranking berdasarkan *success probability* (kemungkinan berhasil), sehingga tidak semua peluang harus dicapai dalam target. Peluang sendiri dapat dikategorikan dalam tiga tingkatan, yaitu:

a) *Low*

Dikatakan *low* atau rendah apabila suatu hal tersebut (hasil analisis) memiliki daya tarik dan manfaat yang kecil dan peluang pencapaiannya juga kecil.

b) *Moderate*

Dikatakan *moderate* atau sedang apabila suatu hal tersebut (hasil analisis) memiliki daya tarik dan manfaat yang besar namun peluang pencapaiannya kecil atau sebaliknya.

c) *Best*

Dikatakan baik apabila suatu hal tersebut (hasil analisis) memiliki daya tarik dan manfaat yang tinggi serta peluang tercapainya besar.

4. Pengertian Tantangan

Tantangan (*threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Tantangan merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Tantangan (*treath*) adalah faktor-faktor luar organisasi yang bersifat negatif, yang dapat mengakibatkan organisasi gagal dalam mencapai visi dan misi.²⁷

Tantangan (*threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Tantangan merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Tantangan adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi tantangan akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan tantangan bagi kesuksesan perusahaan.²⁸

Tantangan adalah analisis tantangan cara menganalisis tantangan yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan atau

112. ²⁷ Akdon, *Strategic Management For Educatiol Management*, (Bandung: Alfabeta, 2006),

²⁸ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara 2000), 173

organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera diatasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Threats atau tantangan ini merupakan kebalikan dari peluang atau *opportunities*. Tantangan merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah pasar. Tantangan dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah pasar. Apabila tantangan tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi sebuah pasar. Tantangan bisa dilihat dari tingkat keparahan pengaruhnya (*seriousness*) dan kemungkinan terjadinya (*probability of occurrence*).²⁹

5. Faktor yang mempengaruhi analisis SWOT

a. Faktor Internal

- 1) Sumber daya yang dimiliki
- 2) Keuangan atau Finansial
- 3) Kelebihan atau kelemahan internal pasar

b. Faktor Eksternal

- 1) Budaya, sosial, ideology, perekonomian

²⁹Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016), 16

- 2) Sumber-sumber permodalan
- 3) Perkembangan teknologi
- 4) Lingkungan

Sebagaimana sebuah metode pada umumnya, analisa SWOT ini hanya dapat membantu menganalisa situasi yang sedang dihadapi oleh pasar. Dan metode ini bukan sebuah jawaban pasti yang mampu memberikan solusi pada tiap masalah yang sedang dihadapi, namun minimal akan memecah persoalan yang ada dengan mengurainya menjadi bagian-bagian kecil yang akan lebih tampak sederhana.³⁰

6. Pengertian Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan merupakan penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, usaha atau industri, diterapkan aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi pengembangan adalah pola, sasaran, dan kebijakan atau rencana umum untuk meraih tujuan. yang telah ditetapkan, yang dinyatakan dengan mendefinisikan apa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan, industri atau usaha, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan. Strategi pengembangan yaitu menentukan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan, industri atau usaha dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasikan aktivitas, sehingga dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu

³⁰Rahmayati HM, *Analisis Swot Dalam Menentukan StrategiPemasaran Udang Beku Pt. Mustika Mina Nusa AuroraTarakan, Kalimantan Utara, Jurnal Galung Tropika*, Volume 4, Nomor 1, (Januari, 2015), 28

berubah. Strategi mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan, industri atau usaha dan jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan.

Definisi-definisi ini mempunyai banyak kesamaan. Frase “tujuan jangka panjang” dan “kebijakan umum” menyiratkan bahwa strategi seharusnya berkaitan dengan keputusan besar yang dihadapi organisasi dalam melakukan bisnis, yakni suatu keputusan yang menentukan kegagalan dan kesuksesan dalam sebuah organisasi. Penekanan pada pola tujuan dan kerangka kerja menyatakan bahwa strategi berkaitan dengan perilaku yang konsisten, maksudnya ketika strategi telah ditetapkan, maka perusahaan tidak dapat menariknya kembali.³¹

a. Faktor Pengaruh Strategi Pengembangan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan bisnis, antara lain:

1) Perencanaan

Perencanaan usaha (*business plan*) adalah dokumen disediakan oleh *entrepreneur* sesuai dengan pandangan penasehat profesionalnya yang membuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan

³¹ Putri Wahyuni Arno dkk, “Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari”, *Ekulnomi : Jurnal Ekonomi Pembangunan* Volume. 2 Nomor. 1 (2020), 34

(lahan), pekerja, produk, sumber permodalan. *Business plan* merupakan pandangan dan ide dari anggota tim manajemen, hal ini menyangkut strategi dan tujuan usaha yang hendak dicapai.³²

2) Sumber Daya Manusia

Salah satu aspek yang tidak kalah pentingnya dalam pengembangan usaha adalah sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya. Manusia menjadi motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai aset paling berharga dalam mengembangkan usaha.³³

3) Kepemimpinan

Faktor kepemimpinan sangat menentukan dalam pengembangan dan kemajuan usaha. Karena kepemimpinan merupakan proses atau rangkaian kegiatan yang saling berhubungan satu dengan yang lain secara sistematis. Sebuah usaha yang dibangun tanpa kepemimpinan yang kuat hanya akan menjadi usaha kecil yang *stagnant* (tidak berkembang).³⁴

4) Permodalan

Kegiatan melaksanakan atau menjalankan suatu usaha, modal adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha tersebut. Dimana modal sangat besar

³² John A. Pearce II, *Manajemen strategik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 17

³³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), 154.

³⁴ Rhenald Kasali, *Modul Kewirausahaan untuk Program Strata I*, (Jakarta: Mizan Media Utama, 2010), 83.

perannya dalam menunjang kelangsungan kegiatan usaha tersebut dalam proses pencapaian tujuan.

Modal (*Capital*) adalah segala bentuk kekayaan yang digunakan untuk menghasilkan kekayaan yang lebih besar lagi.³⁵ Modal yang pertama kali dikeluarkan, selanjutnya adalah biaya untuk membiayai pendirian perusahaan (*prainvestasi*), mulai dari persiapan yang diperlukan sampai perusahaan tersebut berdiri.³⁶

B. Telaah Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini diteliti dengan memperhatikan penelitian – penelitian sebelumnya agar penelitian tersebut dapat dijadikan bahan rujukan dan pembandingan antara penelitian terdahulu dan sekarang. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti jadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Abdul Rasyid Sidik mengenai “*Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Ras Pedaging Di Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak*” . Hasil penelitian yang dilakukan ini dipaparkan berupa simpulan Strategi pengembangan usaha yang dapat digunakan pada peternakan ayam ras pedaging di Kecamatan Kerinci Kanan adalah strategi pengembangan yaitu Meningkatkan kapasitas jumlah produksi ayam

³⁵ Jasman Saripuddin, *Pengantar Bisnis Edisi Revisi*, (Medan: CV. Symphony Baru, 2016), 90

³⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, 90.

pedaging, Penetrasi ayam melalui pembukaan kadang di wilayah baru, dan Memaksimalkan teknologi budidaya yang dimiliki.³⁷

2. Kedua, pada penelitian yang dilakukan oleh Devi Yulianti Situmorang dan Siti Azizah yang merupakan seorang mahasiswa fakultas peternakan di Universitas Brawijaya, Malang dijelaskan pada jurnal yang berjudul "*Analisis SWOT Untuk Mengembangkan Bisnis Kambing Panorusan Sebagai Plasma Nutfah Di Kabupaten Samosir* ",dapat disimpulkan bahwa: peluang dengan cara perbaikan manajemen pemberian pakan dan peningkatan usaha ternak kambing.³⁸
3. Ketiga, pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hafidz yang merupakan seorang mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Agama Islam Negeri Jember, dijelaskan pada skripsi yang berjudul "*Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Usaha Kemitraan Ternak Ayam Potong Mas'uud Efendi di Desa Wateskulon Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang*". Dapat disimpulkan bahwa : peluang yang dilakukan oleh pengelola usaha ternak ayam potong yaitu meningkatkan tingkat promosinya lewat media sosial yang awalnya promosinya hanya tinggal telvon pedagang untuk kedepannya menambahkan promosinya di media sosial dan selain itu pengelola juga

³⁷ Abdul Rasyid Sidik, "*Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Ras Pedaging Di Kecamatan Kerici Kanan Kabupaten Siak,*" Skripsi (Pekanbaru, Universitas Islam Riau, 2020), 24

³⁸ Devi Yulianti Situmorang, Siti Azizah, "*Analisis SWOT Untuk Mengembangkan Bisnis Kambing Panorusan Sebagai Plasma Nutfah Di Kabupaten Samosir,*" Ejurnal Malangab: Karta Raharja, Volume 5, Nomor 1, (2023), 1-10

mempromosikan menambahkan promosinya di media masa agar produk ayam tersebut mudah dikenal para konsumen. Tantangan yang dilakukan oleh pengelola usaha ternak ayam potong yaitu Memperbaiki promosi dengan tampilan yang lebih unik yang sekiranya berbeda dari para pesaing lainnya sehingga dapat mengecoh perhatian publik dan pengelola juga menambahkan modal promosinya.³⁹

4. Keempat, pada penelitian yang dilakukan oleh Cinthya Erika Putri Gunawan yang merupakan seorang mahasiswa dari Fakultas Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, dijelaskan pada skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis pada PT. Omega Internusa Sidoarjo”. Dapat disimpulkan bahwa : dalam melakukan analisis SWOT dan di matrikskan psehingga dapat menghasilkan beberpa alternatif dalam mengembangkan strategi bisnis untuk PT. Omega Internusa. Strategi yang tepat bagi perusahaan dalam hasil penelitian ini yaitu strategi intensif. Dengan strategi alternatif tersebut perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan serta dapat bertahan dalam menghadapi tekanan persaingan yang ada.⁴⁰
5. Kelima, pada penelitian yang dilakukan oleh Nur Rahmah Razak yang merupakan seorang mahasiswa dari Jurusan Peternakan, Politeknik

³⁹Muhammad Hafidz, “Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Usaha Kemitraan Ternak Ayam Potong Mas’uud Efendi di Desa Wateskulon Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang” Skripsi (Jember: IAIN Jember, 2018), 76-80

⁴⁰ Cinthya Erika Putri Gunawan, “Analisis Strategi Bisnis pada PT. Omega Internusa Sidoarjo”, *jurnal AGORA* Volume. 5, Nomor. 1 (Surabaya: Universitas Kristen Petra, (2017)), 121-131.

Pembangunan Pertanian Gowa, dijelaskan pada skripsi yang berjudul “Analisa Usaha dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong (Studi Kasus) Desa Patalassang Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai”. Dapat disimpulkan bahwa : Pembangunan peternakan ditujukan untuk meningkatkan produksi hasil ternak yang sekaligus meningkatkan pendapatan ternak, menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan populasi dan mutu genetik ternak. analisa usaha yang digunakan untuk menilai usaha ternak sapi potong tersebut. Untuk mengetahui bagaimana ketersediaan input (bibit, kandang, pakan, modal dan tenaga kerja) untuk usaha ternak sapi potong di daerah penelitian. Untuk mengetahui apakah usaha ternak sapi potong tersebut layak atau tidak untuk dikembangkan secara ekonomis di daerah penelitian. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha ternak sapi potong di Desa Patalassang Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai.⁴¹

⁴¹ Nur Rahmah Razak, “Analisa Usaha dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong (Studi Kasus) Desa Patalassang Kecamatan Sinjai Timur Kabupaten Sinjai”, *Jurnal Agrominansia*, Volume. 6, Nomor.1, (Sinjai. Politeknik Pembangunan Pertanian Gowa, (2021), 2527

BAB III

DESKRIPSI DATA

A. Deskripsi Data Umum Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis

Secara geografis, Ngabar Agrofram terletak di Dukuh Ngamplak, Desa Demangan, Kecamatan Siman, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur. Lokasinya berjarak 50 meter ke arah timur dari kampus putri Tarbiyatul Mu'alimat Al-Islamiah (TMT-I) Pondok Pesantren "Wali Songo" Ngabar. Yang berada di sebelah Selatan.

2. Sejarah Berdirinya Agrofarm Ngabar

Berawal dari nama Ngabar Fram kemudian beralih nama menjadi Agrofarm Ngabar. Agrofarm Ngabar Pondok Pesantren "Walisongo" Ngabar ini berdiri pada akhir tahun 2017 yaitu pada bulan Oktober. Awalnya adalah perternakan sapi perah namun usaha sapi ini tidak berjalan lama, kurang lebih 10 tahun dengan jumlah isi 10 ekor sapi perah. Dari keinginan untuk mengelola aset tanah Pondok dan ikut mewujudkan misi pondok yaitu menjadi Lembaga pesantren yang mandiri dalam bidang perekonomian, maka dikelola kembali tanah tersebut untuk menjadi lebih produktif dan tidak terbengkalai sehingga

para guru pengabdian berinisiatif untuk menghidupkan kembali perternakannya dan diganti menjadi perternakan kambing dan domba.⁴²

Pengelola merintis usaha dengan dibantu guru pengabdian yang lain dan para konsultan yang ahli dalam bidang peternakan kambing dan domba mulai dari bentuk serta ukuran kendang kambing dan domba, belajar bagaimana memilih kambing dan domba yang bagus, bagaimana penanganan ternak yang sakit, bagaimana membuat pakan ternak yang bagus dan juga pemasarannya yang dapat bersaing di pasaran.

Berdasarkan hal ini pengelola menyadari dan menyimpulkan bahwa berternak bukanlah hal yang mudah, semua butuh keuletan dan juga ketelatenan sehingga mampu menyerap ilmu yang didapat dari alumni maupun konsultan. Dan semoga kedepannya lebih bagus dan bisa mewujudkan apa yang menjadi visi Pondok Pesantren Walisongo Ngabar yaitu menjadi lembaga pesantren yang mandiri dalam bidang perekonomian.

Bukan hanya mampu mewujudkan visi Pondok Pesantren Walisongo Ngabar, berdirinya Agrofarm Ngabar ini diharapkan mampu menjadi materi baru lagi bagi santri Pondok Pesantren Walisongo Ngabar selain menjadi materi baru bagi santri Pondok Pesantren Walisongo Ngabar selain menjadi lembaga yang berorientasi dalam bidang Agama dan juga berorientasi di bidang perternakan.⁴³

⁴² Data diperoleh dari Dokumen Agrofarm Ngabar.

⁴³ Data diperoleh dari Dokumen Agrofarm Ngabar.

3. VISI dan MISI

a. VISI

- 1) Menjadi unit usaha yang berkembang di dalam sektor peternakan yang professional, berkualitas, Tangguh, efisien, jujur, dan berteknologi.

b. MISI

- 1) Pengembangan usaha mandiri pondok dibidang peternakan
- 2) Mensuplai kebutuhan pangan pondok berupa protein hewani
- 3) Menyediakan sumber daya manusia yang kompeten, profesional di bidang peternakan dan berjiwa wirausaha

4. Populasi Sekarang dan Kapasitas kandang

Dalam konteks breeding dan fattening , Agrofram Ngabar saat ini memiliki 20 ekor kambing dan domba yang digunakan untuk kegiatan breeding, serta 32 ekor yang dijadikan untuk proses fattening. Selain itu Agrofarm Ngabar memiliki kapasitas kandang yang mampu menampung hingga 61 ekor kambing dan domba⁴⁴

⁴⁴ Data diperoleh dari Dokumen Agrofram Ngabar.

5. Prospek Usaha

Agrofarm Ngabar dalam bidang perternakan memiliki berbagai macam prospek usaha yang dapat dijalankan, diantaranya:⁴⁵

a. *Fattening* (Penggemukan)

Saat ini Agrofarm Ngabar memiliki 32 ekor kambing dan domba yang di gunakan untuk fattening (penggemukan). Fattening atau penggemukan merujuk pada peroses berat badan hewan ternak sebelum di jual atau dipotong untuk daging. Tujuan utama dari penggemukan adalah untuk mencapai berat badan yang diinginkan dengan kualitas daging yang baik.

b. *Breeding* (Pembibitan)

Dalam konteks breeding (pembibitan), saat ini Agrofarm Ngabar memiliki 20 ekor kambing dan domba yang digunakan untuk breeding. Breeding atau pembibitan adalah proses seleksi dan pembiakan hewan ternak untuk menghasilkan keturunan dengan karakteristik yang diinginkan. Tujuan dari breeding (pembibitan) adalah meningkatkan kualitas genetik dan sifat-sifat yang diinginkan pada hewan ternak, seperti produktivitas, pertumbuhan, kualitas daging, atau ketahanan terhadap penyakit.

⁴⁵ Data diperoleh dari Dokumen Agrofam Ngabar.

c. Rumah Aqiqoh

Rumah aqiqah salah satu prospek usaha yang saat ini juga dijalankan oleh Agrofarm Ngabar, hal ini dilakukan untuk menyediakan layanan pesan aqiqah dengan harga yang telah ditentukan, sehingga Orangyang ingin melakukan aqiqah tidak perlu bersusah-susah.

pelanggan hanya perlu menunggu dan menerima hasil siap makan. Hal ini mengacu pada hewan yang telah disembelih, dimasak, dan disajikan dalam bentuk hidangan siap saji. Dengan kata lain, rumah aqiqah akan menyiapkan dan memberikan hidangan aqiqah yang siap di konsumsi.

6. Pasar jual dan beli bibit Agrofarm Ngabar

a. Pasar jual:⁴⁶

- 1) Kebutuhan 'Idul Adha Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dan Umum
- 2) Pasar Lokal
- 3) Pengusaha Sate Gule

b. Beli bibit:

- 1) Pasar lokal
- 2) Pasar Luar Daerah
- 3) Peternak sekitar Kandang

⁴⁶ Data diperoleh dari Dokumen Agrofam Ngabar.

7. Sturktur Kepengurusan Agrofarm Ngabar

Sturktur Agrofarm Ngabar dalam bidang peternakan sebagai berikut:

Penasehat : Bpk. Utomo

Koordinator : Oky Iskandar

Anggota : Muhammad sahal

: Andre Satria⁴⁷

B. Deskripsi Data Khusus

1. Peluang, Tantangan, Dan Strategi Pengembangan Bisnis Jual

Beli Domba Di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo

Dalam penelitian ini, ada dua narasumber yang menjadi informan dan diminta menjelaskan mengenai peluang, tantangan, dan strategi pengembangan bisnis jual beli domba di Agrofarm Ngabar Siman Ponorogo. Pihak pertama adalah koordinator Agrofarm Ngabar dan pihak kedua adalah anggota dari bidang peternakan di Agrofarm Ngabar.

a. Peluang

Dari hasil obervasi yang dilakukan oleh peneliti, peluang yang diambil dari banyak nya persaingan dalam jual beli domba dengan membuat keunggulan yang berbeda dari peternak lain nya, seperti yang diterapkan pada Agrofarm Ngabar dengan Mengandalkan Keunggulan utama dari Ngabar Agrofarm terletak

⁴⁷ Data diperoleh dari dokumen Agrofarm ngabar

pada kualitas dan fokus produknya, yaitu daging. Berbeda dengan peternak lain yang mungkin lebih menonjolkan warna, bentuk fisik, atau penampilan hewan ternaknya, Ngabar Agrofarm lebih menekankan pada berat dan kualitas daging yang dihasilkan.

Dengan kata lain, yang menjadi nilai jual utama adalah bobot dan kualitas daging, bukan sekadar penampilan luar hewan. Di sisi lain, peternak lain sering kali lebih mengedepankan tampilan fisik hewan seperti postur, warna bulu, atau bentuk tubuh. Namun, di Ngabar Agrofarm, yang terpenting adalah hasil akhir berupa daging yang memenuhi standar kualitas dan memiliki berat yang optimal.

Agrofarm Ngabar sebagai penyedia layanan jual beli kambing, memiliki sejumlah keunggulan yang membuatnya menjadi pilihan utama bagi para pembeli, peternak dan pecinta ternak kambing. Pertama, Agrofarm Ngabar menawarkan kualitas kambing yang unggul dan sehat. Kambing-kambing yang dijual dipastikan dalam kondisi prima dan bebas dari penyakit. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pembeli mendapatkan kambing yang berkualitas tinggi dan dapat memberikan hasil yang maksimal

Hal ini sebagai mana yang disampaikan oleh saudara Oky Iskandar sebagai koordinator pengelola Agrofarm Ngabar dalam wawancaranya:

Keunggulan dari Ngabar agrofarm itu lebih kepada menjual daging bukan ke warna ataupun bentuknya yang bagus yang terpenting adalah

daging nya yang pada intinya keunggulan dari penertak lain adalah timbangan bobot nya.⁴⁸

Dalam konteks ini, dengan membuat sebuah keunggulan yang berbeda dari peternak-peternak lain bisa menjadi peluang dari banyak nya persaingan yang ketat dalam jual beli domba. Hal ini diperkuat dengan permintaan terhadap pemesanan domba di dalam momen qurban yang mana pihak dari Agrofarm Ngabar selalu secara rutin menyediakan hewan qurban setiap tahun nya untuk memenuhi permintaan dari pihak pondok, santri, wali santri, maupun masyarakat yang memesan domba secara online maupun offline.

Hal ini sabagai mana yang di sampaikan oleh saudara Oky Iskandar sebagai koordinator pengelola Agrofarm Ngabar dalam wawancaranya:

Untuk qurban sendiri setiap tahun nya kita menyediakan dan biasanya kita kirim keluar untuk di konsumsi santri, wali santri, alumni dan masyarakat sekitar.⁴⁹

b. Tantangan

Adapun banyaknya tantangan yang perlu dihadapi oleh para peternak domba menjadi sebuah kendala utama untuk mengelola bisnis jual beli domba, yang mana kendala utama tersebut adalah pemasarsan, Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya peternak domba lain yang bermunculan didaerah yang sama. Persaingan ini

⁴⁸ Oky Iskandar, 01/W/20-05/2025, pukul 10.00 WIB

⁴⁹ Oky Iskandar, 01/W/20-05/2025, pukul 12.00 WIB

membuat proses pemasaran menjadi lebih sulit karena konsumen memiliki banyak pilihan, sehingga daya saing antar peternak pun meningkat. Selain banyak nya persaingan, kendala lainnya adalah fluktuasi harga pakan domba.

Harga pakan yang tidak stabil, yang kadang naik secara signifikan, sangat memengaruhi biaya produksi. Hal ini berdampak pada keuntungan yang diperoleh dan juga menyulitkan dalam menentukan harga jual yang kompetitif namun tetap menguntungkan. Hal ini sebagai mana disampaikan saudara Muhammad Sahal sebagai anggota staff Agrofarm Ngabar dalam wawancaranya:

Sejauh ini, kendala utama dalam pemasaran disebabkan oleh tingginya tingkat persaingan akibat semakin banyaknya peternak yang bermunculan di daerah kami. Selain itu, fluktuasi harga pakan domba yang tidak menentu juga menjadi hambatan dalam menjalankan usaha peternakan.⁵⁰

Dalam konteks ini, kendala utama yang dihadapi oleh peternak Agrofarm Ngabar adalah tingginya tingkat persaingan, yang disebabkan oleh semakin banyaknya peternak baru yang bermunculan di wilayah yang sama. Selain itu, fluktuasi harga pakan yang tidak menentu juga menjadi hambatan dalam menjalankan usaha peternakan, sehingga keuntungan yang diperoleh menjadi tidak stabil.

⁵⁰ Muhammad Sahal , 02/W/21-05/2025, pukul 15.00 WIB

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Oky Iskandar sebagai koordinator Agrofarm Ngabar.

Untuk harga pakan tentu sangat berdampak ketika harga domba masih murah dan harga pakan tinggi kami juga kebingungan untuk mengatasi fluktuasi harga pakan tersebut biasanya kami mengganti pakan yang lebih murah.⁵¹

Dalam konteks ini kita mengetahui bahwa fluktuasi harga pakan sangat berdampak pada bisnis penjualan domba yang mana ketika harga pakan yang tinggi membuat para peternak mencari solusi dengan mengganti pakan yang lebih murah agar biaya tetap bisa ditekan tapi kualitas dan kesehatan tetap terjaga.

c. Strategi Pengembangan

Untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada yaitu dengan menggunakan strategi pengembangan. Seperti yang dilakukan oleh peternak Agrofarm Ngabar yang menerapkan pengembangan usaha dengan memanfaatkan platform digital yaitu dengan memperkenalkan domba yang akan dijual melalui grup-grup facebook, grup whatsapp yang biasanya berisikan wali santri dan alumni Pondok Pesantren Walisongo Ngabar, dan juga melalui story Instagram dengan strategi ini, peternak Agrofarm Ngabar berupaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan tanpa harus membuka toko fisik. Seperti yang dijelaskan oleh saudara Oky Iskandar di dalam wawancara nya. Pengembangan

⁵¹ Oky Iskandar, 01/W/20-05/2025, pukul 12.00 WIB

yang di lakukan yaitu dengan sistem penjualan online malalui grup-grup facebook, grup whatsapp, dan story Instagram.⁵²

Dalam konteks ini kita dapat mengetahui bahwa media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung kegiatan pemasaran dan penjualan hewan ternak. Peternak Agrofarm Ngabar merasakan dampak positif dari penggunaan platform-platform seperti facebook, whatsapp, dan Instagram, dikarenakan sebagaiann besar pelanggan mengetahui dan mengenal usaha peternak melalui unggahan dan informasi yang dibagikan di media sosial tersebut. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan saudara Muhammad Sahal sebagai anggota perternakan Agrofarm Ngabar. Bagi kami, peran media sosial sangat membantu karena sebagian besar pelanggan mengetahui hewan ternak kami melalui media sosial.⁵³

Dari penjelasan narasumber di atas peneliti dapat mengetahui bahwa kehadiran media sosial tidak hanya sekedar sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai startegi pemasaran yang efektif dan efesien dalam memperluas jangkauan pasar Angrofarm Ngabar.

2. Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba Berdasarkan: Peluang, Tantangan, dan Strategi Pengembangan di Agrofarm Ngabar Siman Ponorogo

⁵² Oky Iskandar, 01/W/20-05/2025, pukul 12.00 WIB

⁵³ Muhammad Sahal , 02/W/21-05/2025, pukul 15.00 WIB

Analisis kelayakan bisnis jual beli domba dalam penelitian ini berdasarkan tiga aspek yaitu: peluang (*opportunity*), tantangan (*threat*), dan strategi pengembangan (*development strategy*). Data yang diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pengurus Agrofarm Ngabar.

1) Peluang

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus Agrofarm Ngabar terdapat beberapa peluang yang mendukung kelayakan bisnis jual beli domba di Agrofam Ngabar yaitu

a) Permintaan musiman

Permintaan domba mengalami kenaikan yang signifikan terutama ketika memasuki hari besar agama yaitu hari raya Idul Adha yang mana pihak Agrofam Ngabar selalu mendapatkan pesanan dari Pondok Pesantren walisongo Ngabar, alumni, dan juga masyarakat sekitar. Hal ini sebagai mana hasil wawancara dari saudara Oky Iskandar Sebagai berikut.

Pelanggan tetap saat ini masih didominasi oleh konsumen musiman, khususnya pada momen Idul Adha. Di luar periode tersebut, tingkat permintaan cenderung menurun dan belum terdapat pola pembelian yang konsisten dari pelanggan lain.⁵⁴

Hal ini juga di perkuat dengan hasil wawancara dengan Muhammad Sahal sebagai pengurus perternakan Agrofarm Ngabar sebagai berikut:

⁵⁴ Oky Iskandar, 01/W/20-05/2025, pukul 12.00 WIB

Untuk saat ini, kegiatan usaha masih bergantung pada momen Iduladha, karena setiap tahun pada hari tersebut selalu terdapat permintaan domba dari pihak Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar. Permintaan rutin ini menjadi sumber utama pendapatan usaha pada masa kurban. Namun demikian, di luar momen Iduladha, permintaan belum stabil dan masih terbatas, sehingga keberlangsungan usaha cenderung bergantung pada musim tertentu.⁵⁵

b) Potensi kemitraan

Kemitraan yang dijalin pihak Agrofarm Ngabar seperti rumah makan gule atau sate dan juga rumah potong akan tetapi permintaan atau pesanan nya masih sangat jarang biasanya penjualan kepada pihak kemitraan tersebut juga ada permintaan khusus, adapun untuk kemitraan koperasi Agrofram Ngabar bekerjasama dengan BMT Ngabar dengan cara pihak BMT Ngabar membantu dalam memasarkan atau menjual domba yang kami sediakan. Hal ini sebagai mana yang di sampaikan Oky Iskandar sebagai koordinator Agrofarm Ngabar

Saat ini, penjualan domba untuk keperluan rumah makan sate dan gule masih tergolong jarang, karena hanya dilakukan apabila ada pesanan. Hal yang sama juga berlaku untuk rumah potong, yang membeli domba berdasarkan pesanan saja. Adapun untuk penjualan melalui koperasi, kami menjalin kerjasama dengan BMT Ngabar, di mana BMT membantu memasarkan dan menjual kambing dari kami.⁵⁶

2) Tantangan

⁵⁵ Muhammad Sahal , 02/W/21-05/2025, pukul 15.00 WIB

⁵⁶ Oky Iskandar, 01/W/20-05/2025, pukul 12.00 WIB

Meskipun memiliki sebuah peluang, usaha jual beli domba juga mendapati tantangan yang dapat mempengaruhi kelayakan bisnis yang ada

a) Persaingan pasar yang ketat

Dikarenakan banyak nya bermunculan pelaku usaha lain yang berjalan di sektor yang sama, baik dalam skala yang kecil maupun besar, sehingga di butuhkan nya strategi pemasaran dan sebuah keunggulan yang efektif agar tetap kompetitif

b) Fluktuasi harga pakan

Harga pakan mengalami flustuasi membuat para peternak mengalami kesulitan karena tergantung musim dan ketersediaan, sehingga membuat biaya oprasional menjadi lebih tinggi dari biasanya, para peternak biasanya menghadapi permasalahan tersebut dengan mengganti pakan yang lebih murah tetapi tetap menjaga nutrisi dan kualitas dari domba.

c) Ketergantungan pada musim tertentu

Sebagaian besar pendapatan dari Agrofarm Ngabar didapatkan pada hari raya Idul adha, sehingga perlu adanya peluasan produk atau jasa yang di tawarkan, atau menambahkan bidang baru sehingga usaha tetep bisa berjalan setiap tahun nya.

3) Strategi pengembangan

Untuk menjawab peluang dan mengatasi tantangan yang ada, berikut adalah strategi pengembangan yang diidentifikasi Agrofarm Ngabar

a) Diverfisikasi pasar dan produk

Penjualan domba tidak hanya di fokuskan pada musim qurban tapi juga pada rumah makan sate dan gulai, rumah potong sepanjang tahun. Selain itu, Agrofarm Ngabar membuat produk turuna seperti pembuatan pupuk organik yang dihasilkan dari limbah hewan ternak.

b) Penguataan kemitraan dan kolaborasi

Agrofarm Ngabar menjalin kemitraan dengan peternak sekitar, koperasi BMT Ngabar, serta lembaga yayasan Pondok Pesantren Walisongo Ngabar untuk mendapat akses modal, dan pemasaran yang lebih luas.

c) Peningkatan kualitas SDM

Untuk meningkatkan kualitas SDM dengan cara memberikan pelatihan pada para anggota bagian peternakan Agrofarm Ngabar mengenai manajemen kandang, cara penanganan penyakit, serta tata cara pemeliharaan hewan ternak.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Analisis Peluang, tantangan, dan strategi pengembangan bisnis jual beli domba di Agrofarm Ngabar Siman Ponorogo

Jual beli adalah aktivitas yang telah dilakukan oleh manusia sejak zaman dahulu, menjadi salah satu aspek fundamental dalam kehidupan ekonomi. Praktek jual beli melibatkan pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan tujuan saling memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dalam hal ini peneliti akan menganalisis mengenai Peluang, tantangan, dan strategi pengembangan bisnis jual beli domba yang dilakukan di Agrofarm Ngabar Siman, Ponorogo. Agrofarm Ngabar merupakan salah satu agrowisata yang menyediakan berbagai layanan terkait peternakan domba, termasuk penjualan domba dengan analisis Peluang, tantangan, dan strategi pengembangan .

Penelitian ini dilakukan di Agrofarm Ngabar Siman Ponorogo dengan usaha jual beli domba yang telah berdiri pada tahun 2017 pada bulan Oktober dan berkembang dari skala kecil menjadi menengah, Ngabar Agrofarm memiliki kandang dengan kapasitas 61 ekor , dengan memanfaatkan kemitraan dengan peternak sekitar untuk menjaga pemasokan. Sistem bisnis yang di terapkan adalah dengan penggemukan selama 1-3 bulan yang kemudian di jual kembali kepada rumah makan, konsumen akhir, atau melalui media sosial.

1. Peluang

Berdasarkan hasil wawancara dengan koordinator dan staff Agrofarm Ngabar , berikut adalah peluang bisnis Jual beli domba:

- a. Kebutuhan musisman yang tinggi: permintaan domba meningkat pesat saat menjelang hari raya keagamaan seperti idul adha. Momen ini menjadi pendorong utama pendapatan usaha.
- b. Kesadaran konsumsi protein hewani meningkat: daging domba menjadi alternatif daging selain sapi dan ayam, terutama untuk acara keagamaan.
- c. Digitalisasi pemasaran: penjualan melalui facebook, story instagram, dan grup-grup whatsapp untuk menambah jangkauan pasar keluar wilayah.

Peluang ini dimanfaatkan pihak Ngabar Agrofram dengan memaksimalkan penjualan melaui media sosial serta membangun hubungan dengan peternak sekitar.

2. Tantangan

Tantangan yang dihadapi pada jual beli domba:

- a. Fluktuasi Harga pakan: harga pakan yang selalu naik tanpa didukung dengan kenaikan harga jual domba.
- b. Penyakit ternak: beberapa kali mengalami kerugian karena adanya wabah pada domba seperti bloat, dan diare.

- c. Ketatnya pesaing: dikarenakan banyaknya peternak lain yang ada pada daerah yang sama membuat sulitnya pemasaran secara langsung dipasar.
- d. Ketergantungan pada momen tertentu: pemasukan besar hanya menjelang Idul Adha.

3. Strategi pengembangan

Untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang, strategi pengembangan yang dilakukan pihak Ngabar Agrofram antara lain:

- a. Diverifikasi produk: menjual produk turunan seperti pupuk hasil limbah kandang untuk menambah pendapatan
- b. Kemitraan: menjalin kerja sama dengan koperasi BMT Ngabar untuk membantu penjualan dan menjalin kerja sama dengan peternak sekitar untuk kualitas dan kuantitas pasokan.
- c. Penerapan teknologi pemasaran: memanfaatkan media sosial seperti grup whatsapp, story instagram, dan facebook untuk memperluas jangkauan pasar.

B. Analisis Kelayakan Bisnis Jual Beli Domba berdasarkan: Peluang, Tantangan, Dan Strategi Pengembangan Di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kajian lapangan di Ngabar Agrofram, Siman, Ponorogo, maka analisis kelayakan usaha dengan menggunakan pendekatan beberapa aspek penting berikut:

1. Aspek pasar dan pemasaran

a. Peluang

Agrofarm Ngabar memiliki keunggulan dalam hal segmentasi pasar, terutama saat momentum musim qurban seperti Idul Adha. Permintaan domba kurban meningkat secara signifikan dalam periode ini, sehingga menciptakan peluang besar untuk meningkatkan volume penjualan dan keuntungan. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran terbukti efektif dalam menjangkau konsumen baru dari luar wilayah Ngabar. Media seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp digunakan untuk mempromosikan domba, dan proses pengiriman, yang pada gilirannya membantu memperluas jangkauan pasar tanpa biaya promosi yang besar.

b. Tantangan

Namun, Agrofarm Ngabar juga menghadapi tantangan signifikan, yaitu tingkat persaingan yang cukup tinggi di pasar jual beli hewan qurban. Banyaknya pelaku usaha serupa, baik di wilayah sekitar maupun dari luar daerah melalui platform digital, membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Hal ini berdampak pada tekanan harga, sulitnya mempertahankan margin keuntungan, serta risiko kehilangan pelanggan karena faktor harga atau layanan.

c. Strategi pengembangan

Untuk menjawab tantangan tersebut, strategi diferensiasi menjadi kunci. Agrofarm Ngabar menerapkan pendekatan khusus, seperti program pemetingan daging (misalnya, memastikan kualitas daging dan berat sesuai standar) untuk menambah nilai produk.

Selain itu, pendekatan personal kepada pelanggan, seperti komunikasi intensif, pemberian informasi mengenai kondisi hewan, Strategi ini diarahkan untuk membangun hubungan jangka panjang dan kepercayaan, yang sangat penting dalam industri berbasis kepercayaan seperti perdagangan hewan qurban.

2. Aspek teknis dan operasional

a. Peluang

Secara teknis, Agrofarm Ngabar telah memiliki operasional yang cukup tertata dan mengikuti standar peternakan yang baik. Penataan kandang, pola pemberian pakan, manajemen kebersihan, dan pemantauan kesehatan hewan dijalankan dengan cukup sistematis. Akses menuju kandang, meskipun tidak berada langsung di jalan utama, tetap dapat dijangkau oleh kendaraan pengangkut, yang membuat proses distribusi dan pengiriman hewan tidak mengalami kendala besar.

Kapasitas kandang saat ini mampu menampung hingga 61 ekor dan masih memiliki potensi pengembangan seiring dengan pertumbuhan usaha dan ketersediaan modal.

b. Tantangan

Letak kandang yang tidak berada di jalur strategis atau jalan besar menjadi tantangan tersendiri. Hal ini dapat mempengaruhi visibilitas usaha terhadap konsumen langsung atau calon pembeli yang ingin berkunjung.

Di sisi lain, penyakit hewan merupakan tantangan operasional yang sangat krusial. Penyebaran penyakit dapat menyebabkan kematian ternak, meningkatkan biaya pengobatan, serta mengganggu kelangsungan pasokan saat musim permintaan tinggi.

c. Strategi pengembangan

Strategi yang dilakukan antara lain adalah peningkatan kapasitas kandang secara bertahap seiring pertumbuhan permintaan. Penanganan penyakit dilakukan secara cepat dan responsif oleh staf yang telah memiliki pengetahuan dasar tentang kesehatan ternak, sehingga potensi kerugian bisa diminimalisir.

3. Aspek manajerial

a. Peluang

Agrofarm Ngabar telah memiliki pengalaman lebih dari delapan tahun dalam menjalankan usaha jual beli domba. Ini menjadi modal penting dalam menjalankan bisnis berbasis kepercayaan dan keberlanjutan. Selama kurun waktu tersebut, manajemen mampu membangun sistem kerja yang adaptif dan responsif terhadap

kebutuhan pasar, termasuk menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, seperti petani pakan, pengepul.

Kemampuan mengelola sumber daya manusia juga menjadi kekuatan, di mana pelatihan dan evaluasi berkala dilakukan untuk memastikan produktivitas dan kualitas layanan.

4. Aspek finansial

a. Peluang

Dari sisi keuangan, musim Idul Adha menjadi momen krusial yang memberikan lonjakan pendapatan signifikan. Ini menunjukkan bahwa pasar memiliki potensi besar, dan Agrofarm mampu merespons kebutuhan tersebut secara optimal.

Selain itu, terdapat potensi pengembangan unit usaha baru berbasis ternak, seperti produksi dan penjualan pupuk kandang, penjualan bibit domba, jasa penitipan dan penggemukan domba. Diversifikasi ini dapat membantu menciptakan aliran pendapatan tambahan dan mengurangi ketergantungan pada musim qurban.

b. Tantangan

Namun, keuntungan yang diperoleh cenderung bersifat musiman dan tidak merata sepanjang tahun. Di luar musim puncak, pendapatan menurun drastis, bahkan hanya cukup untuk menutupi biaya operasional rutin.

Selain itu, harga pakan yang fluktuatif dan tingginya biaya perawatan menjadi tekanan tambahan terhadap margin keuntungan.

Ketergantungan pada satu segmen pasar utama juga meningkatkan risiko keuangan jangka panjang.

Tantangan fluktuasi harga pakan dan persaingan pasar, di mana bisnis ayam potong dihadapkan pada ketergantungan bahan pakan impor dan promosi yang lemah. Solusi yang diambil adalah meningkatkan efisiensi produksi dan mengoptimalkan kanal digital.⁵⁷

Ini sejalan dengan kondisi di Agrofarm Ngabar, di mana pengelola mencoba menekan biaya pakan dan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran.

c. Strategi pengembangan

Strategi utama yang telah diterapkan oleh Agrofarm Ngabar adalah diversifikasi usaha untuk menciptakan pendapatan baru yang berkelanjutan sepanjang tahun. Diversifikasi ini diwujudkan melalui pembuatan pupuk kandang organik dari limbah hewan ternak yang dipromosikan kepada petani sekitar, serta produksi pakan ternak secara mandiri untuk mengurangi ketergantungan pada pakan dari luar yang harganya fluktuatif.

Langkah ini tidak hanya menekan biaya operasional, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kualitas pemeliharaan ternak. Di samping itu, untuk menjaga keberlanjutan keuangan, diperlukan

⁵⁷ Muhammad Hafidz, "Analisis SWOT terhadap Pemasaran Usaha Kemitraan Ternak Ayam Potong Mas'uud Efendi di Desa Wateskulon Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang," *Skripsi* (Jember: IAIN Jember, 2018), 78–79.

pula perencanaan keuangan jangka panjang yang mencakup pengelolaan arus kas, penjadwalan investasi, serta penyediaan cadangan dana darurat agar stabilitas finansial usaha tetap terjaga.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bisnis jual beli domba di Agrofarm Ngabar memiliki peluang besar dari tingginya permintaan saat Idul Adha dan meningkatnya kesadaran konsumsi protein hewani. Tantangan yang dihadapi meliputi fluktuasi harga pakan, persaingan pasar, dan ketergantungan musim. Strategi pengembangan dilakukan melalui pemasaran digital, diversifikasi produk seperti pupuk organik, serta penguatan kemitraan dengan peternak dan koperasi.
2. Berdasarkan analisis aspek pasar, teknis-operasional, manajerial, dan finansial, bisnis ini dinilai layak untuk dikembangkan. Pendapatan utama memang masih bergantung pada musim tertentu, namun strategi diversifikasi dan efisiensi operasional menunjukkan prospek usaha yang berkelanjutan dan

B. Saran

1. Kepada Pengelola Agrofarm Ngabar disarankan agar pengelola Ngabar Agrofam terus meningkatkan inovasi dalam pengembangan usaha, khususnya dalam memperluas pasar dan memperkuat manajemen keuangan usaha. Meskipun sudah memiliki diversifikasi usaha seperti penggemukan ternak dan produksi pupuk organik, perlu dilakukan

evaluasi rutin terhadap efektivitas kegiatan tersebut agar tetap relevan dan berdaya saing.

Selain itu, pengelola Ngabar Agrofram dapat menjalin lebih banyak kemitraan strategis dengan lembaga eksternal, seperti instansi pertanian untuk memperluas distribusi produk. Tidak kalah penting, pengelolaan administrasi dan dokumentasi keuangan perlu ditingkatkan demi menjaga transparansi dan kelayakan bisnis jangka panjang.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya Bagi peneliti yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian ini, disarankan untuk memperluas ruang lingkup kajian ke aspek yang lebih spesifik, seperti analisis keuangan lebih mendalam (misalnya analisis profitabilitas, ROI), atau mengevaluasi dampak sosial ekonomi dari usaha peternakan terhadap masyarakat sekitar.

Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif dengan data keuangan yang lebih terukur dapat memperkuat hasil penelitian dan memberikan kontribusi lebih luas terhadap literatur ekonomi syariah dan kewirausahaan berbasis pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, T. Wahyu. (2021). *Bisnis Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Akdon. (2006). *Strategic Management For Educational Management*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Dalam Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asman, Nasir. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis Pedoman Melalui Bisnis Era Revolusi Industri 4.0*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daoed, T. Syahril. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Medan: Undhar Press.
- Hafidz, Muhammad. (2018). “Analisis SWOT Terhadap Pemasaran Usaha Kemitraan Ternak Ayam Potong Mas’uud Efendi di Desa Wateskulon Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang.” Skripsi. Jember: IAIN Jember.
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasali, Rhenald. (2010). *Modul Kewirausahaan untuk Program Strata I*. Jakarta: Mizan Media Utama.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Perwitasari, Fitri Dian. “Analisis SWOT Usaha Ternak Domba di Kelompok Tani Ternak Domba Kabupaten Cirebon.” *Kandang Jurnal Peternakan* Vol. 13, No. 2, 2021.
- Ramdhan, Muhammad. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

- Rasyid Sidik, Abdul. “Analisis Usaha Dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Ras Pedaging Di Kecamatan Kerici Kanan Kabupaten Siak.” Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Riau, 2020.
- Saripuddin, Jasman. (2016). Pengantar Bisnis Edisi Revisi. Medan: CV Symphony Baru.
- Siregar. (2012). Analisis SWOT.
- Situmorang, Devi Yulianti dan Siti Azizah. “Analisis SWOT Untuk Mengembangkan Bisnis Kambing Panorusan Sebagai Plasma Nutfah Di Kabupaten Samosir.” Ejournal Malangab: Karta Raharja Vol. 5, No. 1, 2023.
- Siagian, Sondang P. (2000). Manajemen Strategik. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2002). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryana. (2009). Kewirausahaan: Pedoman Praktis Kiat Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, Husein. (2005). Studi Kelayakan Bisnis.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Transkrip Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA I

Nomor Wawancara	: 01/W/20-5/2025
Nama Informan	: Oki Iskandar
Identitas Informan	: Koordinator Agrofram Ngabar
Waktu Wawancara	: 12.00
Hari/Tanggal Wawancara	: Selasa, 20 Mei 2025

Peneliti	Informan
Apa yang menjadi keunggulan usaha jual beli domba di Ngabar Agrofarm dibandingkan peternak lain?	Keunggulan dari Ngabar agrofarm itu lebih kepada menjual daging bukan ke warna ataupun bentuknya yang bagus yang terpenting adalah daging nya yang pada intinya keunggulan dari peternak lain adalah timbangan bobot nya
Bagaimana permintaan pasar terhadap domba, baik untuk konsumsi maupun aqiqah atau qurban?	Untuk saat ini khususnya permintaan dari aqiqah itu jarang-jarang jika ada pesanan baru kita olah pengelolannya pun kita dari pondok belum bisa mengelola sendiri jadi kita bekerja sama dengan pihak luar, untuk qurban sendiri setiap tahun nya kita menyediakan dan biasanya kita kirim keluar untuk di konsumsi santri , wali santri, alumni dan masyarakat.
Apa saja kendala utama yang dihadapi dalam mengelola bisnis jual beli domba sejauh ini?	Untuk kendala nya untuk penjuala domba ketika kenaikan harga pakan dan sekarang banyak nya persaingan dari peternak lain yang bermunculan.

Bagaimana dampak fluktuasi harga pakan atau domba terhadap bisnis?	Untuk harga pakan tentu sangat berdampak ketika harga domba masih murah dan harga pakan tinggi kami juga kebingungan untuk mengatasi fluktuasi harga pakan tersebut biasanya kami mengganti pakan yang lebih murah
Bagaimana mengatasi persaingan dengan peternak lain?	Untuk mengatasi persaingan saat ini kita melalui online yang masih di ranah facebook, Instagram, story wa, jika kita menjual ke pasar itu jarang dan lebih laku – lakunya dari online. Jika kita melakukan persaingan di pasar sepertinya kita tidak sanggup karena persaingan nya sangat besar jika di pasar.
Apa saja strategi yang sudah diterapkan untuk mengembangkan bisnis ini?	Pengembangan yang di lakukan yaitu dengan sistem penjualan online melalui grup-grup facebook, grup wa, dan story Instagram
Bagaimana peran teknologi atau media sosial dalam pemasaran?	Sangat sangat membantu peran nya sangat besar dalam proses transaksi lewat online karena dengan online kita bisa memperlihatkan dagangan kita kepada banyak orang sedangkan di pasar hanya orang-orang yang datang ke pasar yang bisa melihat nya
Bagaimana upaya menjalin kemitraan dengan pihak luar (rumah makan, rumah potong, koperasi)?	Untuk saat ini untuk menjalin kemitraan dengan rumah makan seperti gulai itu jarang-jarang ketika ada saja pemesanan, dan rumah potong pun sama seperti rumah makan jadi tidak pasti, kalau koperasi kita bekerja sama dengan BMT

Apakah bisnis sudah memberikan keuntungan yang konsisten?	Kalua konsisten belun, kalua hari-hari biasa kita hanya menjual kepada orang yang mau saja.
Sejauh mana bisnis ini mampu bertahan terhadap fluktuasi harga pasar dan biaya oprasional?	Kalua bertahannya insayallah kita masih bertahan karena kita sistemnya timbangan, dengan Fluktasi harga pasar dan biaya oprasional kita masih bisa untung meskipun untungnya hanya sedikit.
Apa sudah ada pelanggan tetap, atau bisnis masih bergantung pada momen tertentu (idul adha)?	Kalua pelanggan tetap masih di idul adha saja tapi kalua di hari-hari biasa belum ada pelanggan tetap.
Bagaiman respon konsumen terhadap domba yang di jual (kualitas, harga, pelayanan)?	Untuk masalah kualitas semua orang yang beli domba di kita itu terkesan suka , marem untuk harga juga kita mengikuti harga jual daging perkilonya berapa dengan bobot itu karena kita juga bekerja sama dengan peternak yang lain untuk update harga jual bobot daging hidup itu berapa jadi kita menyusai kan maka belum tentu harga nya tetap sama di bulan kedepannya, dan juga untuk pelayan rata-rata senang karena yang kita jual daging jadi impas antara timbangan dan harga dan komsumen pun melihat peroses timbangan sehingga tau berapa beratnya
Apakah jumlah tenaga kerja dan fasilitas yang dimiliki saat ini memadai untuk menjalankan bisnis secara optimal?	Insayallah untuk tenaga kerja kita memadai dan untuk fasilitas kita juga memadai yang tidak memadai itu justru fluktasi harga pasar yang dimana ketika biaya oprasional tinggi sedangkan harga domba sedang turun
Bagaimana sistem pemeliharaan dan manajemen ternak dilakukan?	Sistem pemeliharaan biasanya di Ngabar Agro ini kita biasanya melakukan breeding jadi anakan yang

	masih kecil kita jual dan juga kadang ada beberapa kita gemukan dan ketika sudah besar baru kita jual kerumah makan jika ada pemesanan.
Apakah ada pelatihan atau peningkatan kapasitas bagi pekerja?	Untuk pekerja kita tidak ada pelatihan jadi kita memberitahu langsung dari ownernya yang memberikan arahan langsung kepada pekerja cara merawat hewan ternak, mengaduk pakan, kita sendiri Cuma untuk pengelola itu juga ikut pelatihan diluar bagaimana tatacara manajemen pakan, manajemen penjualan kita jadi bukan pekerja tapi pengelola nya yang mengikuti pelatihan.
Bagaimana dampak usaha terhadap masyarakat sekitar?	Tentu dengan adanya peternak ini beberapa tertolong jika ada masyarakat ada yang ingin mejual kekita kita terima jika harga nya cocok, maka dengan adanya peternakan di pondok masyarakat sekitar juga istilah nya merasa terbantu karena biasanya masyarakat jika mempunyai barang menawarkan kekita dan kita biasanya menerima jika pas
Apakah bisnis turut memperdayakan masyarakat lokal?	Tentu iya dengan memperdayakan pekerja masayrakat sekitar meskipun tidak banyak seperti untuk kirim barang, dan penyelepan.

TRANSKRIP WAWANCARA II

Nomor Wawancara	: 02/W/24-5/2025
Nama Informan	: Muhammad Sahal
Identitas Informan	: Pengurus bagian perternakan Agrofram Ngabar
Waktu Wawancara	: 15.00
Hari/Tanggal Wawancara	: Sabtu, 24 Mei 2025

Peneliti	Informan
Apa yang menjadi keunggulan usaha jual beli domba di Ngabar Agrofarm dibandingkan peternak lain?	Keunggulan yang ada di perternakan kami kualitas pakannya sudah terjamin baik untuk bobot dan pertumbuhan nya juga baik, dan kesehatan nya juga terjamin.
Bagaimana permintaan pasar terhadap domba, baik untuk konsumsi maupun aqiqah atau qurban?	Untuk permintaan ketika pada saat idul adha biasanya kita menyediakan banyak hewan qurban yang dipesan oleh masyarkat maupun wali santri dari Pondok Pesatren Wali Songo.
Apa saja kendala utama yang dihadapi dalam mengelola bisnis jual beli domba sejauh ini?	Untuk sejauh ini kendala yang sangat berpengaruh dipemasaran karena banyaknya peternak-peternak baru yang muncul didaerah yang sama , dan juga kenaikan harga pokok untuk domba.
Bagaimana dampak fluktuasi harga pakan atau domba terhadap bisnis?	Ya naik turun nya pakan juga berpengaruh terhadap ternak kami karena bisa mengganggu pertumbuhan dikarenakan komposisi pada pakan berganti, dan juga bisa mempengaruhi harga domba di pasar.
Bagaimana mengatasi persaingan dengan peternak lain?	Cara kami sendiri mengatasi persaingan dengan peternak lain dengan mempromosikan brosur kami dengan membuat bener dan

	menempelkan di jalan-jalan dan juga kami menitipkan brosur kepada santri Pondok Pesantren Wali Songo untuk di sampaikan kepada wali santri nya,
Apa saja strategi yang sudah diterapkan untuk mngembangkan bisnis ini?	Untuk saat ini kami menerapkan starategi breeding untuk perkembang biakan dan juga kami mengawinkan silang dari domba lokal dengan domba jenis sehingga bisa menghasilkan domba yang berkualitas maupun dari daging, ataupun dari postur tubuh nya.
Bagaimana peran teknologi atau media sosial dalam pemasaran?	Peran media sosial bagi kami itu sangat membantu karena sebagian banyak para pembeli mengetahui hewan ternak kami dari sosial media
Apakah bisnis sudah memberikan keuntungan yang konsisten?	Untuk saat ini belum bisa konsisten karena naik turun nya permintaan pasar sehingga belum bisa mendapatkan keuntungan yang konsisten
Apa sudah ada pelanggan tetap, atau bisnis masih bergantung pada momen tertentu (idul adha)?	Untuk saat ini kami masih bergantung pada momen hari raya qurban
Bagaiman respon konsumen terhadap domba yang di jual (kualitas, harga, pelayanan)?	Untuk sejauh ini kualitas baik, harga juga menyesuaikan harga pasar, dan untuk pelayanan cukup ramah.
Apakah jumlah tenaga kerja dan fasilitas yang dimiliki saat ini memadai untuk menjalankan bisnis secara optimal?	Insyallah untuk tenaga kerja dan juga fasilitas di Agrofarm Ngabar cukup memadai untuk menjalankan bisnis secara optimal
Bagaiumana sistem pemeliharaan dan manajemen ternak dilakukan?	Biasanya kami untuk sistem pemeliharaan menggunakan breeding dan kawin silang

Apakah ada pelatihan atau peningkatan kapasitas bagi pekerja?	Ada yang biasanya yang mengikuti pelatihan di luar adalah pengelola bukan dari pekerja.
Bagaimana dampak usaha terhadap masyarakat sekitar?	Untuk saat ini dampak bagi masyarakat sekitar berdampak positif karena kami juga mengelola pupuk organik yang bermanfaat bagi petani sekitar untuk tanamannya
Apakah bisnis turut memperdayakan masyarakat lokal?	Ya biasanya kami memperdayakan masyarakat meskipun tidak banyak.

Lampiran 2: Daftar Gambar

DOKUMENTASI

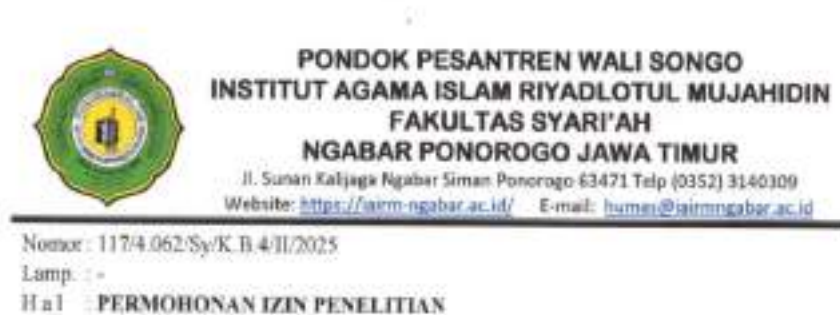


Wawancara Bersama Staf Pengelola Agrofarm Ngabar



Wawancara Bersama Koordinator Agrofarm Ngabar

Lampiran 3: Surat Izin Penelitian



Kepada Yth.
Ngabar Farm
 di -
 Tempat

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Salam Ukhuwah Islamiyah kami sampaikan, semoga rahmat dan hidayah Allah SWT selalu menyertai kita semua. Amin.

Dengan Hormat, bersama ini kami sampaikan mahasiswa kami:

Nama : Sahrul Gunawan
 NIM : 2023620204012
 Fakultas : Syari'ah
 Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)

Dalam rangka penyelesaian Skripsi perlu kiranya mengadakan Penelitian di lembaga/instansi yang bapak/ibu/sdr pimpin, dengan judul Skripsi **"ANALISA KELAYAKAN BISNIS JUAL BELI DOMBA : PELUANG, TANTANGAN, dan STRATEGI PENGEMBANGAN (STUDI KASUS di NGABAR AGROFARM SIMAN PONOROGO)"**

Demikian surat permohonan ini kami buat dan atas izinnya kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Ponorogo 3 Februari 2025
 Ketua Fakultas Syari'ah,

Iwan Rulhwan S.H., M.E.
 NIDN: 2107128204

Lampiran 4: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian



YAYASAN PEMELIHARAAN DAN PENGEMBANGAN WAKAF
PONDOK PESANTREN "WALI SONGO" NGABAR
PONOROGO JAWA TIMUR INDONESIA

Akta Notaris : Devi Sovian, SH., M.Kn. No. 01 Tanggal 13 Oktober 2021
SK. Kemenkumham Nomor : AHU-00024481.AH.01.12 Tahun 2023, Telp (0352) 312484

SURAT KETERANGAN

Nomor :/B.04/ NGABAR AGROFARM/VI/2025

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Oki Iskandar, M.E.**
Jabatan : Koordinator Ngabar Agrofarm

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : **Sahrul Gunawan**
NIM : 2023620204012
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Yang bersangkutan telah selesai melakukan penelitian dengan judul "**ANALISIS KELAYAKAN BISNIS JUAL BELI DOMBA; PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI PENGEMBANGAN (STUDI KASUS DI NGABAR AGROFARM SIMAN PONOROGO)**"

Demikian surat keterangan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ngabar, 19 Juni 2025 M
Direktur Ngabar Agrofarm

Oki Iskandar, M.E.

Lampiran 5: Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi

[illegible]

Lampiran 6: Lembar Perencanaan Penyelesaian Skripsi



PONDOK PESANTREN WALI SONGO
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN
FAKULTAS SYAR'IAH
NGABAR PONOROGO JAWA TIMUR
(Pondok Pesantren Wali Songo Ponorogo 63471 Telp. (0312) 3140049
 Website: <http://iaim-wsng.org> E-mail: iaim-wsng@iaim-wsng.org)

LEMBAR PERENCANAAN PENYELESAIAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sahrul Gunawan
 NIM : 2023620204012
 Fakultas/Prodi : Syar'iah / Hukum Ekonomi Syariah
 Semester : 06
 Judul Skripsi : ANALISA KELAYAKAN BISNIS JUAL BELI DOMBA;
 PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI (Studi
 Kasus di Ngabar Agrofarm Siman Ponorogo)

No	BAB/URAIAN	WAKTU PENYELESAIAN
1	Proposal Skripsi	<u>Komis 24 Mei / 2025</u>
2	BAB I	<u>3/05 / 2025</u>
3	BAB II	<u>3/05 / 2025</u>
4	BAB III	<u>4/6 / 2025</u>
5	BAB IV	<u>4/6 / 2025</u>
6	BAB V	<u>20/6 / 2025</u>
7	BAB VI	

Dosen Pembimbing



Mahasiswa



Lampiran 8**RIWAYAT HIDUP**

Nama Lengkap : Sahrul Gunawan

Tempat Tanggal Lahir : Cianjur, 28 Agustus, 2002

Alamat : Jl. MUSHOLA AT-TAQWA No. 83,
Desa/Kelurahan GANDUL, Kecamatan CINERE,
Kabupaten/Kota DEPOK, Provinsi JAWA
BARAT, Kode Pos 16512

Orang Tua :

Ayah : Maman Suryaman

Ibu : Tarmilah

Anak Ke- : Dua (2)

Saudara Kandung : 1

E-mail : Sahgunawan0987@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 : MI Al-Muhajiriah
2. 2015 – 2018 : MTS Wali Songo Ngabar
3. 2019 – 2021 : MA Wali Songo Ngabar
4. 2022 – 2025 : IAI Riyadlotul Mujahidin Wali Songo Ngabar

PENGALAMAN ORGANISASI

PERIODE	JABATAN
---------	---------

2019 – 2021	Pengurus Aktif Pondok Pesantren Assa'adatain Depok, Jawa Barat
2019 – 2020	Anggota Aktif Bagian Pramuka Organisasi Santri Wali Songo (OSWAS) Putra Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo
2023 – 2024	Pengurus Aktif1Dema Fakultas IAI Riyadlotul Mujahidin