

Peran Manajemen Agribisnis dan Diversifikasi Produk dalam Keberlanjutan Usaha Susu Kambing Rumahan: Studi Kasus pada Usaha Ibu Sri Endang Hartati

Hendra Saputra¹, Putri Waiwini Fonataba², Afifa Rahma Wudda³, Ayu Chintia⁴, Amelia Ardana⁵, Andika Zulfri⁶, Ronauli Pasaribu⁷, Zulaika Rahma⁸, Keni Mayori Hasibuan⁹, Muhammad Umair Yazid¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Universitas Negeri Medan

Email: ¹hensap@unimed.ac.id, ²putrifonataba2@gmail.com ,

³afifawudda01@gmail.com, ⁴ayu201809@gmail.com, ⁵ameliaardana3@gmail.com,

⁶andikazulfri470@gmail.com, ⁷ronauli100506@gmail.com,

⁸zulaikarahma2204@gmail.com, ⁹kenihsb316

Abstract

The sustainability of home-based goat milk businesses faces various challenges, such as market dynamics and limited resources. This research aims to analyze the role of agribusiness management and product diversification in supporting the sustainability of the business, with a case study of the business managed by Mrs. Sri Endang Hartati. Using a case study-based qualitative approach, data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation analysis. The results showed that the implementation of effective agribusiness management-including human resource management, finance, and production efficiency-played a significant role in maintaining business stability. Product diversification, such as yogurt, cheese, and soap made from goat's milk, has proven to increase added value and expand the market. However, key challenges remain, namely limited capital, fluctuating feed prices, and marketing barriers. To overcome these obstacles, digital marketing strategies and collaboration with business partners are recommended as key solutions. This research provides insights for small agribusiness actors on the importance of effective management and product innovation to improve competitiveness. In addition, the findings are expected to serve as a reference for similar business development as well as input for government policies in supporting small-scale agribusiness.

Keywords: *Agribusiness Management, Product Diversification, Business Sustainability, Goat Milk, Small Business.*

Abstrak

Keberlanjutan usaha susu kambing rumahan menghadapi berbagai tantangan, seperti dinamika pasar dan keterbatasan sumber daya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen agribisnis dan diversifikasi produk dalam

mendukung keberlanjutan usaha tersebut, dengan studi kasus pada usaha yang dikelola oleh Ibu Sri Endang Hartati. Menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen agribisnis yang efektif—meliputi pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, dan efisiensi produksi—berperan signifikan dalam menjaga stabilitas usaha. Diversifikasi produk, seperti yogurt, keju, dan sabun berbahan dasar susu kambing, terbukti meningkatkan nilai tambah dan memperluas pasar. Namun, tantangan utama tetap ada, yaitu keterbatasan modal, fluktuasi harga pakan, dan hambatan pemasaran. Untuk mengatasi kendala ini, strategi pemasaran digital dan kolaborasi dengan mitra bisnis direkomendasikan sebagai solusi utama. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku usaha agribisnis kecil mengenai pentingnya manajemen yang efektif dan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing. Selain itu, temuan ini diharapkan menjadi referensi bagi pengembangan usaha serupa serta masukan bagi kebijakan pemerintah dalam mendukung agribisnis skala kecil.

Kata Kunci: *Manajemen Agribisnis, Diversifikasi Produk, Keberlanjutan Usaha, Susu Kambing, Usaha Kecil.*

Pendahuluan

Sektor agribisnis memiliki peran krusial dalam perekonomian nasional, terutama dalam menyediakan bahan pangan yang mendukung ketahanan pangan dan kesejahteraan masyarakat. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di bidang agribisnis, termasuk usaha susu kambing rumahan, berkontribusi dalam memperkuat ekonomi lokal. Namun, usaha kecil seringkali menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap sumber daya, permodalan, pasar, dan teknologi. Oleh karena itu, penerapan manajemen agribisnis yang modern, dengan menekankan efisiensi, produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan, menjadi faktor kunci dalam menjaga kelangsungan usaha kecil di sektor ini.

Kambing etawa yang di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan kambing peranakan etawa (PE) memiliki daya tarik tersendiri bagi para peternak. Minat terhadap peternakan kambing PE terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan produk yang dihasilkan, kambing PE dibagi

menjadi empat jenis, yaitu penghasil daging (meat), penghasil susu (dairy), penghasil bulu (mohair/cashmere), serta penghasil daging dan susu sekaligus.

Beberapa ciri kambing PE antara lain bentuk muka cembung, telinga panjang (18-30 cm) yang terkulai, serta tanduk pendek baik pada jantan maupun betina. Warna bulunya bervariasi, dari krem hingga hitam, dengan bagian leher, bahu, dan kaki belakang yang bulunya lebih tebal dan panjang. Umumnya, kambing PE berwarna dominan putih dengan corak hitam atau cokelat. Tinggi badan kambing jantan berkisar 70-100 cm, dengan berat badan saat dewasa mencapai 40-80 kg, sedangkan betina memiliki berat badan 30-50 kg. Saat ini, budidaya kambing PE berkembang pesat karena berbagai keuntungan yang bisa didapatkan, seperti penjualan induk, keturunan, dan susu. Selain itu, kotoran kambing (inthil) juga bisa diolah menjadi pupuk organik yang bernilai ekonomis. Salah satu produk yang saat ini banyak diminati di pasaran adalah susu kambing etawa.

Keberhasilan beternak kambing etawa sangat bergantung pada ketersediaan pakan yang berkualitas dalam jumlah yang cukup. Pakan yang baik akan memberikan kontribusi pada kualitas kambing, susu, dan keturunan yang dihasilkan. Oleh karena itu, penting bagi peternak untuk memahami cara membuat pakan fermentasi yang berkualitas dan tahan lama. Selain itu, pemahaman tentang manajemen usaha dan strategi pemasaran yang efektif juga diperlukan agar usaha peternakan dapat memberikan keuntungan yang optimal.

Manajemen agribisnis berfungsi dalam mengkoordinasikan berbagai aspek bisnis pertanian, dari hulu hingga hilir, guna meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional, dan pencapaian tujuan strategis usaha. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk memperkuat daya saing

dan keberlanjutan usaha adalah diversifikasi produk. Strategi ini membantu mengurangi risiko akibat fluktuasi pasar dan ketidakpastian iklim, sekaligus meningkatkan pendapatan melalui pengembangan produk turunan. Dalam usaha susu kambing rumahan, diversifikasi dapat mencakup pengolahan susu menjadi produk bernilai tambah seperti yogurt, keju, dan sabun susu.

Sebagai studi kasus, penelitian ini menganalisis usaha susu kambing rumahan yang dikelola oleh Ibu Sri Endang Hartati untuk mengidentifikasi bagaimana penerapan manajemen agribisnis dan diversifikasi produk dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha dalam skala kecil. Keberlanjutan usaha dalam penelitian ini dievaluasi berdasarkan tiga aspek utama: lingkungan, sosial, dan ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen agribisnis dan diversifikasi produk dalam mendukung keberlanjutan usaha susu kambing rumahan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha agribisnis mengenai pentingnya manajemen yang efektif dan strategi diversifikasi dalam meningkatkan daya saing serta efisiensi usaha. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rekomendasi aplikatif bagi pengembangan usaha serupa serta berkontribusi terhadap perkembangan ilmu manajemen agribisnis.

Tinjauan Pustaka

1. Manajemen Agribisnis

Istilah "agribisnis" berasal dari gabungan kata "agri" dan "bisnis", yang menunjukkan bahwa ini adalah kegiatan bisnis di sektor pertanian yang bertujuan untuk menghasilkan laba. Secara sederhana, agribisnis

mencakup semua bisnis yang terkait dengan pertanian yang berorientasi pada laba.

Agribisnis melibatkan pengelolaan komoditas pertanian secara luas, yang mencakup seluruh rangkaian proses produksi, pengolahan produk (agroindustri), pemasaran, dan dukungan kelembagaan. Ini mencakup bisnis yang mendukung kegiatan pertanian dan bisnis yang didukung oleh kegiatan pertanian (Downey dan Erickson, 1987).

Sjarkowi dan Sufri (2004) mendefinisikan agribisnis sebagai semua bisnis yang terkait erat dengan produksi pertanian, termasuk penyediaan input pertanian, produksi itu sendiri, dan pengelolaan produk pertanian. Ini mencerminkan pandangan ekonomi terhadap pasokan pangan suatu negara.

Stoner dan Freeman (1989) menjelaskan bahwa manajemen merupakan serangkaian tindakan yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian terhadap usaha-usaha anggota organisasi, serta pemanfaatan sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Al-Munawwir (2013), kata “manajemen” berasal dari bahasa Latin yang mengacu pada tindakan “menangani”. Dalam bahasa Arab, manajemen diartikan sebagai “mengatur”. Kamus Inggris-Indonesia (Echols dan Shadily, 2019) menjelaskan bahwa “manajemen” berarti “mengurus, mengorganisasikan, melaksanakan, mengelola, dan memperlakukan.” Susan (2019) juga menegaskan bahwa manajemen berarti “mengurus.”

Hasibuan dan Hasibuan (2016) mendefinisikan manajemen sebagai ilmu dan seni mengelola penggunaan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan. McLarney

dan Rhyno (1999) melihat manajemen sebagai seni melaksanakan pekerjaan melalui orang lain, menekankan pentingnya keterampilan kepemimpinan dan manajerial.

Downey dan Erickson (1987) memandang agribisnis sebagai suatu kegiatan yang meliputi produksi, pengolahan, pemasaran, dan dukungan kelembagaan dalam penanganan komoditas pertanian. Sjarkowi dan Sufri (2004) mendefinisikan agribisnis sebagai suatu usaha yang berkaitan dengan produksi pertanian, meliputi penyediaan input, produksi, dan pengolahan hasil.

Manajemen agribisnis mencakup berbagai konsep seperti budidaya tanaman, agrikimia, produksi pangan, dan penyediaan benih. Austin mendefinisikan agribisnis sebagai suatu unit usaha yang meliputi usaha tani, pengolahan pangan, sarana produksi, transportasi, perdagangan, stabilitas pangan, dan distribusi pangan dan serat kepada konsumen.

2. Diversifikasi Produk

Menurut Rahmani (2014), variasi produk sangat memengaruhi pilihan konsumen, selain harga produk itu sendiri. Sepang (2016) dalam penelitiannya menambahkan bahwa selain diversifikasi dan harga, kualitas layanan juga memegang peranan penting dalam memuaskan pelanggan. Winarni dan Fonthea (2003) menjelaskan bahwa diversifikasi produk merupakan upaya untuk meningkatkan “nilai tambah” suatu produk.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk merupakan peluang untuk meningkatkan harga dan kualitas suatu produk, yang pada akhirnya memengaruhi kepuasan pelanggan.

1) Jenis-Jenis Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan tiga cara utama:

- a. Diversifikasi Konsentris: Diversifikasi ini melibatkan penambahan produk-produk baru yang masih terkait dengan produk-produk yang sudah ada, baik dari segi pemasaran maupun teknologi. Misalnya, perusahaan pakaian yang awalnya hanya menjual kaos, kemudian menambahkan celana ke dalam lini produknya. Diversifikasi konsentris dapat dilakukan dengan mendirikan perusahaan baru atau melalui merger dan akuisisi.
- b. Diversifikasi Horizontal: Ini melibatkan penambahan produk baru yang tidak terkait dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama. Misalnya, toko buku yang mulai menjual alat tulis.
- c. Diversifikasi Konglomerat: Ini melibatkan penambahan produk yang sama sekali baru, tidak terkait dengan produk yang sudah ada, dan dijual kepada basis pelanggan yang berbeda. Misalnya, perusahaan elektronik yang mulai memproduksi makanan.

2) Tujuan Pengembangan Strategi Diversifikasi

Tujuan paling mendasar dari penerapan strategi diversifikasi produk adalah untuk meminimalkan risiko atau potensi masalah yang mungkin menimpa perusahaan. Jika perusahaan berhasil menciptakan produk yang inovatif, maka akan menarik minat konsumen dan mendorong mereka untuk membeli produk tersebut.

Selain itu, strategi diversifikasi produk memungkinkan perusahaan untuk menawarkan berbagai pilihan produk kepada konsumen. Secara umum, strategi diversifikasi dikembangkan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Mendorong Pertumbuhan Pasar: Ketika produk yang ada telah mencapai titik jenuh dalam siklus hidup produk (PLC), diversifikasi dapat membuka peluang pertumbuhan baru.
- b. Menjaga Stabilitas Keuangan: Dengan melakukan diversifikasi produk, perusahaan dapat menyebarkan risiko fluktuasi laba.
- c. Meningkatkan Kepercayaan di Pasar Modal: Diversifikasi dapat meningkatkan citra perusahaan di mata investor.
- d. Memenuhi Keinginan Konsumen: Menurut Buchari Alma, tujuan pengembangan produk adalah untuk memenuhi keinginan konsumen, memenangkan persaingan, meningkatkan penjualan, memaksimalkan penggunaan sumber daya produksi, dan mencegah kebosanan konsumen.

3) Indikator Diversifikasi Produk

Menurut Effendi (1996), ada beberapa indikator yang mengukur keberhasilan diversifikasi produk, yang terbagi menjadi tiga jenis utama:

a. Diversifikasi Konsentris

Diversifikasi konsentris terjadi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru yang masih terkait dengan produk yang sudah ada, baik dari segi pemasaran maupun teknologi. Ada beberapa faktor yang menjadi indikator keberhasilan diversifikasi konsentris:

- Daya Tarik Produk Baru: Seberapa menarik produk baru tersebut bagi konsumen.
- Keunikan Produk: Seberapa unik produk baru tersebut dibandingkan dengan produk lain yang ada di pasaran.
- Kesesuaian Produk: Seberapa sesuai produk baru tersebut dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

- Kepercayaan Pelanggan: Seberapa besar kepercayaan pelanggan terhadap produk baru tersebut.
- Kesan Pelanggan: Bagaimana kesan pelanggan terhadap produk baru tersebut.
- Ketertarikan Kemasan: Seberapa menarik kemasan produk baru tersebut bagi konsumen.
- Kesesuaian Kemasan: Seberapa sesuai kemasan produk baru tersebut dengan produk tersebut.
- Kesan Pelanggan terhadap Kemasan: Bagaimana kesan pelanggan terhadap kemasan produk baru tersebut.

b. Diversifikasi Horizontal

Diversifikasi horizontal terjadi ketika perusahaan menambahkan produk baru yang tidak terkait dengan produk yang sudah ada tetapi dijual kepada pelanggan yang sama. Indikator keberhasilan diversifikasi horizontal meliputi:

- Penawaran Produk Tambahan: Berapa banyak produk tambahan yang ditawarkan perusahaan.
- Pemberian Hadiah: Memberikan hadiah atau bonus pada saat pembelian.
- Diversifikasi KonglomeratDiversifikasi konglomerat terjadi ketika perusahaan memperkenalkan produk yang sama sekali baru, tidak terkait dengan produk yang sudah ada, dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

3. Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha adalah kondisi di mana suatu bisnis dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan yang terus berubah dengan

tetap memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan. Untuk mencapai keberlanjutan ini, perusahaan perlu menerapkan strategi yang mencakup operasional jangka panjang, pengembangan usaha, serta adaptasi terhadap dinamika bisnis (Noe et al., 2011). Menurut Agustina (2022), keberlanjutan bisnis berfokus pada pencapaian tujuan dan peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan melalui integrasi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam strategi pengelolaannya. Handayani juga menekankan bahwa keberlanjutan usaha mencerminkan konsistensi dalam pertumbuhan dan pengembangan bisnis yang mendukung eksistensi serta ketahanan perusahaan.

Teori keberlanjutan usaha menggarisbawahi pentingnya mempertahankan produksi dalam jangka panjang dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efisien (Lestari & Dewi, 2021). Narayanadp (2018) menegaskan bahwa konsep ini bertujuan untuk memastikan ketersediaan sumber daya yang cukup bagi generasi mendatang. Sejalan dengan itu, Widayanti et al. (2017) menyebutkan bahwa keberlanjutan usaha mencakup aspek pertumbuhan, strategi pengembangan, serta upaya mempertahankan kelangsungan bisnis. Pandangan ini diperkuat oleh Suleman & Thalib (2024), yang menyatakan bahwa keberlanjutan usaha ditandai dengan kemampuan meningkatkan keuntungan secara berkelanjutan serta menjaga stabilitas operasional. Sementara itu, Jayanti & Karnowati (2023) menekankan bahwa keberlanjutan bisnis tidak hanya berorientasi pada aspek keuangan tetapi juga mencakup faktor sosial dan lingkungan yang perlu diperhitungkan dalam strategi perusahaan.

Keberlanjutan pada dasarnya mengacu pada kemampuan menjaga keseimbangan dalam pemanfaatan sumber daya tanpa merusaknya.

American Institute of Architect mendefinisikan keberlanjutan sebagai upaya masyarakat dalam menggunakan sumber daya alam secara bijak tanpa eksploitasi berlebihan. Konsep ini mencakup tiga dimensi utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Keberlanjutan ekonomi memastikan stabilitas produksi barang dan jasa tanpa mengganggu sektor lain. Keberlanjutan lingkungan menitikberatkan pada konservasi sumber daya alam dan perlindungan keanekaragaman hayati, sedangkan keberlanjutan sosial menyoroti pentingnya kesetaraan, akses terhadap layanan publik, serta keterlibatan dalam pengambilan keputusan (Anonim, 2020).

Dalam implementasinya, keberlanjutan usaha dapat diukur melalui beberapa indikator utama, seperti perencanaan bisnis yang matang, pembaruan strategi secara berkala, peningkatan kapasitas produksi, serta analisis persaingan yang berkelanjutan. Dengan menerapkan indikator-indikator ini, perusahaan dapat menjaga kelangsungan bisnisnya serta meningkatkan daya saing di tengah lingkungan usaha yang dinamis.

4. Tantangan dalam Usaha Susu Kambing Rumahan

1) Identifikasi Tantangan dalam Usaha Susu Kambing Rumahan

Usaha susu kambing rumahan memiliki potensi yang besar dalam industri peternakan dan pangan, namun menghadapi berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha. Beberapa tantangan utama yang dihadapi meliputi aspek pemasaran, fluktuasi harga bahan baku, serta keterbatasan modal dan sumber daya.

a. Tantangan dalam Pemasaran

Pemasaran menjadi salah satu kendala utama dalam usaha susu kambing rumahan. Produk susu kambing masih memiliki segmen pasar yang terbatas dibandingkan dengan susu sapi. Selain itu, rendahnya

kesadaran konsumen tentang manfaat susu kambing juga menjadi hambatan dalam meningkatkan permintaan pasar (Siregar, 2018). Strategi pemasaran yang kurang efektif, seperti ketergantungan pada pemasaran konvensional, juga menyebabkan usaha ini sulit bersaing dengan produk susu komersial lainnya (Hidayat & Nugroho, 2021).

b. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Harga bahan baku, seperti pakan ternak dan obat-obatan, mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Ketidakstabilan harga ini dapat berdampak langsung pada biaya produksi dan keuntungan usaha. Menurut penelitian oleh Prasetyo (2020), harga pakan yang tinggi seringkali menjadi faktor utama yang menghambat perkembangan usaha susu kambing skala kecil. Selain itu, kondisi iklim dan ketersediaan sumber daya alam juga mempengaruhi produksi pakan ternak secara keseluruhan.

c. Keterbatasan Modal dan Sumber Daya

Modal usaha yang terbatas menjadi kendala dalam pengembangan usaha susu kambing rumahan. Keterbatasan ini menghambat peningkatan skala produksi, perbaikan fasilitas, serta penerapan teknologi modern dalam peternakan. Selain itu, minimnya sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam pengelolaan usaha susu kambing juga menjadi tantangan tersendiri (Widodo & Lestari, 2022).

2) Diversifikasi Produk sebagai Solusi Mengatasi Tantangan

Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan dalam usaha susu kambing rumahan. Dengan mengembangkan berbagai varian produk, pelaku usaha dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing di pasar.

a. Pengembangan Produk Olahan Susu Kambing

Produk olahan seperti yogurt, keju, sabun, dan lotion berbahan dasar susu kambing dapat menjadi alternatif yang menarik bagi konsumen. Studi yang dilakukan oleh Susanti dan Rahmawati (2021) menunjukkan bahwa diversifikasi produk susu kambing dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperluas segmen pasar.

b. Pemanfaatan Platform Digital untuk Pemasaran

Strategi pemasaran digital dapat membantu meningkatkan jangkauan pasar dan memperkenalkan produk susu kambing kepada khalayak yang lebih luas. Menurut penelitian oleh Firmansyah (2023), penggunaan media sosial dan marketplace online mampu meningkatkan penjualan hingga 40% dalam usaha kecil dan menengah di sektor peternakan.

c. Kolaborasi dengan UMKM dan Lembaga Keuangan

Kolaborasi dengan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) serta lembaga keuangan dapat membantu mengatasi kendala modal dan sumber daya. Beberapa program pembiayaan dan pendampingan usaha dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha susu kambing rumahan (Yulianto & Setiawan, 2020).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang peran manajemen agribisnis dan strategi diversifikasi produk dalam menjaga keberlanjutan usaha susu kambing rumahan. Pendekatan ini dipilih untuk mengeksplorasi secara mendalam praktik manajerial yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, dan dampak diversifikasi produk terhadap efisiensi operasional dan daya saing usaha.

Penelitian ini dilakukan di usaha susu kambing rumahan milik Ibu Sri Endang Hartati yang berlokasi di Jl. Cendrawasih Dusun II, Citaman Jernih, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Subjek penelitian terdiri dari pemilik usaha sebagai sumber informasi utama, karyawan yang berperan dalam proses produksi dan pemasaran, konsumen susu kambing, dan pihak terkait lainnya, seperti pemasok dan mitra usaha.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik. Wawancara mendalam secara langsung kepada pemilik usaha bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen agribisnis dan penerapan diversifikasi produk yang dilakukan. Selain itu, observasi langsung di lokasi usaha dilakukan untuk mengamati kegiatan operasional sehari-hari, seperti proses pemerahan susu, pengelolaan pakan ternak, penerapan standar higienis, serta strategi pemasaran dan distribusi produk. Observasi ini berfungsi untuk memverifikasi dan melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara. Selain wawancara dan observasi, dokumentasi juga digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menganalisis sistem manajemen agribisnis yang diterapkan oleh pemilik usaha. Studi pustaka juga dilakukan dengan mengkaji berbagai referensi terkait manajemen agribisnis, strategi diversifikasi pada agribisnis skala kecil, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha. Sumber pustaka yang digunakan meliputi jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian terdahulu sebagai dasar untuk memperkaya analisis penelitian ini.

Hasil Dan Pembahasan

1. Profil Usaha Susu Kambing Rumahan Ibu Sri Endang Hartati

Usaha peternakan kambing perah milik Ibu Sri Endang Hartati sudah berjalan lebih dari 13 tahun. Berawal dari hanya lima ekor kambing, kini peternakannya telah berkembang menjadi sekitar 30 hingga 40 ekor kambing. Usaha ini berlokasi di Jl. Cendrawasih Dusun II, Citaman Jernih, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara.

2. Produk yang Dihasilkan

Produk utama yang dihasilkan adalah susu kambing segar yang dijual dalam keadaan murni tanpa bahan tambahan apa pun. Proses pemerahan dilakukan secara manual sebanyak dua kali sehari, dengan rata-rata produksi harian berkisar antara 8 hingga 10 liter, tergantung pada kondisi kesehatan ternak. Susu ini dijual dengan harga sekitar Rp60.000 per liter, lebih ekonomis dibanding produk sejenis yang beredar di pasaran.

Selain susu kambing, usaha ini juga menghasilkan pupuk kandang dari kotoran kambing yang dijual seharga Rp10.000 per karung kepada peternak setempat. Pupuk ini banyak diminati karena dipercaya dapat meningkatkan kesuburan tanah. Selain itu, kambing yang sudah tidak produktif lagi dalam menghasilkan susu biasanya dijual sebagai kambing potong, agar semua hasil ternak dapat dimanfaatkan secara optimal.

3. Skala Usaha dan Sistem Pengelolaan

Usaha ini dikelola secara mandiri oleh Ibu Sri tanpa melibatkan tenaga kerja tambahan. Semua kegiatan mulai dari pemberian pakan, pembersihan kandang, pemerahan susu, hingga pendistribusian produk dilakukan sendiri dengan bantuan anggota keluarga. Kambing diberi pakan berupa

daun singkong, ampas kedelai, dan kulit kedelai yang dipercaya dapat meningkatkan produksi susu.

Meskipun usaha ini terus berkembang, beberapa tantangan masih muncul, seperti produksi akibat kondisi kesehatan ternak, keterbatasan modal untuk perluasan usaha, serta persaingan dengan peternak lain yang telah lama menjalankan usaha. Salah satu kendala utama adalah penyakit kambing, seperti stroke, yang dapat menyebabkan penurunan produksi susu secara drastis. Untuk mengatasi hal tersebut, Ibu Sri rutin melakukan pemeriksaan kesehatan ternak dengan bantuan dokter hewan.

4. Peran Manajemen Agribisnis dalam Keberlanjutan Usaha Susu Kambing

Manajemen agribisnis memegang peranan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha susu kambing, terutama dalam hal pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, dan efisiensi produksi. Berdasarkan penelitian pada peternakan kambing perah milik Ibu Sri Endang Hartati, ditemukan bahwa strategi manajemen yang diterapkan sangat memengaruhi keberlanjutan usaha ini.

1) Manajemen Sumber Daya Manusia

Pada usaha susu kambing rumahan, tenaga kerja umumnya hanya berasal dari anggota keluarga. Sebagaimana yang diterapkan pada usaha Ibu Sri, seluruh tahapan produksi mulai dari perawatan ternak, pemberian pakan, pemerahan, hingga pemasaran dilakukan secara mandiri tanpa melibatkan tenaga kerja tambahan. Kondisi ini menegaskan pentingnya manajemen sumber daya manusia yang efektif agar operasional usaha dapat berjalan lancar tanpa kendala yang berarti (Widjaja dkk., 2022). Namun, keterbatasan tenaga kerja juga dapat menjadi kendala dalam

peningkatan kapasitas produksi, sehingga berpotensi menghambat ekspansi usaha.

2) Manajemen Keuangan dan Modal

Aspek keuangan memegang peranan penting dalam keberlanjutan usaha agribisnis. Keterbatasan modal sering menjadi kendala dalam pengembangan usaha, seperti yang dialami oleh Ibu Sri, dimana minimnya modal menghambat peningkatan jumlah ternak kambing perah yang dibutuhkan untuk meningkatkan produksi. Menurut Aulia dkk. (2024), keberlanjutan usaha agribisnis sangat bergantung pada manajemen keuangan yang baik, termasuk dalam alokasi dana untuk pembelian pakan berkualitas, perawatan kesehatan ternak, dan inovasi dalam penyaluran produk. Oleh karena itu, akses terhadap sumber pendanaan tambahan, baik dari bantuan pemerintah maupun koperasi ternak, menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha.

3) Efisiensi Produksi dan Pemanfaatan Sumber Daya

Efisiensi dalam proses produksi menjadi faktor utama keberhasilan usaha agribisnis susu kambing. Berdasarkan penelitian, Ibu Sri menerapkan strategi penyediaan pakan berkualitas, seperti daun singkong, ampas kedelai, dan kulit kedelai, untuk meningkatkan produksi susu. Selain itu, pemanfaatan limbah ternak sebagai pupuk juga menjadi langkah strategis untuk menekan biaya operasional sekaligus menciptakan sumber pendapatan tambahan. Menurut Setiawan et al. (2023), optimalisasi pemanfaatan limbah dalam agribisnis tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan.

4) Keberlanjutan dan Tantangan dalam Agribisnis Susu Kambing

Keberlanjutan usaha susu kambing dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kesehatan ternak, persaingan pasar, dan perubahan permintaan

konsumen. Salah satu kendala utama dalam usaha ini adalah risiko penyakit ternak yang dapat berdampak pada penurunan produksi susu. Oleh karena itu, menjaga kesehatan ternak melalui pemeriksaan rutin dan pemberian pakan bergizi merupakan langkah penting dalam menjaga produktivitas (Nataliningsih et al., 2018). Selain itu, penerapan strategi pemasaran yang lebih inovatif, seperti pemanfaatan e-commerce atau kerja sama dengan distributor lokal, dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing dalam industri susu kambing perah.

5. Diversifikasi Produk Sebagai Strategi Keberlanjutan

Usaha susu kambing rumahan memiliki potensi besar untuk terus berkembang, terutama seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan manfaat susu kambing bagi kesehatan. Namun, jika hanya mengandalkan satu jenis produk, yaitu susu segar, dapat menjadi tantangan bagi keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, diversifikasi produk dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan, mengurangi risiko pasar, dan memperkuat daya saing.

Berdasarkan hasil wawancara, saat ini Ibu Sri Endang Hartati belum menerapkan diversifikasi produk dalam usahanya. Namun, dengan mempertimbangkan perubahan tren pasar dan permintaan konsumen, diversifikasi dapat menjadi langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan usaha. Dalam penelitian ini, kami mengeksplorasi berbagai strategi diversifikasi produk yang dapat diterapkan pada usaha susu kambing rumahan, khususnya untuk usaha Ibu Sri Endang Hartati. Meskipun fokus utama usahanya saat ini adalah menjual susu segar, namun terdapat peluang besar untuk mengembangkan berbagai produk olahan dengan nilai tambah yang lebih tinggi. Berikut ini adalah beberapa

aspek utama yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi diversifikasi produk.

1) Meningkatkan Pendapatan dan Mengurangi Ketergantungan

Menambahkan produk olahan berbasis susu kambing dapat membuka peluang pendapatan baru, sehingga usaha tidak hanya bergantung pada penjualan susu segar. Produk olahan dengan masa simpan lebih panjang juga dapat membantu mengurangi potensi kerugian akibat produk yang tidak terjual tepat waktu. Selain itu, keberagaman produk memungkinkan usaha menjangkau pasar yang lebih luas dan menarik lebih banyak konsumen.

2) Produk Olahan Susu Kambing yang Berpotensi Dikembangkan

Berdasarkan hasil analisis pasar dan tren konsumen, terdapat beberapa jenis produk olahan susu kambing yang dapat dikembangkan oleh Ibu Sri Endang Hartati, di antaranya:

- a. Yogurt Susu Kambing: Produk ini mengandung probiotik yang bermanfaat bagi kesehatan sistem pencernaan dan daya tahan tubuh. Dibandingkan dengan yogurt berbahan dasar susu sapi, yogurt susu kambing memiliki tekstur yang lebih lembut serta cita rasa khas yang menarik, terutama bagi konsumen yang mengalami intoleransi laktosa atau mencari alternatif yang lebih sehat.
- b. Keju Susu Kambing: Keju yang terbuat dari susu kambing memiliki cita rasa yang lebih kuat daripada keju yang terbuat dari susu sapi, dengan tekstur yang bervariasi tergantung pada proses pembuatannya. Produk ini dianggap premium dan berpotensi dipasarkan ke restoran, kafe, dan konsumen yang mencari keju artisan berkualitas tinggi.

- c. Kefir Susu Kambing: Sebagai produk fermentasi, kefir susu kambing mengandung lebih banyak probiotik daripada yogurt, sehingga bermanfaat bagi kesehatan usus dan sistem kekebalan tubuh. Teksturnya lebih cair daripada yogurt, sehingga menjadikannya pilihan ideal sebagai minuman kesehatan.
- d. Permen Susu Kambing: Produk ini dapat menjadi camilan sehat yang kaya akan kalsium dan protein. Dengan daya tariknya yang cocok untuk anak-anak dan remaja, permen susu kambing juga berpotensi untuk dijadikan oleh-oleh daerah, sehingga menambah daya tarik wisata kuliner lokal.

3) Strategi Implementasi Diversifikasi

Agar strategi diversifikasi berjalan optimal, maka dapat dilakukan beberapa langkah berikut:

- a. Riset Pasar: Langkah awal yang sangat penting dalam diversifikasi adalah melakukan riset pasar. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan konsumen, pelaku usaha dapat mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Analisis tren konsumsi susu kambing dan identifikasi segmen pasar potensial akan membantu menentukan produk yang paling layak untuk dikembangkan.
- b. Pengembangan Produk: Setelah riset pasar selesai, tahap selanjutnya adalah pengembangan produk. Proses ini meliputi uji coba produksi, penyesuaian rasa dan tekstur, serta pengujian ketahanan produk. Kualitas produk harus terjamin agar memenuhi standar keamanan pangan dan mampu bersaing di pasar.
- c. Strategi Pemasaran yang Efektif: Pemasaran yang tepat sangat penting untuk memperkenalkan produk baru kepada konsumen. Memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok

dapat membantu meningkatkan brand awareness dan menarik minat konsumen. Selain itu, pemasaran digital melalui marketplace dan situs web juga dapat memperluas jangkauan pasar.

- d. Kemitraan dengan Berbagai Pihak: Menjalin kemitraan dengan toko organik, apotek, restoran, dan platform e-commerce dapat membantu memperluas distribusi produk. Selain itu, kemitraan dengan komunitas kesehatan atau industri kecantikan dapat meningkatkan kredibilitas produk dan menarik lebih banyak konsumen.
- e. Optimalisasi Produksi: Untuk memastikan efisiensi dan keberlanjutan bisnis, sistem produksi perlu dioptimalkan agar bahan baku susu dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya. Misalnya, susu yang tidak terjual dapat diolah menjadi keju atau yogurt, sehingga tidak ada pemborosan dan bisnis tetap produktif.

Diversifikasi produk menjadi strategi yang menjanjikan bagi pelaku usaha susu kambing rumahan untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing. Dengan menghadirkan berbagai produk seperti yogurt, keju, sabun, kefir, dan permen susu kambing, Ibu Sri Endang Hartati dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk. Meskipun penerapan strategi ini memerlukan perencanaan yang matang, langkah ini dapat menjadi kunci untuk menjaga keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

6. Tantangan yang Dihadapi dan Strategi untuk Mengatasinya

Dalam menjalankan usaha susu kambing rumahan, ada berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh peternak. Tantangan tersebut meliputi faktor internal, seperti keterbatasan modal dan pengelolaan kesehatan ternak, serta faktor eksternal, seperti persaingan pasar dan fluktuasi harga.

Keberhasilan usaha ini sangat bergantung pada kemampuan peternak dalam mengelola sumber daya yang ada serta menerapkan strategi yang tepat untuk mengatasi kendala yang muncul. Berikut ini beberapa tantangan utama dalam usaha susu kambing rumahan beserta strategi yang diterapkan untuk mengatasinya.

1) Fluktuasi Harga Susu Kambing

Salah satu tantangan utama dalam usaha susu kambing perah adalah fluktuasi harga yang tidak menentu. Harga susu kambing sangat dipengaruhi oleh permintaan pasar, ketersediaan produk, dan faktor eksternal seperti biaya pakan dan perawatan ternak. Saat permintaan tinggi, harga susu cenderung naik, namun saat produksi melimpah, harga dapat turun drastis yang berdampak pada keuntungan usaha. Selain itu, harga pakan yang terus naik juga menjadi faktor yang menekan biaya produksi. Strategi yang diterapkan pelaku usaha susu kambing rumahan dalam menghadapi tantangan tersebut adalah dengan menerapkan efisiensi produksi dan diversifikasi produk. Menurut Widjaja dkk. (2022), efisiensi penggunaan bahan baku dan optimalisasi manajemen produksi dapat membantu menekan dampak fluktuasi harga. Oleh karena itu, pelaku usaha ini berupaya menekan biaya produksi dengan menggunakan pakan alternatif yang lebih murah namun tetap bergizi tinggi, seperti campuran daun singkong, ampas kedelai, dan kulit kedelai.

2) Masalah Pemasaran dan Persaingan

Persaingan dalam industri susu kambing cukup ketat, terutama dengan peternak lain yang sudah lama beroperasi. Masyarakat seringkali lebih percaya pada produk yang sudah terkenal dibandingkan dengan usaha yang masih baru atau yang belum memiliki branding yang kuat. Hal ini membuat usaha kecil seperti peternakan Ibu Sri Endang Hartati sulit

untuk memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Untuk mengatasi tantangan tersebut, strategi yang diterapkan adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan memperluas jaringan pemasaran. Berdasarkan teori manajemen produksi dan operasi, menjaga kualitas produk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Widjaja dkk., 2022). Oleh karena itu, usaha ini memastikan bahwa susu yang dijual adalah susu segar tanpa bahan tambahan, serta menjaga kebersihan dan kesehatan ternak. Selain itu, pemasaran dilakukan tidak hanya secara langsung tetapi juga melalui distributor dan media sosial, sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

3) Keterbatasan Modal

Modal merupakan faktor utama yang menentukan perkembangan usaha. Dalam usaha susu kambing perah, modal dibutuhkan untuk membeli kambing baru, menambah kapasitas kandang, dan mengembangkan metode produksi yang lebih efisien. Namun, keterbatasan modal sering menjadi kendala bagi usaha kecil dalam melakukan ekspansi. Strategi yang diterapkan untuk mengatasi keterbatasan modal adalah dengan memanfaatkan sumber pendapatan tambahan dari hasil samping, seperti penjualan pupuk dari kotoran kambing. Pemanfaatan limbah ternak sebagai pupuk organik dapat menjadi strategi diversifikasi yang membantu meningkatkan pendapatan usaha tanpa memerlukan modal tambahan yang besar. Selain itu, usaha ini juga mempertimbangkan untuk mencari dukungan dari pemerintah atau komunitas peternakan untuk mendapatkan bantuan modal atau subsidi bagi pengembangan usaha (Aulia dkk., 2024).

4) Pengelolaan Kesehatan Ternak

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi produktivitas usaha susu kambing adalah kesehatan ternak. Penyakit yang menyerang kambing seperti gangguan pencernaan dan infeksi dapat menyebabkan penurunan produksi susu secara drastis. Jika tidak ditangani dengan baik, hal ini dapat menimbulkan kerugian besar bagi peternak. Untuk mengatasi masalah tersebut, strategi yang dilakukan adalah dengan menjaga kebersihan kandang dan memberikan pakan yang berkualitas. Menurut penelitian Aulia dkk. (2024), menjaga kebersihan dan memberikan nutrisi yang baik dapat meningkatkan daya tahan ternak terhadap penyakit. Selain itu, usaha ini juga rutin melakukan pengecekan kesehatan kambing dan memberikan vaksinasi jika diperlukan untuk mencegah penyakit yang dapat berdampak pada produksi susu.

5) Keberlanjutan Usaha

Dalam jangka panjang, usaha susu kambing perah memerlukan strategi keberlanjutan agar dapat terus berkembang. Tantangan dalam mempertahankan usaha ini antara lain adalah beradaptasi dengan perubahan pasar, meningkatkan skala produksi, serta pengelolaan limbah yang ramah lingkungan. Untuk menghadapi tantangan tersebut, strategi yang diterapkan adalah menerapkan sistem produksi berkelanjutan yang mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya. Misalnya, selain menjual susu, usaha ini juga mengembangkan produk olahan susu dan pupuk organik sebagai bagian dari diversifikasi usaha. Selain itu, pengelolaan limbah yang efektif membantu mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan efisiensi produksi (Setiawan dkk., 2023).

7. Evaluasi Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha dalam sektor peternakan susu kambing rumahan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk manajemen agribisnis yang diterapkan dan diversifikasi produk yang dilakukan. Usaha peternakan kambing perah milik Ibu Sri Endang Hartati telah menunjukkan ketahanan selama 13 tahun, berkembang dari lima ekor menjadi sekitar 30 hingga 40 ekor kambing. Namun, untuk memastikan usaha ini dapat bertahan dalam jangka panjang, diperlukan analisis mendalam terkait faktor-faktor yang mendukung dan menghambat keberlanjutannya.

1) Ketahanan Usaha dalam Jangka Panjang

Usaha ini memiliki ketahanan yang cukup baik, terlihat dari pertumbuhan jumlah ternak dan peningkatan produksi susu dari waktu ke waktu. Faktor utama yang mendukung keberlanjutan usaha ini meliputi pemeliharaan ternak yang baik, pemanfaatan pakan berkualitas seperti daun ubi, ampas kedelai, dan kulit ari kedelai, serta penjualan susu secara langsung maupun melalui distributor. Namun, ada beberapa tantangan yang dapat mempengaruhi ketahanan usaha dalam jangka panjang, di antaranya adalah fluktuasi produksi akibat kesehatan ternak, keterbatasan modal untuk ekspansi, serta persaingan dengan peternak lain. Penyakit ternak menjadi salah satu hambatan terbesar yang dapat menurunkan produktivitas, sehingga diperlukan strategi pencegahan dan pengobatan yang lebih optimal. Selain itu, keterbatasan modal menghambat upaya peningkatan kapasitas produksi, sehingga akses terhadap pendanaan dari pemerintah atau lembaga keuangan perlu dipertimbangkan.

2) Kontribusi Manajemen Agribisnis terhadap Keberlanjutan Usaha

Manajemen agribisnis yang diterapkan dalam usaha ini berperan penting dalam menentukan keberlanjutannya. Pemilik usaha secara mandiri mengelola seluruh proses produksi, mulai dari pemberian pakan, pembersihan kandang, hingga pemerahan susu. Sistem ini memungkinkan pengendalian penuh terhadap kualitas produksi, tetapi di sisi lain, keterbatasan tenaga kerja dapat menjadi kendala dalam meningkatkan kapasitas usaha. Efisiensi manajemen produksi dapat ditingkatkan dengan mempertimbangkan penggunaan tenaga kerja tambahan atau teknologi sederhana untuk mempercepat proses pemerahan dan distribusi. Selain itu, strategi pemasaran yang lebih luas, seperti pemanfaatan media sosial dan jaringan distribusi yang lebih besar, dapat membantu meningkatkan daya saing produk di pasar.

3) Peran Diversifikasi Produk dalam Keberlanjutan Usaha

Diversifikasi produk merupakan strategi penting yang dapat meningkatkan daya tahan usaha susu kambing rumahan. Saat ini, usaha ini masih berfokus pada penjualan susu segar dan pemanfaatan kotoran kambing sebagai pupuk. Meskipun hal ini memberikan tambahan pendapatan, potensi pengembangan produk turunan seperti yoghurt, keju, dan sabun susu kambing dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar dan memperluas pangsa pasar. Produk olahan berbasis susu kambing memiliki permintaan yang cukup tinggi, terutama di kalangan masyarakat yang sadar akan manfaat kesehatan susu kambing. Dengan diversifikasi produk, usaha ini tidak hanya dapat meningkatkan keuntungan, tetapi juga mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis produk saja. Oleh karena itu, pengembangan lini produk berbasis susu kambing menjadi langkah strategis dalam meningkatkan keberlanjutan usaha.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kunci keberhasilan usaha susu kambing rumahan terletak pada manajemen usaha yang baik dan kemampuan menciptakan berbagai produk turunan. Usaha yang dijalankan dengan perencanaan yang matang, produksi yang efisien, dan pemanfaatan sumber daya yang maksimal memiliki peluang besar untuk berkembang meskipun menghadapi berbagai tantangan. Dengan membuat produk lain dari susu kambing, seperti yogurt, keju, atau sabun, usaha ini dapat lebih kompetitif dan memperoleh pendapatan yang lebih banyak, sehingga tidak hanya mengandalkan satu jenis produk saja.

Namun, ada beberapa kendala yang perlu diatasi, seperti kurangnya modal, kesulitan pemasaran, dan masalah kesehatan ternak. Untuk mengatasi hal tersebut, pelaku usaha dapat mencari sumber pendanaan yang lebih luas, misalnya melalui program pemerintah atau bekerja sama dengan koperasi atau investor. Selain itu, penggunaan strategi pemasaran digital dapat membantu meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Pemerintah dan lembaga terkait juga dapat memberikan dukungan dengan mengadakan pelatihan tentang manajemen dan teknologi produksi yang lebih modern. Dengan langkah yang tepat, usaha susu kambing rumahan dapat terus berkembang dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat sekitar.

Daftar Pustaka

- Agustina. (2022). Keberlanjutan bisnis dan strategi pengembangannya. *Jurnal Manajemen Berkelanjutan*, 20(1), 45–58.
- Al-Munawwir, A. W. (2013). *Kamus Al-Munawwir*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Aulia, M. R., et al. (2024). *Konsep dasar manajemen agribisnis*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.

- Downey, W. D., & Erickson, S. P. (1987). *Agribusiness management*. New York: McGraw-Hill.
- Echols, J. M., & Shadily, H. (2019). *Kamus Inggris Indonesia*.
- Effendi, M. (1996). *Strategi pengembangan produk dan diversifikasi usaha*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Firmansyah, R. (2023). *Strategi digital marketing dalam peningkatan penjualan produk peternakan*. Jakarta: Pustaka Agribisnis.
- Handayani. (2021). Konsistensi dan keberlanjutan usaha dalam perspektif manajemen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 78–92.
- Hasibuan, M. S., & Hasibuan, H. M. S. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, T., & Nugroho, A. (2021). *Pemasaran produk susu kambing: Tantangan dan peluang*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi UMKM dan literasi keuangan untuk keberlanjutan UMKM di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51–64.
- Lestari, G. A. T. I., & Dewi, R. S. (2021). Analisis strategi pengelolaan keuangan dan strategi keberlanjutan usaha kerajinan genteng Pejaten di masa pandemi Covid-19 (Studi kasus di UD. Surya Indah, Desa Pejaten, Tabanan). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(2), 318. <https://doi.org/10.23887/jap.v12i2.35766>
- McLarney, C., & Rhyno, S. (1999). *Mary Parker Follett: Visionary leadership and strategic management*. *Women in Management Review*.
- Narayanadp. (2018). Business sustainability: A framework for long-term growth. *International Journal of Business Strategy*, 25(3), 105–120.
- Nataliningsih, N., et al. (2018). *Manajemen strategi agribisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2011). *Fundamentals of human resource management*. New York: McGraw-Hill.
- Prasetyo, B. (2020). *Dinamika harga pakan dan dampaknya terhadap usaha peternakan kecil*. Bandung: Penerbit Peternakan Nasional.
- Rahmani, A. (2014). *Pengaruh diversifikasi produk terhadap keputusan konsumen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Setiawan, D., et al. (2023). Keberlanjutan agribisnis vanili di Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 21(1), 97–110.
- Siregar, M. (2018). Analisis pasar susu kambing di Indonesia. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sjarkowi, F., & Sufri, M. (2004). *Agribisnis: Teori dan aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Stoner, J. A. F., & Freeman, R. E. (1989). *Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Suleman, N., & Thalib, M. K. (2024). Keberlanjutan UMKM ditinjau dari digitalisasi UMKM, financial literacy, dan behaviour financial. *Gorontalo Accounting Journal*, 7(1), 27–35.
- Susan, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952–962.
- Susanti, E., & Rahmawati, L. (2021). Inovasi produk berbasis susu kambing. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh financial literacy terhadap keberlangsungan usaha (business sustainability) pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153–163. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Widjaja, W., et al. (2022). *Manajemen produksi dan operasi*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Widodo, D., & Lestari, R. (2022). *Manajemen sumber daya dalam peternakan kecil*. Surabaya: Penerbit Agroindustri.
- Winarni, R., & Fonthea, L. (2003). Strategi diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Surabaya: Universitas Airlangga Press.
- Yulianto, S., & Setiawan, H. (2020). *Model kemitraan UMKM dalam usaha peternakan*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.

