

## ABSTRAK

### STRATEGI DESAIN PERUSAHAAN CARMIN FARM KUNINGAN

Oleh: Ajie Nur Rochmawan

NIM: 1601150148

Kebutuhan dan permintaan susu sapi di Indonesia begitu tinggi, permasalahan ketersediaan sapi ini dipecahkan pemerintah dengan cara mengimpornya, itu pun masih belum memenuhi kebutuhan masyarakat, Saat ini peternak sapi perah terancam gulung tikar karena harga susu segar yang dijual kepada industri sudah terlampaui rendah tetapi harga pakan ternak terlampaui tinggi salah satu peternak susu sapi yang merasakan hal tersebut adalah Carmin Farm.

Teguh Prasetyo sebagai owner merasakan bahwa kenaikan harga jual susu sapi mentah tidak stabil, sering sekali harga produksi pengolahan sapi perah lebih mahal daripada harga jual. Hal yang perlu dilakukan yaitu dengan membuat usaha tersebut memiliki keunggulan kompetitif yaitu dengan melakukan strategi *Forward Integration* diman produk susu sapi dibuat *brand*, dikemas dan dijual langsung kepada retailer tanpa melalui pemborong tetapi tidak menutup kemungkinan pemborong membeli susu sapi mentah kepada Carmin farm. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara kepada narasumber, mengobservasi objek penelitian, menyebarkan kuesioner terhadap responden yang bersangkutan, dan melakukan studi pustaka. Data yang telah diperoleh kemudian di analisis menggunakan formulasi strategi desain melalui analisis PEST, Porter 5 Force's, Analisis Kompetitor, SWOT Matrix, dan Ansoff Matrix. Hasil analisis tersebut menjadi pijakan untuk melakukan perancangan strategi desain yang mencakup corporate identity, media promosi dan media desain lainnya.

**Kata Kunci:** Strategi Desain, Olahan Susu Sapi, Forward Integration, Carmin Farm, Kuningan.