

Strategi Pemasaran Ayam Boiler Di Perternakan UD. RESTU IBU Dengan Menggunakan Metode SWOT

(1) Khoirul Rozikin, (2) Achmad Misbah

(1) (2) Prodi Teknik Industri-Fakultas Teknik-Universitas Yudharta Pasuruan
Email Koresponden : khoirul_rozikin12@yahoo.com

Abstrak

Usaha peternakan ayam ras pedaging tidak terlepas dari beberapa kendala yang dihadapi. Kendala yang dimaksud adalah tingginya tingkat resiko yang dihadapi dalam usaha ternak ayam ras seperti risiko fluktuasi harga, baik harga-harga input seperti day old chick (DOC), pakan dan obat-obatan maupun fluktuasi harga jual output berupa ayam hidup (livebird) dan karkas. Risiko lain yang dihadapi adalah risiko produksi yang disebabkan oleh cuaca, iklim, penyakit dan risiko sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mendeskripsikan faktor-faktor yang dihadapi oleh UD. Restu Ibu dalam pemasaran ayam ras pedaging, (2) menguraikan strategi yang ditempuh oleh UD. Restu Ibu untuk mengatasi faktor-faktor dalam pemasaran ayam ras pedaging, dan (3) menentukan bentuk alternatif strategi pemasaran yang dikembangkan oleh UD. Restu Ibu dalam memasarkan ayam ras pedaging. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis SWOT.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Ayam Broiler, SWOT

Abstrac

Broiler breeding business is inseparable from several obstacles encountered. The constraint in question is the high level of risk faced in the business of broilers such as the risk of price fluctuations, both input prices such as day old chick (DOC), feed and medicine as well as fluctuations in the selling price of output in the form of live chickens (livebird) and carcasses . Other risks faced are production risks caused by weather, climate, disease and social risks. The purpose of this study is (1) to describe the factors faced by UD. Restu Ibu in marketing broilers, (2) outlines the strategy adopted by UD. Mother's blessing to overcome the factors in marketing broilers, and (3) determine alternative forms of marketing strategies developed by UD. Mother's blessing in marketing broilers. The data analysis technique used is the SWOT analysis.

Keyword: Marketing Strategy, Broilers, SWOT

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk di Indonesia setiap tahunnya semakin pesat. Pada tahun 2017, jumlah penduduk di Indonesia diperkirakan mencapai hampir 262.000.000 juta jiwa. Dengan bertambahnya jumlah penduduk saat ini mengakibatkan kebutuhan-kebutuhan manusia harus dipenuhi. Kebutuhan manusia yang sangat mendasar adalah kebutuhan sandang dan pangan (Herlambang & Sn, 2014). Manusia membutuhkan makanan, pakaian, dan rumah. Setelah semua kebutuhan tersebut dipenuhi manusia akan merasa puas karena kebutuhannya tersebut sudah terpenuhi. Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia sehingga pemenuhan kebutuhan pangan tersebut menjadi salah satu hak asasi yang harus dipenuhi secara bersama-sama oleh negara dan masyarakatnya (Prasetyarini, 2012). Pemerintah telah berupaya untuk mencapai kemakmuran rakyat Indonesia salah satunya adalah dengan meningkatkan ketahanan pangan nasional (Ariani, 2012). Salah satu bentuk peningkatan ketahanan pangan nasional adalah dengan pembangunan peternakan.

Peternakan ayam broiler UD. Restu Ibu di Desa Sukoreno Kecamatan Prigen yang dimiliki oleh Pak Ahmad dengan luas area panjang kandang sekitar 30 meter dengan lebar 5 meter ada 2 kandang dan kapasitas perkandang ada 1000 ekor ayam jadi kalau dijumlahkan ada 2000 ekor ayam 2 kandang. Selanjutnya arah kandang menghadap ke arah timur dan barat, peternakan Pak Ahmad dibidang mandiri dibidang mandiri mulai dari membeli bibit *day old chicken* (DOC), pakan, obat-obatan (vitamin) dan vaksin membeli sendiri ke pabrik kemudian penjual ayam di pasar-pasar atau pemasok harus mempunyai sendiri. Proses produksi ayam broiler dipeternakan Pak Ahmad sebelum bibit *day old chicken* (DOC) datang kita harus mempersiapkan kandang mulai dari yang pertama kita harus lakukan menghilangkan bakteri atau kuman-kuman yang ada di dalam kandang dengan menggunakan formalin atau batu kapur yang dicairkan lalu disiramkan ke dalam kandang atau dengan penyemprotan ke dalam kandang setelah itu sesudah formalin atau batu kapur yang disemprotkan tadi sudah mengering kandang diberi ampas padi dan dilapisi koran untuk sebagai alas tempat bibit *day old chicken* (DOC) selanjutnya dikasih kompor untuk menghangatkan ayam dengan jumlah kompor sesuai kapasitas ayam yang ada dikandang lalu di dalam kandang di beri pembatas sesuai dengan kapasitas bibit *old day chicken* (DOC) dan di atasnya diberi tutup plastik yang memutari pembatasnya. Karena ayam bibit *old day chicken* (DOC) yang baru masuk kandang tidak boleh terkena suhu yang terlalu dingin jika bibit *old day chicken* (DOC) kalau umur 1 sampai 7 hari terkena suhu dingin ayam tidak mau makan dan bisa terkena penyakit. Kemudian jika semuanya sudah siap proses pemberian pakan ayam dalam 1 sampai 2 hari pakan ditabur dikoran sehingga ayam tidak memakan ampas padi tadi yang telah disiapkan untuk tempat alas ayam dan juga telah disiapkan tempat makan dan minum ayam. Setelah itu bibit *old day chicken* (DOC) yang sudah dimasukkan ke dalam kandang berumur 7 hari bibit *old day chicken* (DOC) sudah siap terkena suhu dingin dan diberi vaksin agar ayam tidak gampang terkena penyakit setelah itu plastik yang memutari pembatas di dalam kandang untuk menghangatkan ayam dilepas secara bertahap dan pembatasnya juga akan dilebarkan kalau ayam sudah menginjak umur 15 hari setengah dari bibit *old day chicken* (DOC) di pindahkan ke kandang yang satunya jadi kandang 1 dan 2 sudah terisi 1000 ekor perkandang jumlah keseluruhan ada 2000 ekor ayam dan ampas padi yang jadi tempat alas ayam diganti dengan yang baru karena yang lama sudah basah dan proses pergantian ampas padi dengan yang baru di lakukan secara bertahap sampai dalam masa ayam siap panen. Pemberian makan ayam dilakukan di pagi hari dan sore harikemudian secara bertahap diberikan obat-obatan atau vitamin setiap hari dengan berbagai macam-macam dosis untuk menyesuaikan kondisi ayam sampai bisa siap dipanen.

Pemasarannya dipeternakan Pak Ahmad dilakukan langsung ke pemasok atau ke pasar-pasar tradisional dan ada juga ke pemasok ayam broiler disebut juga Broker (DO). Peternakan Pak Ahmad dibidang mandiri mulai dari modal, proses produksi, sampai pemasaran dilakukan sendiri dan keuntungan juga dapat lebih maksimal dan peternak bebas memilih mulai dari bibit *old day chicken* (DOC), pakan, obat-obatan atau vitamin dan vaksin sehingga kualitasnya juga terjamin selanjutnya peternak harus mempunyai jaringan bisnis untuk memperlancar proses produksi dan pemasaran. Jaringan bisnis antara lain supplayer bibit *old day chicken* (DOC), pakan, obat-obatan atau vitamin, vaksin, para pemasok atau penjual ayam di pasar-pasar tradisional dan broker (DO). Semakin banyak dan kuat jaringan bisnis semakin baik menjalankan usaha peternak ayam broiler.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2018. Penelitian dilaksanakan dipeternakan ayam broiler di UD.Restu Ibu yang dimiliki oleh Pak Ahmad yang terletak Di Desa Sukoreno Kecamatan Prigen.

Penngolahan Data

1. Analisis Deskriptif

Untuk mendapatkan gambaran kinerja perusahaan secara umum dan berbagai masalah yang merupakan kendala serta faktor pendukung yang dimiliki perusahaan maka dilakukan analisa deskriptif antara berbagai faktor yang diduga mempengaruhi perusahaan baik faktor eksternal dan internal perusahaan dengan perkembangan produktifitas perusahaan.

2. Analisa SWOT

Sebelum dilakukan analisis SWOT, dilakukan klasifikasi dan analisis faktor-faktor strategi eksternal (EFAS = *External Factor Analysis Summary*) maupun faktor-faktor strategi internal (IFAS = *Internal Factor Analysis Summary*). Prosedur analisis faktor-faktor eksternal adalah sebagai berikut (Yuwono et al., 2012) :

- a. Disusun faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman
- b. Dilakukan pemberian bobot dari 1,00 hingga 0,00 (dari sangat penting hingga tidak penting) tergantung besarnya dampak faktor tersebut.
- c. Dilakukan pemberian rating skala 4 – 1 untuk peluang (peluang yang besar diberikan nilai 4, dan paling kecil diberikan nilai 1)
- d. Dilakukan pemberian rating skala 1- 4 untuk ancaman (ancaman yang besar diberikan nilai 1, dan paling kecil diberikan nilai 4)
- e. Dilakukan perkalian antara bobot dengan rating sehingga diperoleh nilai untuk setiap faktor.
- f. Nilai setiap faktor dijumlahkan sehingga diperoleh nilai total untuk faktor strategi eksternal. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor eksternalnya dan dapat digunakan sebagai pembandingan untuk perusahaan sejenis.

Setelah melakukan klasifikasi dan analisis faktor eksternal, dilakukan klasifikasi dan analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan perusahaan). Prosedur analisis faktor-faktor internal (IFAS = *Internal Factor Analysis Summary*)(Elyarni & Hermanto, 2016) adalah sebagai berikut :

- a. Disusun faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan
- b. Dilakukan pemberian bobot dari 1,00 hingga 0,00 (dari sangat penting hingga tidak penting) tergantung besarnya dampak faktor tersebut.
- c. Dilakukan pemberian rating skala 4 – 1 untuk peluang (peluang yang besar diberikan nilai 4, dan paling kecil diberikan nilai 1)
- d. Dilakukan pemberian rating skala 1- 4 untuk ancaman (ancaman yang besar diberikan nilai 1, dan paling kecil diberikan nilai 4)
- e. Dilakukan perkalian antara bobot dengan rating sehingga diperoleh nilai untuk setiap faktor.
- f. Nilai setiap faktor dijumlahkan sehingga diperoleh nilai total untuk faktor strategi eksternal. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor eksternalnya dan dapat digunakan sebagai pembandingan untuk perusahaan sejenis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran Usaha Ayam Ras Pedaging (*Broiler*)

Produk

Usaha ayam ras pedaging merupakan usaha yang bergerak dibidang peternakan unggas, jenis unggas yang diusahakan adalah ayam *broiler*. Produk yang dihasilkan digunakan oleh pengusaha untuk melayani masyarakat sekitar tempat usaha dan permintaan pasar pada umumnya.

Harga

Penentuan harga pada usaha ayam ras pedaging (*Broiler*) UD. Restu Ibu adalah penjualan langsung hanya dapat dilakukan oleh pengusaha ayam yang memiliki DO atau langsung ke konsumen dan pasar. Namun secara garis besar harga produk pada bulan juli 2018 berkisar antara Rp. 30.000 hingga Rp. 35.000 per Kg sesuai dengan berat badan ayam per ekor.

Identifikasi Faktor-Faktor Strategis Internal Dan Eksternal Usaha Ayam Ras Pedaging (*Broiler*).

Faktor Strategis Internal *Strengths* (Kekuatan)

- Pemasaran yang luas kebutuhan daging ayam diberbagai daerah sangat tinggi hal ini diiringi dengan meningkatnya jumlah penduduk sehingga ayam tidak dapat tercukupi.
- Pemilik dan tenaga kerja yang terampil sehingga sumber daya manusia pada usaha ayam pedaging memang dituntut untuk memiliki ketrampilan bak itu pemilik atau pekerjanya, hal ini dikarenakan pada usaha ini menggunakan modal yang besar sehingga untuk menghindari kerugian dibutuhkan ketrampilan dalam hal budidaya dan pemasarannya.
- Memiliki kontrak kerja sama langsung dengan agen atau DO adanya kontrak kerja sama dengan pihak tersebut merupakan keuntungan tersendiri dengan adanya kontrak kerjasama maka pengusaha telah mendapatkan jaminan pemasaran hasil produksinya.
- Memiliki produk yang bernilai ekonomis dan berdaya saing tinggi. Tingginya permintaan terhadap ayam pedaging menjadikan usaha ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi, walaupun demikian pengusaha ayam ras pedaging di UD. Restu Ibu tetap konsisten dalam mempertahankan kualitas hasil produksinya sehingga memiliki daya saing yang tinggi.
- Pengusaha dapat memperoleh hasil yang tinggi jika harga ayam dipasaran mengalami kenaikan. Namun ada juga kelemahannya yaitu ketika harga dipasaran mengalami penurunan pengusaha akan mengalami kerugian yang besar kecuali pengusaha ayam ras pedaging (*Broiler*) di kemitraan karena sudah ada sistem kerja sama kontrak dengan perusahaan.

Faktor Strategis Internal *Weakness* (Kelemahan)

Biaya produksi yang tinggi jika mengalami penurunan harga dipasar pada usaha ayam ras pedaging (*Broiler*) di UD. Restu Ibu karena pemasaran langsung dilakukan ke agen atau dipasar-pasar dan DO jika dipasar mengalami penurunan harga maka pengusaha akan mengalami kerugian yang besar karena biaya produksi yang tinggi mulai membeli obat-obatan, pakan, sampai bibit DOC (*Day Old Chicken*). Berbeda dengan pengusaha ayam ras pedaging (*Broiler*) dikemitraan karena sudah ada perjanjian sistem kontrak dengan perusahaan mulai dari obat-obatan, pakan, dan bibit DOC (*Day Old Chicken*) kemudian agen atau DO dari perusahaan. Sehingga kalau harga ayam dipasaran mengalami kenaikan pengusaha tetap menjual hasil produksinya sesuai dengan harga kontrak dengan perusahaan dan tidak dapat merubahnya.

Analisis lingkungan internal (IFE) strategi matriks IFE merupakan rumusan analisis lingkungan internal (Pramita, 2016). Matriks ini memberikan rangkuman dan evaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional pada suatu usaha. Matriks IFE juga memberikan dasar pengenalan dan evaluasi hubungan antar bidang-bidang fungsional tersebut. Kekuatan dan Kelemahan usaha ayam ras pedaging (*Broiler*) di UD. Restu Ibu dapat dilihat pada Matriks IFE berikut :

Tabel 1: Analisis Faktor Internal UD. Restu Ibu

No	Faktor Internal Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating	Score
1.	Pemasaran yang luas	2	2	4
2.	Pemilik dan Tenaga kerja yang terampil	1	2	2
3.	Memiliki kontrak kerja sama langsung ke agen atau	1	2	2

DO (<i>Delevery Order</i>)				
4.	Memiliki produk yang bernilai ekonomis	2	2	4
5.	Pengusaha dapat memperoleh hasil yang lebih tinggi	2	4	8
Total				
No	Faktor Internal Kelemahan (Weaknesses)	Bobot	Rating	Score
1.	Biaya produksi yang tinggi jika mengalami penurunan harga dipasar	2	3	6
Total		10		26

Sumber : Olahan Data UD. Restu Ibu

Faktor Strategis Eksternal Peluang (*Opportunities*)

- Tersedianya pasar yang selalu berkembang dan perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya dalam bidang pangan berdampak pada perkembangan pasar produk ayam pedaging. Konsumen akan semakin mencari produsen yang berkualitas baik dan produk produksi dari pengusaha luar daerah. Konsumen juga cenderung membeli produk dengan harga murah dengan mutu yang bersaing pula. Maka dari itu, dengan tingkat permintaan yang demikian, sangat terbuka peluang bagi bagi pengussaha ayam ras pedaging (*Broiler*) untuk mengembangkan memasarkan produk usahanya.
- Tingginya permintaan ayam pedaging didasari oleh kesadaran pola fikir masyarakat terhadap pola hidup sehat. Selain itu dukungan pendapatan masyarakat yang semakin meningkat secara tidak langsung merubah gaya hidup individu masyarakat itu sendiri. Kebutuhan tubuh akan protein hewani berupaya untuk dipenuhi. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya juga mempengaruhi permintaan pada usaha ini.
- Pertambahan penduduk, produksi ayam dalam konsumsinya tidak membedakan kalangan umur sehingga dengan pertambahan penduduk disuatu daerah secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap peningkatan permintaan daging ayam, kesadaran kebutuhan protein hewani sangat berpengaruh terhadap kebutuhan daging, sehingga salah satu solusinya adalah daging ayam dimana masyarakat dapat memperolehnya dengan harga yang terjangkau.

Faktor Strategis Eksternal Ancaman (*Threats*)

- Ketidak stabilan harga pasar kegiatan pemasaran ayam pedaging (*Broiler*) dipasaran dipengaruhi oleh harga, jika harga ayam turun maka banyak konsumen yang menggunakan daging ayam sebagai alternative kebutuhan pokoknya, sedangkan jika harga ayam naik maka banyak pelanggan yang mencari barang substitusi sebagai alternatif pemenuhan kebutuhannya hal ini akan berpengaruh terhadap tingkat pemasaran ayam Broiler.

- b. Wabah penyakit ayam memang salah satu hal yang sangat dikuatirkan oleh seluruh pengusaha ayam, hal ini dikarenakan apabila dalam usaha terserang penyakit maka usaha ini akan mengalami kerugian. Kegiatan usaha ayam ras pedaging menargetkan tingkat kematian maksimal dari bibit hingga ayam dewasa yaitu 10 % dari seluruh jumlah ayam budidaya.

Analisis lingkungan Eksternal (EFE) matriks EFE digunakan untuk merangkum peluang dan ancaman pada suatu usaha (Hardiyansyah et al., 2015). Analisis matriks EFE dilakukan perhitungan yang sama dengan matriks IFE yaitu perhitungan terhadap bobot dan pemberian rating pada setiap faktor.

Tabel 2: Analisis Faktor Internal UD. Restu Ibu

No	Faktor Eksternal Peluang (Opportunities)	Bobot	Rating	Score
1.	Tersedianya pasar yang selalu berkembang	1	2	2
2.	Tingginya permintaan ayam pedaging	4	3	12
3.	Pertambahan penduduk	2	2	4
No	Faktor Eksternal Ancaman (Threats)	Bobot	Rating	Score
1.	Ketidak stabilan harga dipasar	2	3	6
2.	Wabah penyakit ayam	1	4	4
Total		10		28

Sumber : Olahan Data UD. Restu Ibu

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal (IE)

Berdasarkan nilai yang dibobotkan dalam IFE sebesar 26 dan nilai yang dibobotkan dalam EFE sebesar 28 dapat diketahui posisi usaha ayam ras pedaging (*Broiler*) di UD. Restu Ibu dalam matriks IE dibawah ini :

Tabel 2: Analisis Internal dan Eksternal (IE) UD. Restu Ibu

		Kuat 3,00-4,00	Rata-Rata 2,00-2,99	Lemah 1,00-1,99
Total nilai EFE yang diberikan bobot	Tinggi 3,00-4,00	I Tumbuh dan bina	II Tumbuh dan bina	III Pertahankan dan pelihara

	Sedang 2,00-2,99	IV Tumbuh dan bina	V Pertahankan dan pelihara	VI Panen dan divestasi
	Rendah 1,00-1,99	VII Pertahankan dan pelihara	VIII Panen dan divestasi	IX Panen dan divestasi

Sumber : Olahan Data UD. Restu Ibu

Nilai total score rata-rata pada matriks IFE sebesar 26 sedangkan, matriks EFE memperoleh total skor rata-rata sebesar 28. Hasil tersebut menempatkan hasil usaha ayam ras pedaging (*Broiler*) di UD. Restu Ibu pada sel II yang disebut strategi Tumbuh Dan Bina. Berdasarkan posisi tersebut, strategi yang dapat dilakukan adalah strategi intregasi vertical (*vertical intregation*). Dilakukan dengan cara mengambil alih fungsi pemasok bahan baku (*backward integration*) atau dengan mengambil alih fungsi distributor (*fordward integration*). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industri yang sangat atraktif.

Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menetapkan strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancama(Nisak, 2013). Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi pengusaha ayam ras pedaging (*Broiler*) disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya. Untuk lebih jelasnya terlihat pada table berikut :

Tabel 3: Analisis SWOT UD. Restu Ibu

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Internal Dan Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran yang luas 2. Pemilik dan tenaga kerja yang terampil 3. Memiliki kontrak kerja sama langsung dengan agen atau DO 4. Memiliki produk yang bernilai ekonomis 5. Pengusaha dapat memperoleh hasil yang lebih tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya produksi yang tinggi jjiika mengalami penurunan harga di pasar
Peluang (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)

1. Tersedianya pasar yang selalu berkembang 2. Tingginya permintaan ayam pedaging 3. Pertambahan penduduk	1. Memanfaatkan tingginya permintaan ayam dipasar agar dapat memenuhi kebutuhan dipasar 2. Memanfaatkan kerja sama langsung dengan agen atau DO untuk memenuhi tingginya permintaan ayam di pasar	1. Mengatasi penurunan harga ayam dipasaran jika dipasaran permintaan ayam pedaging tinggi
Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
1. Ketidak stabilan harga di pasar 2. Wabah penyakit ayam	1. Menjaga kualitas produk 2. Memilih lokasi pendistribusian produk jika mengalami ketidak stabilan harga di pasar 3. Meningkatkan kualitas kerja untuk menghadapi wabah penyakit ayam	1. Mengatasi ketidak stabilan harga dipasaran 2. Mencegah wabah pennnnnnnnyakit ayam

Sumber : Olahan Data UD. Restu Ibu

Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan untuk memasarkan usaha ayam ras pedaging :

Strategi S-O

Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) atau strategi kekuatan-peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal alternatif (Azhari et al., 2013). Strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Memanfaatkan tingginya permintaan ayam dipasar agar dapat memenuhi kebutuhan dipasar. Kebutuhan daging ayam yang tinggi dipasaran merupakan peluang yang sangat besar bagi pengusaha ayam pedaging.
- b. Kebutuhan daging ayam dipasaran merupakan peluang yang besar. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri bagi pengusaha yang dibidang mandiri mempunyai kerja sama langsung dengan agen atau DO . Jika ada kenaikan harga ayam dipasaran pengusaha dapat keuntungan yang lebih besar sedangkan pengusaha yang dibidang kemitraan sudah mempunyai kontrak kerja sama dengan perusahaan jika ayam dipasaran mengalami kenaikan maka pengusaha mendapatkan hasil dari harga kontrak kerja sama dengan perusahaan.

Strategi W-O

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Salah satu kelemahan pengusaha ayam daging (*Broiler*) di UD. Restu Ibu adalah biaya produksi yang tinggi jika mengalami penurunan harga ayam dipasaran.

Strategi W-O

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah :

- b. Salah satu kelemahan pengusaha ayam daging (*Broiler*) di UD. Restu Ibu adalah biaya produksi yang tinggi jika mengalami penurunan harga ayam dipasaran.

Strategi W-T

Strategi W-T (*Weakness-Threats*) atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal (Afridhal, 2017). Alternatif strategi W-T yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Lebih memperhatikan kualitas dan mutu pelayanan terhadap konsumen. Mempertahankan pelanggan bukan hal yang mudah bagi pengusaha saat ini, hal itu dikarenakan banyak pengusaha dengan memiliki kualitas yang sama namun menawarkan harga yang lebih murah karena harga ayam dipasaran mengalami naik turun.
- b. Meningkatkan kualitas kerja untuk mencegah ayam agar tidak terkena penyakit dan menetapkan harga dipasaran untuk menghadapi penurunan harga dipasaran.

KESIMPULAN

1. Faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi ayam ras pedaging (*Broiler*) di UD. Restu Ibu berdasarkan matriks IFE dan matriks EFE yang menjadi kekuatan adalah memanfaatkan kekuatan kerja sama langsung dengan agen atau DO untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi, Kelemahan posisi usaha di UD. Restu Ibu dibidang mandiri jika mengalami penurunan harga dipasar bisa mengalami kerugian karena biaya produksi yang tinggi mulai membeli bibit (*DOC*), pakan dan vitamin (obat-obatan) sedangkan pengusaha yang dibidang kemitraan mulai dari bibit (*DOC*), pakan, dan vitamin (obat-obatan) sampai ke pemasaran dari perusahaan seperti agen dan DO Kemudian yang menjadi ancaman adalah wabah penyakit ayam.
2. Posisi usaha ayam ras pedaging (*Broiler*) di UD. Restu Ibu berdasarkan matriks IE berada pada sel IV tumbuh dan bina yang berarti posisi usaha ayam ras pedaging (*Broiler*) berada pada posisi rata-rata dan daya tarik yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *None*, 1(3), 210812.
- Ariani, M. (2012). Rekonstruksi Pola Pangan Masyarakat dalam Upaya Percepatan Diversifikasi Pangan Mendukung Program MP3EI. *Dalam: Ananto EE, S Pasaribu, M Ariani, B Sayaka, NS Saad, K Suradisastra, K Subagyo, H Soeparno*.
- Azhari, M. H., Yantu, M., & Asih, D. N. (2013). Pengembangan strategi pemasaran produk gula tapo (studi kasus di Desa Ambesia Kecamatan Tomini Kabupaten Parigi Moutong). *Agrotekbis*, 1(1).
- Elyarni, R., & Hermanto, H. (2016). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT. SAP. *Jurnal Metris*, 17(2), 81–88.
- Hardiyansyah, A., Ikhwana, A., & Kurniawati, R. (2015). Analisis strategi pemasaran usaha mie basah (studi kasus di PD. Lugina-Garut). *Jurnal Kalibrasi*, 13(1).
- Herlambang, Y., & Sn, S. (2014). Participatory Culture dalam Komunitas Online sebagai Reperesentasi Kebutuhan Manusia. *TEMATIK*, 1(2), 26–34.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468–476.
- Pramita, R. E. (2016). Perumusan Strategi Pada Richdjoe Barbershops Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).

- Prasetyarini, F. (2012). *Analisis Ketersediaan Pangan di Kabupaten Trenggalek* [PhD Thesis]. Universitas Brawijaya.
- Yuwono, B., Zakaria, F. R., & Pandjaitan, N. K. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan cara produksi yang baik dan standar prosedur operasi sanitasi pengolahan fillet ikan di Jawa. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 7(1), 10–19.