

## ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK AYAM BROILER DI CV RIZKI JAYA

**Rizki Andika Kurniawan**

Progran Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik  
[andika@gmail.com](mailto:andika@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to find out how the marketing management strategy with the SWOT analysis method can be able to develop business on CV. RIZKI JAYA and the most appropriate S-O strategy used to support increased turnover at CV RIZKI JAYA. Based on the results of the study obtained from the results of the SWOT analysis of the strength score (strenght) 2.68, weakness (weakness) 0.33, opportunity (2.52), and threat (threat) 0.37. From the SWOT diagram can be seen from the difference in the score of strengths and weaknesses, the value of the higher strength score with the difference of 2.35. While the value of opportunity and threat scores is higher opportunities with a difference of 2.15. So that clearly shows that CV. RIZKI JAYA has been on the right track, therefore to support a proven turnover increase that the company's current position in quadrant 1 is a very favorable situation by continuing to carry out aggressive strategies to expand its business and increase turnover. Where the general strategy that can be used by companies is to use the power of the company to take every advantage on the opportunity, which is to improve an effective and efficient management system by establishing good relationships with consumers and other entrepreneurs to make marketing easier for the company, improve meat quality good, and increase HR to be trusted by consumers by participating in training related to chicken farming.*

**Keywords:** *Marketing Management, SWOT Analysis and Business Development*

### **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi dan informasi yang sekarang semakin berkembang membuat perusahaan berusaha meningkatkan kualitas produknya agar menjadi lebih baik. Keadaan ini membuat dampak yang baik bagi kehidupan manusia terutama didalam dunia usaha pada saat ini. Oleh karena itu manajemen strategi perusahaan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan barang dengan efektif.

Setiap organisasi bisnis dihadapkan kepada dua jenis lingkungan, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Makin besar suatu perusahaan, atau organisasi, makin kompleks pula bentuk, jenis dan sifat interaksi

yang terjadi dalam menghadapi kedua jenis lingkungan tersebut. Salah satu implikasi kompleksitas itu ialah proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan dan rumit. Untuk itulah diperlukan manajemen strategi. Setiap manajer pasti menyadari bahwa mengelola dan beraneka ragam kegiatan dengan berbagai seginya secara internal hanyalah sebagian dari tanggung jawab yang harus dipikul oleh pimpinan puncak organisasi betapa pentingnya kegiatan tersebut (Sabic 2017:2).

Ayam Broiler ini adalah sejenis ayam yang dibudidayakan khusus untuk komersal. Di Indonesia ayam broiler termasuk komoditas ternak yang relatif baru jika dibandingkan dengan usaha ternak sapi, ternak kambing dan usaha ternak itik. Usaha peternakan ayam broiler ini dapat melibatkan masyarakat multinasional maupun masyarakat kecil, karena usaha ini modal dan semua aspek lain yang diperlukan tergantung pada peternak itu sendiri.

Usaha ayam pedaging (broiler) merupakan salah satu jenis usaha yang sangat potensial dikembangkan. Beberapa faktor pendukung usaha budidaya ayam pedaging sebenarnya masih dapat terus dikembangkan, antara lain karena permintaan konsumen terhadap ayam pedaging masih sangat besar. Hal ini bertujuan agar para peternak atau produsen tidak mengalami kerugian besar dalam usahanya. Jika tidak, maka usaha ternak yang memiliki manajemen dan strategi yang baik saja yang mampu bertahan dan mampu berkembang. Untuk dapat bertahan atau dapat berkembang suatu usaha peternakan membutuhkan strategi – strategi tertentu (Muhammad Rasyaf).. Sesuai dengan latar belakang tersebut maka penulis berkeinginan untuk mengambil judul “ Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Broiler di CV RIZKI JAYA”.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Ningsih (2012) dengan judul “Analisis SWOT Untuk Penentuan Strategi Optimalisasi Infrastruktur” dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan analisis SWOT dan hasilnya pada penggambaran Matrik Grand Strategi, posisi pada kuadran I (positif, positif), artinya PT. Pos Indonesia khususnya KPRK Jakarta Pusat 10000, KPRKA Jakarta Utara 14000 dan KPRK Bandung 400000 manajemen organisasinya sudah solid, dan banyak mempunyai peluang. Ekspansi dapat dilanjutkan untuk memperbesar pertumbuhan dan pengembangan produk namun aspek SDM masih perlu ditingkatkan.

### **Strategi**

Nilasari (2014 : 2-3) menjelaskan bahwa kata strategi berasal dari bahasa Yunani yang berarti strategos yang tidak komandan militer. Kita sering mendengar kata strategi dalam perang atau olah raga. Saat ini adalah dalam berbagai bidang antara lain manajemen, perdagangan, dan olah raga. Strategi dalam olah raga di perlukan oleh sebuah tim untuk Mengundang sesuatu yang sama dengan

perusahaan yang membutuhkan manajemen setnutegi untuk memenangkan dunia bisnis dengan tujuan yang telah ditentukan strategi yang disosialisasikan dengan taktik yang lebih baik dari yang lain selain itu strategi juga memiliki pililan altematif yang lebih banyak dari pada diskusi.Manajemen Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. (Siagian, 2012 : 15)

### **Definisi SWOT**

Siapun yang sudah berkecimpung dalam kegiatan perumusan strategi perusahaan dan menjadi pemimpin dalam proses pengambilan keputusan yang terlibat dalam dalam suatu organisasi pasti mengetahui bahwa analisis “SWOT” merupakan salah satu instrumen analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat. SWOT merupakan akronim untuk kata kata “strength,” (kekuatan), “weaknesses,” (Kelemahan), “Oportunities,” (Peluang), “Threats,” (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan dalam satu tubuh organisasi termasuk satuan bisnis. ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan atau satuan bisnis yang sama. Jika dikatakan organisasi atau perusahaan atau bisnis yang sama. Jika dikatakana analisis "SWOT" dan merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut menentukan strategi yang digunakan dan memanfaatkan peluang untuk membuat alat untuk meminimalisasi kesalahan yang ada pada tubuh dan ancaman. Jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan kedua hal tersebut dengan tepat, maka usaha untuk memilih dan menentukan strategi yang efektif membuahkan hasil yang di diharapkan.Analisis SWOT adalah faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Pada mode yang dapat digunakan memaksimalkan kekuatan (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan

(Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategi selalu membahas dengan mengembangkan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (perencana strategis) harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini diurutkan dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisa SWOT (Rangkuti, 2016: 19-20)

### **Matriks Analisis SWOT**

Alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT Matriks jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set strategi alternatif yang layak.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, karena bertujuan menggambarkan keadaan atas fenomena yang terjadi di lapangan Menurut Arikunto (2013: 3) penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau memaparkan sesuatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain. Dalam pengumpulan data, diperlukan adanya teknik pengumpulan data yang tepat sesuai dengan masalah yang diteliti dan tujuan penelitian. Maka penulis menggunakan beberapa metode yang dapat mempermudah penelitian ini, yaitu: Wawancara, Observasi, Dokumentasi, Kuisisioner.

### **Teknik Analisis Data**

#### **1. EFAS (External Factors Anlysis Summary)**

Merupakan analisis dari berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi kelangsungan perusahaan. EFAS di gunakan untuk menganalisis lingkungan eksternal

untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman (Rangkuti,2016:25).

#### **2. IFAS (Internal Factors Anlysis Summary)**

Adalah kesimpulan analisis dari berbagai faktor internal yang mempengaruhi kelangsungan perusahaan. IFAS (Internal Strategic Analysis Summary) di susun untuk rumus faktor-faktor strategi internal dalam rangka Strength and Weakness perusahaan (Rangkuti, 2016 :26).

### **HASIL PENELITIAN**

#### **1. Sejarah Perusahaan**

CV. Rizki Jaya pertama kali berdiri pada tahun 1999 yang di dirikan oleh Bpk Suwandi selaku pemilik CV. Rizki Jaya, Alasan beliau mendirikan usaha peternakan ayam broiler dikarenakan usaha peternakan di Kecamatan Balongpanggang masih rendah produktifitasnya dan populasi ternak masih kecil sedangkan permintaan produk hewani sangat tinggi. Dan dilihat dari daerah sekitar tempat beliau mendirikan peternakan tersebut masih jarang peternak yang mengusahakan ternak ayam broiler. Sehingga permintaan pasar masih masih tinggi dan tingkat pesaing cukup kecil. Pada awal berdirinya CV. Rizki Jaya memiliki kapasitas ternak sebanyak 4000 ekor ayam dengan dua kandang. Seiring dengan meningkatnya permintaan daging di Kecamatan Balongpanggang, mendorong CV. Rizki Jaya melakukan perluasan usaha dengan mendirikan kandang dan menambah jumlah ternak.

#### **2. Visi Dan Misi**

##### **Visi**

Menjadi usaha yang berkembang didalam sektor peternakan yang profesional, tangguh, efisien, jujur, dan berusaha semaksimal mungkin memberikan kualitas yang terbaik bagi masyarakat.

##### **Misi**

1. Meningkatkan ketersediaan bahan pangan asal ternak untuk memenuhi kebutuhan dan kecukupan gizi masyarakat menuju kecukupan gizi protein hewani.

2. Meningkatkan dan mengembangkan produk dalam negeri yang unggul yang berdaya saing tinggi untuk menghadapi pasar global.
3. Tampil sebagai pengusaha profesional
4. Menjalankan praktek etika bisnis untuk menjadi pelaku usaha yang baik dan memelihara keberlanjutan usaha.

Analisa SWOT dalam mengembangkan usaha ternak ayam pada CV. Rizki Jaya mempunyai hubungan yang signifikan dalam situasi persaingan. Evaluasi analisis SWOT dalam mengembangkan di CV. Rizki Jaya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengembangkan usaha ternak CV. Rizki Jaya
2. Evaluasi dengan menggunakan analisis SWOT dapat mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pasar yang dihadapi oleh CV. Rizki Jaya.

Mengacu pada tujuan dan sasaran dilakukannya evaluasi atas penerapan analisis SWOT, maka dapat diketahui apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan CV. Rizki Jaya dan peluang apa yang mendukung, serta ancaman yang nantinya akan dihadapi oleh CV. Rizki Jaya.

Alternatif strategi ini merupakan penggabungan dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mungkin menimbulkan beberapa alternatif strategi pada CV. Rizki Jaya.

1. Strategi agresif S-O (Strenght dan Opportunities)
2. Strategi memutar haluan W-O (Weakness dan Opportunities)
3. Strategi diservikasi S-T (Strenght dan Threat)
4. Strategi pertahanan W-T (Weakness dan Threat)

Dari hasil analisis diatas dengan menggunakan analisis SWOT dari berbagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) untuk strategi pemasaran bagi CV. Rizki Jaya untuk mengatasi persaingan adalah menggunakan strategi S.O.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Analisis penyusunan strategi manajemen pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dalam pengembangan omset CV. Rizki Jaya Kec. Balongpanggang Kab. Gresik yaitu dari hasil analisis SWOT skor kekuatan (strength) 2,68 kelemahan (weaknesses) 0,33 peluang (opportunities) 2,25 ancaman (threats) 0,37. Dari nilai diagram SWOT diatas dapat dilihat dari selisih nilai skor kekuatan dan kelemahan nilai skor kekuatan lebih tinggi kekuatan dengan selisih 2,35. Sedangkan nilai skor selisih peluang dan ancaman nilai skor tertinggi yaitu peluang dengan selisih 2,15 sehingga dengan jelas menunjukkan bahwa CV. Rizki Jaya telah berada pada jalur yang tepat untuk mengembangkan usahanya dan terus melakukan strategi agresif guna mendorong meningkatkan omset.

### **2. Rekomendasi**

Dari penelitian ini dan kesimpulan diatas dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. CV. Rizki Jaya harus menentukan segmen pasar yang dituju agar tepat guna dan berusaha menciptakan produk daging yang baik dalam benak konsumen.
2. CV. Rizki Jaya harus lebih baik dan efektif meningkatkan manajemen dan SDM dengan cara menjalin hubungan baik dengan konsumen.
3. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya menambahkan faktor – faktor lain yang lebih lanjut dengan topic yang sama tentang strategi pengembangan usaha dengan menggunakan metode SWOT sehingga diperoleh penelitian yang baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aan Novianto. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung

- Arikunto, Suharsimi. 2010, 2013. Produser Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta. Jakarta
- Ekapriyatna, Basu. 2016. Analisis Strategi Pengembangan usaha Peternakan Ayam Pedaging Ananta Guna di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar. Jurnal Standarisasi. Vol.7
- Firmansyah, Fani. 2014. Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan pada PT. Panin Bank Syariah, TBK. Kantor Cabang Malang. Jurnal Standarisasi. Vol.10
- Eli Lailatul 2014. Strategi Manajemen Pemasaran Dengan Pendekatan Metode Analisis Swot Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.
- Faisal Sabic 2017. Analisis Penyusunan Strategi Manajemen Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Peningkatan Penjualan UD. Fajar Mantup Lamongan. Skripsi. Universitas Islam Lamongan.
- Hoesada, Jan. 2013. T aksonomi Ilmu Ekonomi. CV. Andi Yogyakarta.
- Limakrisna, Nanda & Whilhelmus Hari Susilo. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi pertama. Mitra Wacana media Jakarta.
- Nilasari, Senja. 2014. Manajemen Strategi itu Gampang. Cetakan ke – 1. Dunia Cerdas. Jakarta
- Pearch, Jhon. A. Richad Robinson. 2014. Manajemen strategi ; Formali, Implementasi dan pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Rangkuti Freddy. 2013, 2016. ANALISIS SWOT: Teknik Membedah kasus Bisnis ; Cara perhitungan bobot, ranting dan OCAI. PT. Gramedia. Jakarta.
- Siagan, Sondang. P. 2012. Manajemen Strategik. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Subagyo, Achmad. 2010. Marketing in Bussines. Study kasus UMK & LKM Edisi Pertama. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D: Cetakan ke- 14. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sule, Tisnawati & Kurniawan Saefullah. 2014. Pengantar Manajemen. Edisi Pertama. Pramedia Grup. Jakarta
- Wahyuningsih, Sri. 2012. Analisis SWOT Untuk Penentuan Strategi Optimalisasi Infrastruktur. Jurnal Standarisasi. Vol 20 [www.bps.co.id](http://www.bps.co.id) (diakses pada tanggal 15 Maret 2018 )