

**ANALISIS SWOT UNTUK MERUMUSKAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
TERNAK AYAM BROILER POLA KEMITRAAN PT MITRA PETERNAKAN
UNGGAS C3 KABUPATEN CIREBON JAWA BARAT**

**(SWOT ANALYSIS TO DEVELOP A CHICKEN BROILER BUSINESS
DEVELOPMENT STRATEGY OF PT MITRA PETERNAKAN UNGGAS C3
CIREBON, WEST JAVA)**

Putri Fauziawati¹, Dr. Astri Ghina, S.SI.,
M.S.M², Riris Rismayani S.Mb., S.Pd., MM³

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Telkom
University

¹putrifauziawati@student.telkomuniversity.ac.id,

²aghina@telkomuniversity.ac.id

³ririsrismayani@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan agar dapat mengetahui strategi apa yang bisa dijalankan untuk mengembangkan perusahaan. Hasil dari penelitian akan berguna bagi PT Mitra Peternakan Ungas C3. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuisioner terhadap pihak internal dan eksternal (competitor dan himpunan). Hasil penelitian ini menyatakan berdasarkan matriks IE bahwa perusahaan berada pada kuadran VII dengan strategi pertahankan dan pemeliharaan. Melalui hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT Mitra Peternakan Ungas C3 harus melakukan strategi mempertahankan dan tetap menjaga kualitas produk agar loyalitas pelanggan terjaga dan meningkatkan kapasitas produk.

Kata kunci: Strategi, Bisnis, SWOT, IFE, EFE, QSPM

Abstract

The purpose of this study is to determine the internal and external conditions of the company in order to find out what strategies can be implemented to develop the company. The results of the research will be useful for PT Mitra Livestock Ungas C3. Data collection methods in this study by conducting interviews and distributing questionnaires to internal and external parties (competitors and associations). The results of this study state based on the IE matrix that the company is in quadrant VII with a maintenance and maintenance strategy. From the results of this study, it can be concluded that PT Mitra Peternakan Ungas C3 must carry out a strategy to maintain and maintain product quality in order to maintain customer loyalty and increase product capacity.

Keywords: Strategy, Business, SWOT, IFE, EFE, QSPM

1. Pendahuluan

Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan tersebut. Pengertian peternakan tidak terbatas pada pemeliharaan saja, memelihara dan peternakan perbedaannya terletak pada tujuan yang ditetapkan. Tujuan peternakan adalah mencari keuntungan dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada faktor-faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal (Rasyaf, 1994). Ayam broiler disebut juga ras ayam pedaging. Usaha ternak ayam broiler menjadi suatu jenis usaha yang cukup berpotensi karena saat ini ayam bisa dikatakan sebagai makanan kita konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Dapat dilihat dari data produksi daging ayam pedaging (broiler) di Kabupaten Cirebon yang disimpulkan bahwa terjadi peningkatan dari tahun ke tahun. Tetapi mengenai jumlah supply DOC (Day Old Chicken) dari PT Mitra Peternakan Ungas C3 mengalami penurunan selama 3 tahun terakhir. Hal tersebut menunjukkan adanya permasalahan yang dihadapi oleh

perusahaan, yang berarti pesaing dapat memproduksi DOC lebih banyak dan lebih tersebar diseluruh kemitraan yang bergerak dalam industri ternak ayam broiler pola kemitraan.

2. Dasar Teori dan Kerangka Pemikiran

2.1 Bisnis

Bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. (Griffin dan Ebert, 2007:4).

2.2 Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani yaitu “stragos” (stratus = militer dan ag + memimpin), yang berarti sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang (Rahmat, 2001:2).

Menurut David (2017:40) strategi merupakan tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumberdaya perusahaan yang besar.

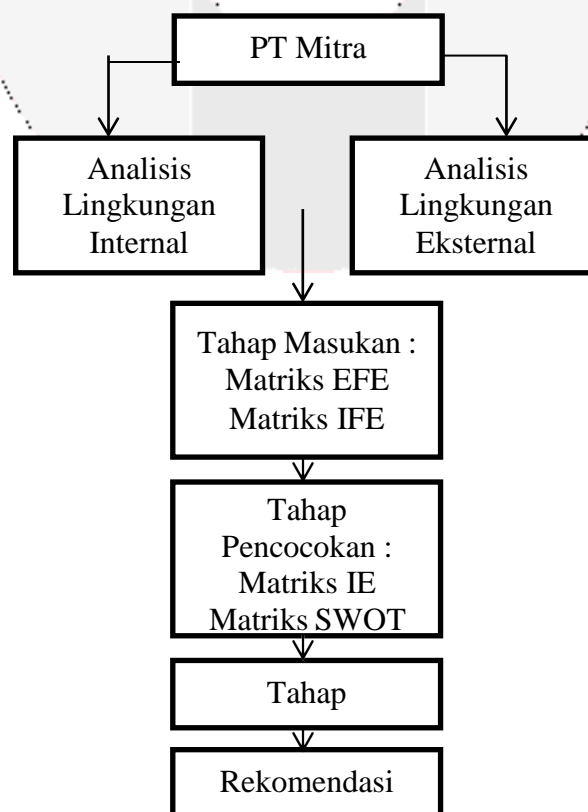
2.3 Pengembangan Bisnis

Menurut David (2017) strategi pengembangan bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *join venture*. Untuk menyampaikan program Pendidikan Kewirausahaan tersebut. Dari 3 perguruan tinggi yang dijadikan sebagai objek penelitian, Spiteri & Maringe (2014:65) menyimpulkan 3 saran model proses pembelajaran, Mentoring dan Kerja Praktek, Metode pengajaran dosen, dan kurikulum yang diberikan kepada mahasiswa.

2.4 Manajemen Strategi

Basrowi (2016:29) menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki keterampilan, ilmu pengetahuan, dan kualitas individu mencakup nilai, sikap, motivasi, dan tingkah laku yang diperlukan dalam melakukan suatu kegiatan ataupun pekerjaan disebut juga sebagai wirausaha yang sukses dan memiliki kompetensi. Suryana (2003) mengemukakan bahwa untuk menumbuhkan kompetisi kewirausahaan ada 5 keterampilan yang perlu dimiliki yaitu *Managerial Skill, Conceptual Skill, Human Skill, Decision Making Skill, Time Managerial Skill*. A. Kuriloff, John M.Jr dan Douglas Cloud (2007) menjelaskan bahwa ada kompetensi utama yang harus dimiliki seorang wirausaha diantaranya yaitu *Technical Competence, Marketing Competence, Financial Competence, Human Relation Competence*. Keterampilan bisnis yang sangat perlu dimiliki oleh seorang wirausahawan menurut Government of Western Australia (2018) sebagai berikut *Financial Management, Communication and Negotiation, Leadership, Analytical Thinking dan Problem Solving, Networking*. Kompetensi kewirausahaan yang perlu dibangun dalam jiwa seorang wirausahawan menurut Bacigalupo et al., 2016 yaitu salah satunya adalah *Motivation and perseverance*.

2.5 Kerangka Pemikiran



3. Metodologi Penelitian

3.1 Sampel

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Narasumber	Nama	Jabatan
Narasumber Internal			
N1	Internal	Arifin Wahyu Utomo	Kepala Unit PT Mitra Peternakan Unggas C3 Cirebon Jawa Barat
N2	Internal	Angga Saputra	Ketua Produksi PT Mitra Peternakan Unggas C3
N3	Internal	Sariffudin	Ketua bagian Pemasaran PT Motra Peternakan Unggas C3
Narasumber Eksternal			
P1	Pesaing	Iza Budi Setiawan	Ketua Produksi PT Anjawani
P2	Pesaing	Aulia Sidharta	Kepala Unit PT Sarana Indonesia Maju
NH	Himpunan	Yusup Supiandi	Ketua Himpunan Peternak Ayam Broiler Jawa Barat

Sumber: Data yang telah diolah oleh penulis, 2020

3.2 Pengukuran

Peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak Expert Choice dalam menentukan bobot.

3.3 Teknik Analisis

- Analisis Faktor Eksternal

Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk menentukan matriks EFE. Ada beberapa faktor yaitu Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Legal.

- Analisis Faktor Internal

Analisis lingkungan internal digunakan untuk menentukan matriks IFE. Ada beberapa faktor yaitu Manajemen, Pemasaran, Keuangan dan akuntansi, Produksi dan operasi, Penelitian dan pengembangan, dan System manajemen informasi

- AHP

Metode AHP dalam penelitian ini diterapkan pada tahap *input stage* untuk mendapatkan bobot matriks EFE dan IFE dengan menggunakan *pairwise comparison*, yaitu penilaian prioritas terhadap keseluruhan key faktor-faktor yang telah diidentifikasi pada matriks EFE dan IFE.

- Matrix IE

matriks Internal-Eksternal (IE), ditentukan dari skor tertimbang matriks IFE pada sumbu X dan EFE pada sumbu Y akan menentukan posisi internal dan eksternal PT Mitra Peternakan Unggas C3 serta memformulasikan alternatif strategi.

- Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah pencocokan penting alat yang membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi: strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan WT (kelemahan-ancaman) (David, 2017 :251).

- Matriks QSPM

4. Pembahasan

Matriks EFE digunakan untuk analisis faktor eksternal dari perusahaan agar dapat mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

Berdasarkan matriks EFE yang ada pada tabel dibawah ini, total matriks EFE dari PT Mitra Peternakan Unggas C3 adalah 1,644 yang berarti perusahaan kurang mampu menghadapi peluang dan ancaman yang ada pada industri peternakan.

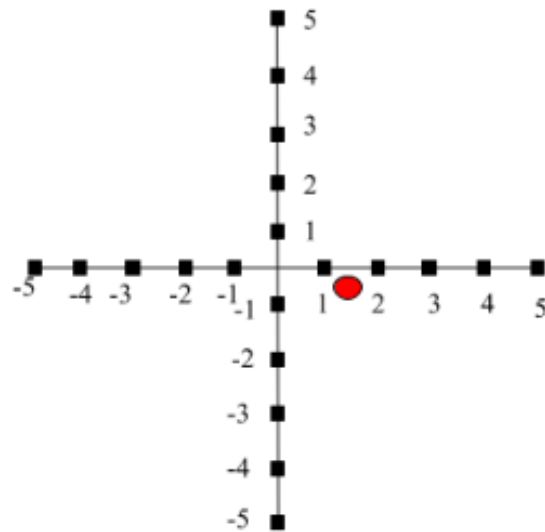
Matriks IFE digunakan untuk analisis faktor internal dari perusahaan agar dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan matriks IFE yang ada pada tabel dibawah ini, total matriks IFE dari PT Mitra Peternakan Unggas C3 adalah 3,833 yang berarti kondisi internal dari perusahaan yaitu kekuatan dan ancamannya kuat sehingga mampu menggunakannya dengan baik.

Matriks IE digunakan pada tahap pencocokan proses formulasi strategi, dibentuk berdasarkan total skor yang didapat melalui matriks IFE dan EFE.

Berdasarkan matriks EFE dan IFE bahwa masing-masing memiliki total skor 1,644 untuk EFE dan 3,833 untuk IFE. Dari hasil total skor tersebut maka dapat diberi kesimpulan bahwa matriks IE PT Mitra Peternakan Unggas C3 berada pada kuadran VII yaitu hold and maintain (Pertahankan dan pemeliharaan) dengan rekondasi strategi yang paling baik adalah penetrasi pasar serta pengembangan produk. Dapat lebih memaksimalkan pada kekuatan yang sudah dimiliki perusahaan dan meminimalisir kelemahan yang ada diperusahaan.

		Total nilai IFE yang diberi bobot			
		Kuat 3.0-	Rata-rata	Lemah 1.0-	
Total nilai EFE yang diberi bobot	Kuat 3.0-	4	I	II	III
	Rata-rata	3	IV	V	VI
	Lemah 1.0-	1	VII	VIII	IX



Berdasarkan grafik kuadran SWOT diatas bahwa perusahaan berada pada kuadran IV dengan strategi terbaiknya adalah strategi diversifikasi yang meliputi diversifikasi terkait, tidak terkait serta joint venture.

Berdasarkan matriks QSPM maka diperoleh strategi prioritas bagi PT Mitra Peternakan Unggas C3 yaitu (1) Mempertahankan dan tetap menjaga kualitas produk agar loyalitas pelanggan terjaga. (Pengembangan Produk) dengan hasil 3,844, (2) Meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan kompetitor dengan hasil 3,084, (3) Meningkatkan kapasitas produksi (Pengembangan Produk) dengan hasil 3,000 dan (4) Menjalinkan kerjasama dengan perusahaan dibidang industri makanan dengan hasil 2,688. Dari hasil tersebut maka PT Peternakan Unggas C3 dapat menerapkan strategi pengembangan produk dengan cara mempertahankan dan tetap menjaga kualitas produk agar loyalitas pelanggan terjaga dan meningkatkan kapasitas produk.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara terhadap narasumber internal serta kuisioner yang disebar kepada pihak internal dan eksternal, maka dapat diberi kesimpulan sebagai berikut:

6. Keadaan lingkungan eksternal yang dihadapi oleh PT Mitra Peternakan Unggas C3 terdiri dari 6 (enam) peluang dan 5 (lima) ancaman. Peluang tersebut diantaranya Daya beli yang tinggi menyebabkan konsumsi daging ayam mengalami perkembangan, Meningkatnya pertumbuhan penduduk khususnya Jawa Barat, Kesadaran masyarakat mengkonsumsi makanan yang mengarah ke sifat Alamiah (*Back to Nature*), Pembinaan dan pelatihan tentang usaha ayam broiler oleh himpunan, Kebijakan pemerintah yang mendukung yaitu adanya pemberian kredit dan Hibah, serta adanya kebijakan pemerintah untuk mencegah penyakit flu burung, dan Pelanggan memiliki loyalitas terhadap perusahaan. Sedangkan untuk ancaman yang dihadapi oleh perusahaan adalah Terjadinya tingkat inflasi, Merebaknya penyakit flu burung di Indonesia, Kualitas yang dihasilkan pesaing lebih baik, Kebutuhan modal awal yang cukup besar, dan Kekuatan tawar menawar pemasok tinggi.
7. Keadaan lingkungan internal yang dimiliki oleh PT Mitra Peternakan Unggas C3 terdiri dari 7 (tujuh) kekuatan dan 2 (dua) kelemahan. Kekuatan tersebut diantaranya Lokasi perusahaan yang strategis, Perusahaan memiliki saluran distribusi yang efisien sehingga menghemat waktu dan biaya, Komunikasi yang terjalin baik antara pemilik, manajer, dan karyawan, Menghasilkan produk yang berkualitas baik, Menerapkan sistem pencatatan data dan keuangan yang sudah baik, Memiliki tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman, dan Telah mendapat izin dari Dinas. Untuk kelemahannya yaitu Karakteristik Doc, obat-obatan, dan pakan banyak variasi dan jangkauan pasar belum luas.
8. Dilihat dari hasil matriks SWOT diperoleh 4 strategi bagi perusahaan diantaranya (1) Mempertahankan dan tetap menjaga kualitas produk agar loyalitas pelanggan terjaga. (2) Meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan kompetitor (3) Meningkatkan kapasitas produksi dan (4) Menjalin kerjasama dengan perusahaan dibidang industri makanan.
9. Berdasarkan matriks QSPM strategi prioritas yang dapat dijalankan perusahaan yaitu strategi pengembangan produk dengan cara mempertahankan dan tetap menjaga kualitas produk agar loyalitas pelanggan terjaga dan meningkatkan kapasitas produk.

Saran

Persaingan dalam usaha ternak ayam broiler semakin ketat, sehingga perlu menerapkan strategi yang tepat dalam menghadapi competitor. Berdasarkan analisis dalam penelitian ini, maka penulis menyarankan:

1. Menerapkan strategi prioritas diatas agar tetap dapat bersaing dengan para kompetitor.

2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan matriks-matriks lain seperti CPM, Grand Strategy, SPACE dan lainnya serta mencari buku, jurnal dan perndukung lain agar penelitian lebih luas, tentunya strategi yang didapat akan lebih akurat.

Referensi

- Basrowi. (2016). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- BACIGALUPO, M., KAMPYLIS, P., & PUNIE, Y. Competence Frameworks (CFP).
- Candra, T. (2017, September 19). *Menatap Indonesia Cerah Jauh dari Pengangguran*. Retrieved September 28, 2018, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/taufiq123/59ad6514b881b606b84b9de2/menatap-indonesia-cerah-jauh-dari-pengangguran>
- Farashah, A. D. (2013). The process of impact of entrepreneurship education and perception and intention Study of educational system of Iran. *Education + Training, Vol. 55 Iss 8/9 pp.868-885*.
- Kuswara, H. (2012). *Strategi Perguruan Tinggi Mewujudkan Entrepreneurial Campus*. Retrieved September 12, 2018, from Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi: <https://ristekdikti.go.id/kolom-opini/strategi-perguruan-tinggi-mewujudkan-entrepreneurial-campus/>
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training, Vql. 52(Iss 1)*, pp. 20-47.
- Purwana, D., & Wibowo, A. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi*. Pustaka Pelajar.
- Saroni, M. (2012). *Mendidik & Melatih Entrepreneur Muda: Membuka Kesadaran Atas Pentingnya Kewirausahaan bagi Anak Didik*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi 3*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Tang, M., Chen, X., Li, Q., & Lu, Y. (2014). Does Chinese university entrepreneurship education fit students' needs? . *Vol. 6 Iss 2 pp. 163-178*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4 ed.). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Trading Economic. (2020, Januari). *TINGKAT PENGANGGURAN - DAFTAR NEGARA - ASIA*. Retrieved January 25, 2020, from Trading Economics: <https://id.tradingeconomics.com/country-list/unemployment-rate?continent=asia>
- Wijaya, T. (2018). *MANAJEMEN KUALITAS JASA*. Jakarta: Indeks.
- Yola, Melfa, and Duwi Budiarto. "Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk pada supermarket dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA)." *Jurnal Optimasi Sistem Industri* 12.12 (2013): 301-309.

