

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PETERNAKAN AYAM
PETELUR DI DESA LIMAMPOCCOE KECAMATAN CENRANA
KABUPATEN MAROS**

SKRIPSI

NUR AINUN QALBI

4515033005

UNIVERSITAS

BOSOWA



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BOSOWA
MAKASSAR**

2019

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PETERNAKAN AYAM
PETELUR DI DESA LIMAMPOCCOE KECAMATAN CENRANA
KABUPATEN MAROS**

SKRIPSI

NUR AINUN QALBI

45 15 033 005

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana di fakultas pertanian**

Pada

Fakultas Pertanian Universitas Bosowa

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS BOSOWA

MAKASSAR

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Nur Ainun Qalbi

Stambuk : 45 15 033 005

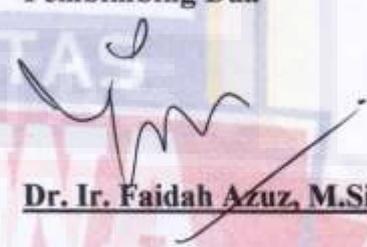
**Judul : Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam
Petelur Di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana,
Kabupaten Maros**

Skripsi Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh :

Pembimbing Satu

Pembimbing Dua


Dr. Ir. Aylee Christine, M.Si


Dr. Ir. Faidah Azuz, M.Si

Diketahui Oleh :

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Jurusan Agribisnis


Dr. Syaifuluddin S.Pt, MP


Dr. Ir. Aylee Christine, M.Si

Tanggal Lulus : 29 Agustus 2019

ABSTRAK

NUR AINUN QALBI (45 15 033 005), Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Petelur Di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros. Dibimbing Oleh **AYLEE CHRISTINE** dan **FAIDAH AZUZ**.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis faktor- faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pengembangan agribisnis ayam petelur, merumuskan strategi alternatif pengembangan agribisnis peternakan ayam petelur, dan menentukan prioritas strategi yang harus dilakukan pada pengembangan agribisnis peternakan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Mei 2019. Responden terdiri atas 5 orang peternak yang telah menjalankan usahanya lebih dari 5 tahun. Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Strategi pengembangan ayam petelur dirumuskan menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan agribisnis ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros adalah : (1) Meningkatkan jumlah populasi ternak dengan menambah DOC, (2) Menjaga dan meningkatkan relasi yang baik dengan pelanggan khususnya pelanggan tetap, (3) Mempertahankan kualitas telur agar sesuai dengan standar, (4) Memanfaatkan pengembangan internet untuk memperoleh informasi dan inovasi baru tentang teknologi peternakan ayam petelur, dan (5) Membuat pencatatan keuangan yang rapi agar manajemen keuangan berjalan dengan baik.

Kata Kunci : Ayam Petelur, Strategi, Pengembangan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan kuasa-Nyalah. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul “*Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Petelur Di Desa Limampocoe Kecamatan Cenrana Kabupaten Maros*”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata-1 di Fakultas Pertanian Universitas Bosowa Makassar.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa material dan moral yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-sebesarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Aylee Christine, M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. Ir. Faidah Azuz, M.Si selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis mulai sejak penentuan judul sampai terselesainya penyusunan Skripsi ini.
2. Dr. Ir. Syarifuddin, S.Pt, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Bosowa Makassar.
3. Dr. Ir. Aylee Christine, M.Si selaku Ketua Prodi Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Bosowa Makassar dan seluruh Dosen Jurusan Agribisnis yang telah memberi penulis arahan, bimbingan dan nasehat selama penulis menjadi mahasiswa sampai penelitian ini terselesaikan.
4. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, motivasi, saran, dukungan dan dorongan moril dan material.

5. Teman – teman seperjuangan di Fakultas pertanian terkhusus jurusan Agribisnis yang senantiasa membantu dan memberikan masukan selama penulisan Skripsi ini.

6. Untuk semua pihak yang telah ikut serta dalam membantu dan memberikan masukan serta solusi selama penulisan Skripsi ini yang belum disebutkan tanpa mengurangi rasa hormat penulis ucapkan Terima kasih banyak.

Sebagai manusia yang tidak luput dari kekeliruan, kekurangan dan keterbatasan Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kesempurnaan.

Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun atau inovatif untuk perbaikan Skripsi ini sangat perlu diberikan kepada penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi kehidupan kita sehari-hari. Amin.

Wa Salamu 'Aalaikum. Wr. Wb.

Makassar, Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Komoditas	6
2.2 Konsep Agribisnis.....	9
2.3 Konsep Strategi	10
2.4 Analisis SWOT	11
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.2 Populasi dan Sampel	15
3.3 Jenis dan Sumber Data	15
3.4 Analisis Data	16
3.5 Matriks SWOT	17
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	19

BAB IV KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis.....	22
4.2 Gambar Peta Desa Limampocoe	22
4.3 Luas Wilayah dan Penggunaannya	23
4.4 Jumlah Penduduk	23
4.5 Pendidikan.....	24
4.6 Penduduk Menurut Mata Pencahariannya	25

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden	27
5.2 Analisis SWOT	31
5.3 Matriks SWOT	35

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	39
6.2 Saran.....	40

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1.	EFAS	16
2.	IFAS	17
3.	Matriks SWOT	18
4.	Penggunaan Lahan di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros	22
5.	Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin di Desa Limampocoe Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros Tahun 2019	23
6.	Penduduk Menurut Pendidikan di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros Tahun 2019	24
7.	Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros Tahun 2019	25
8.	Klasifikasi Umur Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros 2019 ...	26
9.	Tingkat Pendidikan Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros 2019	27
10.	Jumlah Tanggungan Keluarga Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros 2019	28
11.	Pengalaman Beternak Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros 2019	29
12.	Jumlah Populasi Ternak Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros 2019	29
13.	Kekuatan dan Kelemahan Internal	30
14.	Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	31
15.	Peluang dan Ancaman Eksternal	32
16.	Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)	33
17.	Analisis Matriks SWOT	34
18.	Perhitungan Nilai Skor Terhadap Alternatif Strategi	37

DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks	Halaman
1.	Daftar Identitas Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, 2019	42
2.	Penilaian Responden Pada Setiap Indikator Faktor Kekuatan	45
3.	Penilaian Responden Pada Setiap Indikator Faktor Kelemahan	46
4.	Penilaian Responden Pada Setiap Indikator Faktor Peluang	47
5.	Penilaian Responden Pada Setiap Indikator Faktor Ancaman	49
6.	Gambar Lokasi Penelitian	51

BOSOWA

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertanian dapat mengandung dua arti yaitu dalam arti sempit diartikan sebagai kegiatan bercocok tanam dan dalam arti luas diartikan sebagai kegiatan yang menyangkut proses produksi untuk menghasilkan bahan-bahan kebutuhan manusia yang dapat berasal dari tumbuhan maupun hewan yang disertai dengan usaha untuk memperbaharui, memperbanyak (reproduksi) dan mempertimbangkan faktor ekonomis. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam proses produksi untuk kebutuhan manusia yakni melalui kegiatan peternakan.

Menurut PP No. 16/1997 tentang usaha peternakan, di Indonesia terdapat dua macam usaha peternakan, yaitu perusahaan dan peternakan rakyat. Perusahaan peternakan adalah suatu usaha yang dijalankan secara teratur dan terus menerus pada suatu tempat dan dalam jangka waktu tertentu untuk tujuan komersial yang meliputi kegiatan menghasilkan ternak (ternak bibit/ ternak potong), telur dan susu serta usaha penggemukkan suatu jenis ternak termasuk mengumpulkan, mengedarkan dan memasarkannya, yang untuk tiap jenis ternak melebihi dari jumlah yang ditetapkan untuk tiap jenis ternak pada peternakan rakyat. Peternakan rakyat adalah usaha peternakan yang diselenggarakan sebagai usaha sampingan yang jumlah maksimum kegiatannya untuk tiap jenis ternak ditetapkan oleh Menteri Pertanian.

Berdasarkan jenis hewan yang ditanakkan, peternakan dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yakni peternakan hewan besar, peternakan hewan kecil, dan peternakan hewan unggas. Peternakan hewan besar merupakan peternakan yang membudidayakan hewan-hewan bertubuh besar, seperti sapi, kuda, dan kerbau.

Peternakan ayam sebenarnya dapat dijadikan untuk mendapatkan penghasilan yang cukup memadai demi memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari peternak atau pemeliharannya. Artinya, peternakan atau usaha pemeliharaan ayam tersebut merupakan bidang pekerjaan yang sama-sama dapat digunakan sebagai sumber pendapatan atau penghasilan untuk mencukupi kebutuhan hidup peternak atau pemeliharannya. Bahkan lebih dari itu, usaha peternakan ini mampu pula memberi lahan pekerjaan bagi orang – orang yang belum bekerja di sekitar lokasi peternakan atau pemeliharaan ayam itu berada. Semuanya dapat terwujud jika peternakan ayam tersebut di kelola secara baik dan professional. Permintaan telur ayam semakin meningkat setiap tahunnya. Peningkatan ini dipengaruhi oleh pertumbuhan masyarakat kelas menengah, perubahan gaya hidup, dan pola konsumsi di masyarakat. Atas tingginya permintaan telur ini, terdapat peluang usaha untuk memula usaha peternakan ayam petelur, salah satunya adalah ayam ras petelur (Komandoko, 2002).

Ayam ras petelur atau yang lebih dikenal sebagai ayam negeri dalam masyarakat kita, merupakan ayam jenis unggul yang mempunyai daya produktivitas bertelur tinggi baik jumlah maupun bobot telurnya, sehingga apabila diusahakan dapat memberikan keuntungan dan dapat merupakan salah satu sumber yang dapat memberikan tambahan pendapatan pada masyarakat,

menambah lapangan pekerjaan baru sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya akan menaikkan taraf hidup masyarakat atau kesejahteraan masyarakat.

Pentingnya pengembangan ayam ras petelur ini mengingat bahwa pada akhir-akhir ini kebutuhan masyarakat terhadap protein hewani khususnya telur semakin meningkat karena meningkatnya jumlah penduduk, meningkatnya pendapatan dan kesadaran tentang arti pentingnya nilai gizi bagi kesehatan keluarga, di samping itu telur merupakan bahan makanan protein hewani yang murah dan mudah di dapatkan (Cahyo, 1995).

Kondisi peternakan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros sangat potensial hal ini ditandai dengan jumlah permintaan yang belum tercukupi oleh banyaknya peternak di daerah tersebut. Dari data BPS Kabupaten Maros (2017) tercatat sebanyak 21.800 jumlah ternak ayam ras petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana merupakan pemasok telur terbesar di Kabupaten Maros khususnya Desa Limampocoe. Hal inilah yang mendasari para peternak bertahan dengan usahanya dan berniat untuk melakukan pengembangan usaha.

Pengembangan tersebut juga didukung oleh beberapa kekuatan yang dimiliki oleh beberapa peternak, yakni salah satunya adalah mudahnya memperoleh pakan ternak. Selain itu berbagai kelemahan lain yang belum mampu diatasi dengan baik diantaranya adalah sumberdaya manusia (tenaga kerja), baik kualitas maupun kuantitasnya yang kurang mendukung, serta sistem manajemen yang belum dilaksanakan dengan baik.

Dari sekian banyak kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang ada, baru sebagian yang telah teridentifikasi. Untuk itu diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai berbagai faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha telur ayam ras petelur yang akan menghasilkan formula atau strategi yang cocok untuk mengembangkan usaha ayam ras petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah yang menjadi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pengembangan agribisnis peternakan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros ?
2. Alternatif strategi apakah yang dapat di rumuskan untuk pengembangan agribisnis peternakan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros ?
3. Prioritas strategi apakah yang seharusnya di pilih dalam rangka pengembangan peternakan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis faktor- faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pengembangan agribisnis ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros.
2. Merumuskan strategi alternatif pengembangan agribisnis peternakan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros.

3. Menentukan prioritas strategi yang harus dilakukan pada pengembangan agribisnis peternakan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros.

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Sebagai sumber informasi bagi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian lebih lanjut pada bidang yang sama.
2. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti.
3. Dapat menjadi rujukan dalam pengambilan keputusan dalam menentukan strategi pengembangan dalam sebuah usaha peternakan ayam ras petelur.

BOSOWA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Komoditas

2.1.1. Perkembangan Ayam Petelur

Ayam liar atau ayam hutan adalah ayam yang pertama kali dipelihara oleh masyarakat Indonesia. Ayam liar tersebut merupakan bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia yang pada saat itu sangat dekat dengan alam bebas. Pada periode 1940-an, masyarakat mulai mengenal ayam lain selain ayam liar. Pada saat itu masyarakat mulai membedakan antara ayam orang Belanda dengan ayam liar Indonesia. Ayam liar Indonesia tersebut kemudian diberi nama ayam kampung sedangkan ayam orang Belanda dikenal dengan sebutan ayam negeri. Hingga akhir periode 1980-an, orang Indonesia tidak banyak mengenal klasifikasi ayam. Pada saat itu, sifat ayam dipandang sebagai ayam kampung saja. Ayam yang pertama kali masuk dan mulai ditenakan pada periode ini adalah ayam ras petelur *white leghorn* yang kurus dan umumnya ditenakan setelah masa produktifnya (Rasyaf dalam Yamesa, 2010).

Ayam petelur adalah ayam-ayam betina dewasa yang khusus dipelihara untuk diambil telurnya. Ayam yang mulai ditenakkan pada periode 1980-an ini adalah ayam ras petelur *white leghorn* yang kurus dan umumnya tidak digunakan setelah habis masa produktifnya (Antonies, 2016). Tahun 1990-an, peternakan ayam broiler mulai meningkat. Ayam ini diusahakan untuk diambil dagingnya. Ayam petelur dwiguna atau yang lebih dikenal dengan ayam petelur coklat juga mulai meningkat jumlahnya. Disinilah masyarakat mulai sadar bahwa ayam ras

mempunyai klasifikasi sebagai petelur yang handal dan pedaging yang enak. Setelah diketahuinya keuntungan yang didapat dalam beternak ayam ras maka mulai terjadi persaingan yang cukup berarti antara menghasilkan telur dan daging ayam ras dengan telur dan daging ayam kampung. Persaingan juga terjadi diantara peternak ayam sehingga peternakan ayam petelur semakin banyak (Rasyaf dalam Yamesa, 2010).

Pemerintah memberikan perhatian serius terhadap peternakan ayam ras Indonesia, salah satu bentuk perhatian pemerintah adalah dengan dibentuknya Keputusan Presiden No.22 tahun 1990 tentang pembinaan usaha peternakan ayam ras yang menggantikan Keputusan Presiden No. 50 tahun 1981. Ringkasan dari keputusan tersebut antara lain (1) meningkatkan kesempatan berusaha, ekspor dan kesejahteraan rakyat melalui usaha peternakan ayam ras dan (2) Menteri Pertanian membimbing dan membina peternakan ayam ras petelur dan pedaging (Rasyaf dalam Yamesa, 2010)

2.1.2. Jenis-jenis Ayam Petelur

Jenis ayam petelur dibagi menjadi dua tipe, yaitu :

a. Tipe ayam petelur ringan

Tipe ayam ini disebut dengan ayam petelur putih. Ayam petelur ringan ini mempunyai ciri-ciri badan ramping/kurus-mungil/kecil dan mata bersinar. Bulunya berwarna putih bersih dan berjengger merah. Ayam ini berasal dari galur muri *white leghorn*. Ayam galur ini sulit di cari, tapi ayam petelur ringan komersial banyak di jual di Indonesia dengan berbagai nama. Ayam ini mampu bertelur lebih dari 260 telur per tahun produksi. Ayam tipe ini memang khusus

untuk bertelur karena dagingnya sedikit sekali. Ayam petelur ringan ini sensitif terhadap cuaca panas dan keributan, dan ayam ini mudah kaget dan bila kaget ayam ini produksinya akan cepat turun, begitu juga bila kepanasan (Antonies, 2016).

b. Tipe Ayam Petelur Medium

Bobot tubuh ayam ini cukup berat. Tubuh ayam ini tidak kurus, tetapi juga tidak terlihat gemuk. Oleh karena itu ayam ini disebut tipe ayam medium. Telur dan daging yang dihasilkan cukup banyak, oleh karena itu ayam ini di sebut juga dengan ayam tipe dwiguna. Ayam ini di sebut ayam petelur cokelat karena bulunya yang berwarna cokelat. Dipasaran, telur yang dihasilkan ayam cokelat lebih disukai daripada telur yang dihasilkan ayam putih (Antonies, 2016).

2.1.3. Usaha Peternakan Ayam Petelur

Di Indonesia terdapat empat tipologi usaha peternakan (Suhadji dalam Soekardono, 2009) yaitu :

1. Peternakan sebagai usaha sambilan di mana peternakan masih merupakan pendukung pertanian dan hanya untuk mencukupi kebutuhannya sendiri. Pada tipologi ini biasanya usaha pertanian masih terpadu, komoditasnya beragam dan pendapatan dari ternak tidak dominan (misalnya kurang dari 30% total pendapatan usahataniannya).
2. Peternakan sebagai cabang usaha di mana peternakan masih merupakan usaha campuran (*mix farming*) dan pendapatan dari ternak masih belum merupakan pendapatan utama (misalnya 30% - 70%) tetapi sudah menjurus kepada usaha semi komersial.

3. Peternakan sebagai usaha pokok di mana usaha peternakan sudah merupakan usaha pokok keluarga petani dan komoditinya biasanya tunggal serta sudah bersifat komersial. Pada tipe ini pendapatan dari peternakan sudah dominan (pendapatan utama keluarga).
4. Peternakan sebagai usaha industri di mana peternakan sudah merupakan bentuk usaha komersial dan jenis komoditasnya sudah pilihan (usaha spesialisasi) serta mempunyai tujuan ekonomi tertentu serta pasarnya sudah pasti/jelas.

2.2. Konsep Agribisnis

Pada mulanya agribisnis didefinisikan secara sempit, hanya menyangkut subsektor masukan (*input*) dan subsektor produksi (*on-farm*). Perkembangan selanjutnya agribisnis didefinisikan secara luas, tidak hanya menyangkut subsektor masukan dan produksi, akan tetapi juga menyangkut subsektor pasca produksi, yaitu pemrosesan, penyebaran, dan penjualan produk (Downey dan Erickson, dalam Soekardono, 2009).

Menurut Saragih dalam Soekardono (2009), agribisnis merupakan suatu sektor ekonomi modern dan besar dari pertanian primer, yang mencakup paling sedikit empat subsistem, yaitu : (1) subsistem agribisnis hulu (*up-stream agribusiness*), yaitu kegiatan ekonomi yang menghasilkan (agroindustri hulu) dan memperdagangkan sarana produksi pertanian primer (seperti industri pupuk, obat-obatan, benih/bibit, alat dan mesin pertanian, dan lain-lain). (2) subsistem usahatani (*on-farm agribusiness*) yang di masa lalu disebut sektor pertanian primer. (3) subsistem agribisnis hilir (*down-stream agribusiness*), yaitu kegiatan

ekonomi yang mengolah hasil pertanian primer menjadi produk olahan, baik dalam bentuk yang siap untuk dimasak atau siap untuk disajikan atau siap untuk dikonsumsi beserta kegiatan perdagangannya di pasar domestik dan internasional. Dan (4) subsistem jasa layanan pendukung seperti perkreditan, asuransi, transportasi, pergudangan, penyuluhan, kebijakan pemerintah, dan lain-lain.

Agribisnis bertujuan untuk memanfaatkan sumber alam untuk pembudidayaan ternak atau tanaman yang kemudian diolah menjadi makanan atau dapat juga disebut sebagai produk agroindustri (Siagian, 1999).

Agribisnis adalah bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya, baik disektor hulu maupun hilir (Wikipedia)

Pengembangan agribisnis bertujuan meningkatkan nilai manfaat, nilai tambah dan daya saing produk peternakan untuk mencapai kemandirian. Pengembangan agribisnis mencakup pengembangan usaha rakyat, skala menengah dan usaha skala besar. (Yusdja dan Nyak Ilham, 2006)

2.3. Konsep Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Chandler dalam Rangkuti, 2018).

Hamel dan Prahalad dalam Rangkuti (2018) menyatakan, strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya

kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.

2.4. Analisis SWOT

Menurut Sharplin dalam Purwanto (2012), menyatakan analisis lingkungan adalah suatu proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan ancaman-peluang dan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2018).

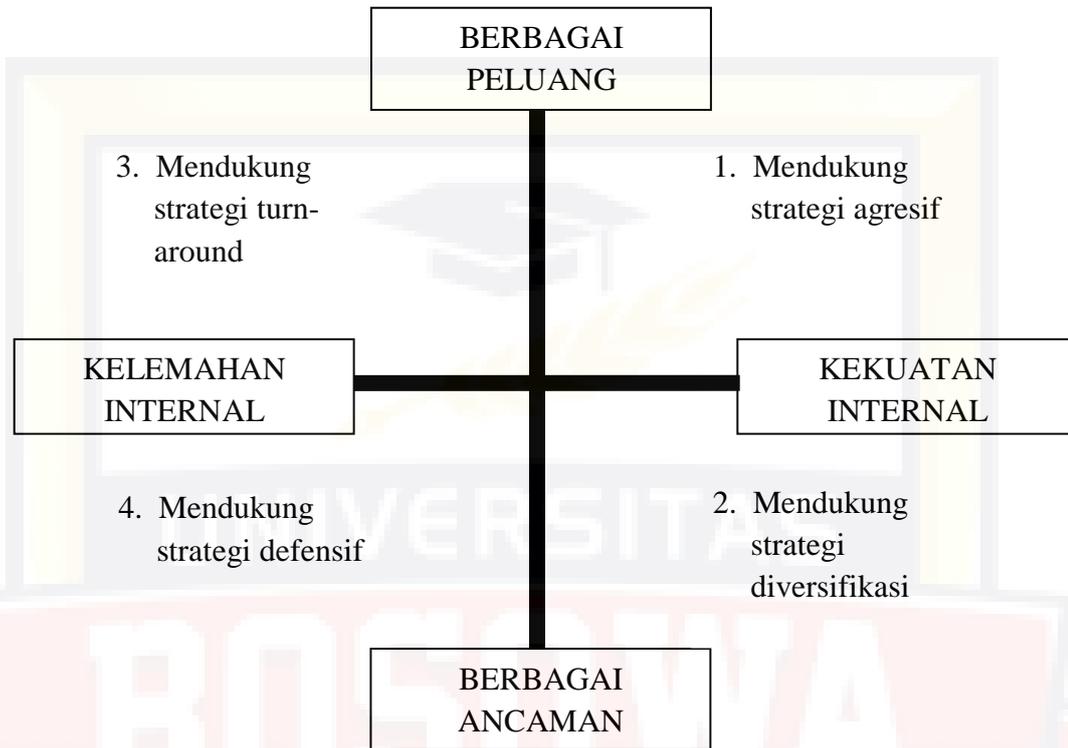
Menurut Rangkuti (2018) analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*).

Analisis SWOT (*SWOT Analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja

perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan perusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Richard L.D dalam Nisak, 2014).

Menurut Nisak (2014), alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Diagram Analisis SWOT



Kuadran 1 : situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2: meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi juga tetapi juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Strategi yang digunakan

adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik.

Kuadran 4 : merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Mei 2019.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh peternak ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan, Cenrana yang berjumlah 9 peternak.

Sampel dalam penelitian ini dipilih secara sengaja yaitu 5 orang peternak dengan dasar pertimbangan bahwa peternak yang dipilih merupakan peternak yang telah menjalankan usahanya sudah lebih dari 5 tahun.

3.3. Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder sebagai berikut :

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti, adapun data primer diperoleh dari, observasi, wawancara dengan bantuan kuesioner dan studi pustaka, yang meliputi data tentang identitas responden, profil usaha responden, faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman serta faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan.

Data sekunder diperoleh dari instansi terkait dengan penelitian ini yang mendukung data primer. Data sekunder meliputi peta administrasi, data monografi, jumlah penduduk dan lainnya yang dianggap perlu.

3.4. Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian adalah analisis SWOT, dimana metode ini menunjukkan kinerja perusahaan dengan menentukan kombinasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

Sebelum strategi diterapkan, maka harus menganalisis lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) dan lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) untuk dimasukkan dalam matriks yaitu matriks faktor strategi eksternal (EFAS) dan matriks faktor strategi internal (IFAS).

Setelah matriks faktor internal dan matriks eksternal di susun, hasilnya kemudian di masukkan dalam model kuantitatif yaitu matriks SWOT untuk merumuskan suatu strategi.

Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Tabel 1 EFAS

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang	X	X	X
Ancaman	X	X	X
Total	X	X	X

Sumber : Freddy Rangkuti (2018 : 26)

Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Tabel 2 IFAS

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan	X	X	X
Kelemahan	X	X	X
Total	X	X	X

Sumber : Freddy Rangkuti (2018 : 27)

3.5. Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan atau usaha yang dilakukan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi.

Tabel 3 Matriks SWOT

IFAS	STRENGTHS (S) • Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) • Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
EFAS	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) • Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Freddy Rangkuti (2018 : 83)

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Faktor internal di masukkan ke dalam matriks faktor internal yang di sebut matriks IFAS (*Internal Strategic Faktor Analisis Summary*) dan faktor eksternal di masukkan dalam matriks faktor eksternal yang di sebut matrik EFAS (*Eksternal Strategic Faktor Analisis Summary*).

Setelah matriks faktor eksternal dan matriks faktor internal di susun, maka selanjutnya hasilnya di masukkan kedalam matriks SWOT untuk merumuskan suatu strategi perusahaan/ usaha yang dilakukan.

3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang usaha peternakan ayam petelur.
2. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, kenseptual dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan.
3. Agribisnis adalah konsep dari suatu sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yang saling terkait, yaitu pengadaan sarana produksi, usahatani, pengolahan dan pemasaran hasil pertanian serta kelembagaan pendukung terkait.

4. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal peluang dan ancaman secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan usaha peternakan ayam petelur.
5. Matriks SWOT adalah matriks yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Petelur.

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah empat unsur penyusun SWOT yang meliputi :

a. Strengths (*kekuatan*)

- Memiliki pelanggan tetap
- Mudah mendapatkan bahan pakan
- Kualitas telur yang dihasilkan sesuai dengan standar dan baik
- Memiliki transportasi yang memadai
- Hubungan dengan konsumen/pelanggan baik

b. Weaknesses (*kelemahan*)

- Belum terdapat tenaga kerja tetap
- Produksi belum memenuhi permintaan pelanggan,
- Usaha belum memaksimalkan teknologi
- Pencatatan keuangan yang belum rapi
- Kurangnya lahan untuk pengembangan usaha

c. Opportunities (*peluang*)

- Permintaan pasar yang tinggi
- Kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan gizi terus bertambah

➤ Kebijakan pemerintah yang mendukung peternakan ayam ras petelur di Kecamatan Cenrana.

➤ Masih terbukanya banyak peluang karena adanya pelanggan yang tetap.

➤ Pengembangan internet yang terjadi dapat meningkatkan penjualan dan sumber informasi baru

d. Threats (*ancaman*)

➤ Adanya pesaing baru disekitar perusahaan/usaha yang dilakukan

➤ Kemudahan pelanggan untuk pindah ke peternak lain jika di tawarkan harga yang lebih murah dari pesaing

➤ Penyakit yang sering menyerang ayam ras petelur

➤ Fluktuasi harga, baik harga pakan, obat-obatan maupun harga telur itu sendiri

➤ Sering adanya keluhan dari masyarakat sekitar, karena bau tak sedap dari peternakan ayam ras petelur yang terletak di sekitar rumah warga.

BAB IV

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis

Desa Limampocoe merupakan salah satu desa yang berada pada wilayah Kecamatan Cenrana Kabupaten Maros, yang merupakan salah satu desa penghasil telur ayam di Kabupaten Maros.

Adapun batas-batas Desa Limampocoe adalah :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Rompegading
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Lebbotengae
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Labuaja
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Laiya

4.2 Gambar Peta Desa Limampocoe



4.3 Luas Wilayah dan Penggunaannya

Desa Limampocoe memiliki luas lahan berkisar 995 Ha, sebagian besar areanya digunakan untuk persawahan yaitu 38 persen dan penggunaan lahan paling sedikit adalah lahan pemukiman yaitu 4,52 persen. Penggunaan wilayah dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Tabel.4. Penggunaan Lahan di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros Tahun 2019

No	Jenis Penggunaannya	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Pemukiman	45	4,52
2	Sawah	378	38
3	Ladang / Tegalan	170	17,08
4	Hutan Rakyat	236	23,72
5	Perkebunan	166	16,68
	Jumlah	995	100

Sumber : Monografi Desa Limampocoe, 2019.

Dilihat dari table 4, jumlah penggunaan lahan untuk sawah adalah 378 Ha sedangkan untuk jumlah lahan untuk pemukiman adalah 45 Ha.

4.4 Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros adalah 3293 jiwa yang terdiri dari 1599 jiwa laki-laki dan 1694 jiwa perempuan dengan jumlah rumah tangga 969 kepala keluarga.

Tabel 5. Penduduk Menurut Umur Dan Jenis Kelamin Di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros Tahun 2019

Umur	Laki-laki		Perempuan		Jumlah	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
0-10	270	16,88	239	14,10	509	15,45
11-20	341	21,32	313	18,47	654	19,86
21-30	234	13,93	237	13,99	477	14,48
31-40	146	9,13	236	13,93	382	11,60
41-50	260	16,25	263	15,5	523	15,88
51-60	177	11,06	188	11,10	365	11,08
61+	171	10,69	212	12,51	383	11,63
Jumlah	1.599	100	1694	100	3293	100

Sumber : Monografi Desa Limampocoe, 2019.

Dilihat dari Tabel 5. Dapat disimpulkan bahwa tingkat penyebaran jumlah penduduk yang paling tinggi pada jenis kelamin laki-laki adalah 341 jiwa yaitu pada kelompok umur 11-20 tahun dengan persentase (21,32%), sedangkan jumlah penduduk perempuan yang paling tinggi adalah 313 jiwa yaitu pada kelompok umur 11-20 tahun dengan persentase (18,47%).

4.5 Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor atau variabel penentu untuk melihat tingkat kemajuan suatu wilayah, tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kemampuan penduduk dalam menerima informasi dan inovasi (Yunita, 2018).

Pada tabel berikut dapat dilihat tingkat pendidikan yang ada di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros.

Tabel.6. Penduduk Menurut Pendidikan di Desa Limampoccoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros Tahun 2019

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	Tidak Sekolah – SD	1979	60,09
2.	SMP – SMA	1138	34,55
3.	D3 - SI	176	5,34
	Jumlah	3293	100

Sumber : Monografi Desa Limampoccoe, 2019.

Pada Tabel 6. Terlihat bahwa keadaan penduduk Desa Limampoccoe yang tidak sekolah - SD menempati angka tertinggi yakni (60,09%) atau sebanyak 1.979 jiwa, sedangkan yang lulusan SMA sebanyak 1.138 jiwa (34,55%) dan yang terendah adalah SI 176 jiwa (5,34%), hal ini berarti rata-rata pendidikan di daerah ini masih perlu ditingkatkan.

4.6 Penduduk Menurut Mata Pencahariannya

Penduduk usia produktif mempunyai mata pencaharian yang bermacam-macam sesuai dengan keadaan wilayah dan sumber daya alam yang ada. Mata pencaharian merupakan kegiatan yang penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, untuk lebih jelasnya mengenai penduduk menurut mata pencahariannya yang ada di Desa Limampoccoe dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel.7. Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros Tahun 2019

No	Mata pencaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1.	Petani	642	42,78
2.	TNI – PNS – Polri	95	6,33
3.	Peternak	530	35,31
3.	Wiraswasta	234	15,61
	Jumlah	1501	100

Sumber : Monografi Desa Limampocoe, 2019.

Pada Tabel 7 Terlihat bahwa sektor pertanian mendominasi dan menjadi sumber mata pencaharian yang paling besar di Desa Limampocoe adalah petani yang berjumlah 642 jiwa (42,78%). Selain itu dari sektor lain walaupun tidak berdominasi tetapi memiliki andil bagi pengembangan dan pembangunan di Desa Limampocoe. Total jumlah penduduk menurut mata pencaharian yaitu 1501 jiwa sedangkan jumlah penduduk di Desa Limampocoe berjumlah 3293 jiwa yang artinya ada 1792 jiwa yang berusia muda dan belum bekerja.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan peternak yang lebih dari 5 tahun beternak dan mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, karakteristik yang dimaksud adalah umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman beternak dan jumlah ternak. Dengan mengetahui identitas responden tersebut diharapkan dapat mengetahui sejauh mana keberhasilan peternak dalam usahanya.

5.1.1 Umur

Umur sangat mempengaruhi kemampuan peternak dalam bekerja dan berfikir, sehingga secara langsung akan mempengaruhi usaha ternak ayam petelurnya. Pada umumnya peternak yang berusia muda mempunyai kemampuan fisik lebih baik dan lebih cepat mengadopsi teknologi dan informasi baru dibandingkan dengan peternak yang berusia tua, namun peternak yang berusia tua mempunyai pengalaman kerja yang lebih matang dalam beternak ayam petelur. Tingkat umur responden peternak ayam ras petelur dapat di lihat pada tabel.8.

Tabel.8. Klasifikasi Umur Responden Peternak Ayam Petelur Di Desa Limampoccoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, 2019

No	Umur	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	40-45	2	40
2	46-50	3	60
	Jumlah	5	100

Sumber : Data Primer Setelah diolah,2019

5.1.2 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan responden akan berpengaruh dalam mengelolah usaha ternaknya. Semakin tinggi tingkat pendidikan peternak di harapkan semakin mudah mengadopsi inovasi- inovasi baru, baik mengenai teknik beternak ayam petelur maupun informasi pasar sehingga diharapkan tingkat keberhasilan usaha ternak ayam petelurnya akan lebih baik.

Tingkat pendidikan responden peternak ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros tahun 2019 dapat di lihat pada tsbel 9 berikut ini;

Tabel.9. Tingkat Pendidikan Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros. 2019

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMA	4	80
2	Strata 1(S1)	1	20
	Jumlah	5	100

Sumber : Data Primer Setelah diolah,2019

Tabel 9. Mennjukkan bahwa persentase ingkat pendidikan yang terbesar adalah SMA terdapat 4 responden (80%) dan S1 terdapat 1 responden (20%). Keberhasilan responden tidak hanya di tunjang oleh pendidikan formal tetapi pendidikan non formal pun sangat berpengaruh seperti mengikuti dan mendengarkan penyuluhan . Dengan pendidikan non formal tersebut diharapkan peternak ayam petelur dapat mengelolah usahanya dengan baik agar dapat meningkatkan produksi dan pendapatan.

5.1.3 Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan kelurga peternak merupakan beban bagi keluarga tersebut untuk menyediakan kebutuhan hidupnya, namun disisi lain juga

merupakan tenaga kerja dalam kegiatan usahanya terutama keluarga yang produktif . Jumlah tanggungan keluarga responden peternak ayam petelur dapat di lihat pada tabel berikut;

Tabel.10. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, 2019

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	1-3	2	40
2	4-6	3	60
	Jumlah	5	100

Sumber : Data Primer Setelah diolah,2019

Tabel 10, menunjukkan bahwa sebagian responden mempunyai tanggungan keluarga 1-3 orang adalah 2 jiwa (40%) dan responden yang memiliki jumlah tanggungan keluarga 4-6 adalah 3 jiwa (60%). Tanggungan keluarga akan merupakan tenaga kerja, sehingga secara langsung akan berpengaruh pada tingkat pendapatan yang diterima.

5.1.4 Pengalaman Beternak

Pengalaman merupakan salah satu faktor penunjang keberhasilan suatu usaha, pengalaman peternak dalam menjalankan usahanya dibidang peternakan merupakan salah satu faktor penunjang keberhasilannya karena pengalaman erat hubungannya dalam mengantisipasi kegagalan dalam beternak. Pengalaman disini dapat dilihat dari berapa lamanya peternak menjalankan usahanya, semakin lama peternak tersebut bekerja maka semakin banyak pengalaman yang didapatnya.

Berikut adalah gambaran mengenai pengalaman responden dalam beternak ayam petelur;

Tabel.11. Pengalaman Beternak Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, 2019

No	Pengalaman Beternak (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	6-10	3	60
2	11-15	2	40
	Jumlah	5	100

Sumber : Data Primer Setelah diolah,2019

Tabel 11, menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pengalaman beternak 6-10 tahun berjumlah 3 orang (60%) dan responden yang mempunyai pengalaman beternak 11-15 tahun adalah 2 orang (40%).

Pengalaman beternak yang lebih tinggi cenderung dapat menghindari risiko kegagalan , sehingga mereka lebih berhati-hati dalam menerima inovasi atau jenis teknologi yang diperkenalkan kepada mereka.

5.1.5 Jumlah Populasi Ternak

Produksi merupakan jumlah fisik yang diperoleh peternak sebagai hasil dalam usaha ternaknya yang dinyatakan dalam butir. Dalam beternak ayam petelur, setiap peternak senantiasa berusaha untuk memperoleh produksi yang tinggi. Adapun jumlah produksi telur ayam yang diperoleh responden dilihat pada banyaknya jumlah ternaknya yang dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel.12. Jumlah Populasi Ternak Responden Peternak Ayam Petelur Di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, 2019

No	Populasi Ternak(ekor)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1000 - 3000	3	60
2	4000 - 6000	2	40
	Jumlah	5	100

Sumber : Data Primer Setelah diolah,2019

Tabel 12, menunjukkan bahwa populasi ternak 1000-3000 ekor adalah 3 orang (60%) sedangkan 4000-6000 ekor adalah 2 orang (40%). Rata-rata jumlah

produksi telur dari satu ekor ayam adalah 378 butir sampai masa afkir yaitu ±18bulan.

5.2 Analisis SWOT

5.2.1 Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths and weaknesses (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decision making) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (corporate culture), (Fahmi dalam Nisak, 2014).

a. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Internal

Identifikasi faktor strategi internal berupa kekuatan dan kelemahan pada pengembangan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel.13. Kekuatan dan Kelemahan Internal

No	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	No	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1	Memiliki pelanggan tetap	1	Belum terdapat tenaga kerja
2	Mudah mendapatkan Paakan	2	Produksi belum memenuhi permintaan pelanggan
3	Kualitas telur yang dihasilkan sesuai standar dan baik	3	Usaha belum memaksimalkan teknologi
4	Memiliki transportasi yang memadai	4	Pencatatan keuangan yang belum rapi
5	Hubungan dengan pelanggan baik	5	Kurangnya lahan untuk pengembangan usaha

b. Evaluasi Faktor Lingkungan Internal

Tahap ini merupakan tahap lanjutan setelah identifikasi faktor lingkungan internal, berupa penyusunan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) untuk mendapatkan nilai skor. Nilai skor tersebut merupakan hasil penjumlahan total dari hasil perkalian bobot dengan rating masing-masing indikator faktor strategis internal (Isyanto,dkk, 2017).

Tabel.14. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No	Kekuatan (<i>strenghts</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Memiliki pelanggan tetap	0,11	4	0,44
2	Mudah mendapatkan pakan	0,11	4	0,44
3	Kualitas telur yang di hasilan sesuai standar dan baik	0,11	4	0,44
4	Memiliki transportasi yang memadai	0,09	3	0,27
5	Hubungan dengan pelanggan baik	0,11	4	0,44
	Sub total	0,53		2,03
No	Kelemahan (<i>weakness</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Belum terdapat tenaga kerja	0,05	2	0,1
2	Produksi belum memenuhi permintan pelanggan	0,10	2	0,2
3	Usaha belum memaksimalkan teknologi	0,09	1	0,09
4	Pencatatan keuangan yang belum rapi	0,10	1	0,10
5	Kurangnya lahan untuk pengembangan usaha	0,09	1	0,09
	Sub total	0,43		0,58
	Total	1,00		2,61

Total skor yang diperoleh pada matriks IFAS sebesar 2,61 artinya semakin banyak kekuatannya dibandingkan kelemahannya. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengembangan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana,

Kabupaten Maros dapat mengendalikan faktor lingkungan internalnya dan dapat menunjang pengembangannya.

5.2.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities* and *threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan, yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kepeduduan dan sosial budaya (Fahmi dalam Nisak, 2014)

a. Identifikasi Peluang dan Ancaman Eksternal

Identifikasi faktor eksternal berupa peluang dan ancaman pada pengembangan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel.15. Peluang dan Ancaman Eksternal

No	Peluang (<i>Opportunities</i>)	No	Ancaman(<i>Threats</i>)
1	Permintaan pasar yang tinggi	1	Adanya pesaing baru disekitar usaha yang dilakukan
2	Kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan gizi terus bertambah	2	Kemudahan pelanggan untuk pindah ke peternak lain jika di tawarkan harga yang lebih murah dari pesaing
3	Kebijakan pemerintah yang mendukung peternakan ayam petelur	3	Penyakit yang sering menyerang ayam ras petelur
4	Masih terbukanya banyak peluang karena adanya pelanggan tetap	4	Fluktuasi harga, baik harga pakan, obat-obatan, maupun telur
5	Pengembangan internet yang terjadi dapat meningkatkan penjualan dan sumber informasi	5	Sering adanya keluhan dari masyarakat sekitar, karena bau tk sedap dari peternakan yang terletak disekitar rumah warga.

b. Evaluasi Faktor Lingkungan Eksternal

Evaluasi faktor lingkungan eksternal dilakukan menggunakan matriks EFAS, sebagaimana yang terlihat pada tabel berikut;

Tabel.16. Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

No	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Permintaan pasar yang tinggi	0,13	4	0,52
2	Kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan gizi terus bertambah	0,12	4	0,48
3	Kebijakan pemerintah yang mendukung peternakan ayam petelur	0,08	4	0,32
4	Masih terbukanya banyak peluang karena adanya pelanggan tetap	0,13	5	0,65
5	Pengembangan internet yang terjadi dapat meningkatkan penjualan dan sumber informasi	0,09	3	0,27
Sub total		0,55		2,24
No	Ancaman (<i>threats</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Adanya pesaing baru disekitar usaha yang dilakukan	0,07	3	0,21
2	Kemudahan pelanggan untuk pindah ke peternak lain jika ditawarkan harga lebih murah dari pesaing	0,06	4	0,24
3	Penyakit yang sering menyerang ayam petelur	0,13	1	0,13
4	Fluktuasi harga baik harga pakan, obat-obatan, maupun telur	0,13	1	0,13
5	Sering adanya keluhan dari masyarakat sekitar karena bau tak sedap dari peternakan yang terletak disekitar rumah warga	0,06	4	0,24
Sub total		0,45		0,95
Total		1,00		3,19

Total skor yang diperoleh pada matriks EFAS sebesar 3,19 artinya semakin banyak peluang dibandingkan ancamannya. Kondisi ini menggambarkan bahwa peluang pengembangan ayam petelur di Desa Limampoccoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros dapat menunjang pengembangannya.

5.3 Matriks SWOT

Berdasarkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, maka dapat disusun beberapa alternatif strategi pengembangan usaha menggunakan matriks SWOT yang dapat dilihat pada tabel 17 berikut;

Tabel.17. Analisis Matriks SWOT

<p>FAKTOR INTERNAL</p> <p>FAKTOR EKSTERNAL</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1).Memiliki pelanggan tetap 2).Mudah mendapatkan bahan pakan 3).Kualitas telur yang dihasilkan sesuai standard yang baik 4).Memiliki transportasi yang memadai 5).Hubungan dengan konsumen/pelanggan baik 	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Belum terdapat tenaga kerja tetap 2) Produksi belum memenuhi permintaan pelanggan, 3)Usaha belum memaksimalkan teknologi 4)Pencatatan keuangan yang belum rapi 5)Kurangnya lahan untuk pengembangan usaha
<p>PELUANG (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Permintaan pasar yang tinggi 2) Kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan gizi terus bertambah 3) Kebijakan pemerintah yang mendukung peternakan ayam ras petelur di Kecamatan Cenrana. 	<p>STRATEGI S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1)Meningkatkan jumlah populasi ternak dengan menambah DOC untuk meningkatkan produksi guna untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi 2)Menjaga dan meningkatkan relasi yang baik dengan pelanggan khususnya 	<p>STRATEGI W-O</p> <p>Memanfaatkan pengembangan internet untuk memperoleh informasi dan inovasi baru tentang teknologi peternakan ayam petelur</p>

<p>4) Masih terbukanya Banyak peluang karena adanya pelanggan yang tetap.</p> <p>5) Pengembangan internet yang terjadi dapat meningkatkan penjualan dan sumber informasi baru</p>	<p>pelanggan tetap</p>	
<p>ANCAMAN (T)</p> <p>1)Adanya pesaing baru disekitar perusahaan/usaha yang dilakukan</p> <p>2)Kemudahan pelanggan untuk pindah ke peternak lain jika di tawarkan harga yang lebih murah dari pesaing</p> <p>3)Penyakit yang sering menyerang ayam ras petelur</p> <p>4)Fluktuasi harga, baik harga pakan, obat-obatan maupun harga telur itu sendiri</p> <p>5)Sering adanya keluhan dari masyarakat sekitar, karena bau tak sedap dari peternakan ayam ras petelur yang terletak di sekitar rumah warga.</p>	<p>STRATEGI S-T</p> <p>1)Dengan menjaga relasi yang baik dengan pelanggan tetap , tidak akan membuat peternak terancam dengan adanya pesaing baru</p> <p>2)Mempertahakan kualitas telur yang sesuai dengan standar agar pelanggan tidak mudah pindah ke peternak lain</p>	<p>STRATEGI W-T</p> <p>1)Membuat pencatatan keuangan yang rapi agar manajemen keuangan berjalan baik sehingga jika terjadi fluktuasi harga dapat diatasi dengan manajemen biaya yang baik</p> <p>2)Mencari informasi mengenai pakan yang sehat untuk meningkatkan kekebalan ternak terhadap penyakit.</p>

1. Strategi S-O

- a. Meningkatkan jumlah populasi ternak dengan menambah DOC untuk meningkatkan produksi guna untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi
- b. Menjaga dan meningkatkan relasi yang baik dengan pelanggan khususnya pelanggan tetap

2. Strategi S-T

- a. Dengan menjaga relasi yang baik dengan pelanggan tetap, tidak akan membuat peternak terancam dengan adanya pesaing baru
- b. Mempertahankan kualitas telur yang sesuai dengan standar agar pelanggan tidak mudah pindah ke peternak lain.

3. Strategi W-O

Memanfaatkan pengembangan internet untuk memperoleh informasi dan inovasi baru tentang teknologi peternakan ayam petelur.

4. Strategi W-T

- a. Membuat pencatatan keuangan yang rapi agar manajemen keuangan berjalan baik sehingga jika terjadi fluktuasi harga dapat diatasi dengan manajemen biaya yang baik
- b. Mencari informasi mengenai pakan yang sehat untuk meningkatkan kekebalan ternak terhadap penyakit.

Tabel.18. Perhitungan Nilai Skor terhadap Alternatif Strategi

EFAS \ IFAS	KEKUATAN	KELEMAHAN
PELUANG	Strategi S-O $2,03 + 2,24 = 4,27$	Strategi W-O $0,58 + 2,24 = 2,82$
ANCAMAN	Strategi S-T $2,03 + 0,95 = 2,98$	Strategi W-T $0,58 + 0,95 = 1,53$

Perhitungan analisis matriks SWOT memberikan alternatif strategi yang paling sesuai dengan keadaan faktor lingkungan internal dan eksternal yang dimiliki dalam pengembangan ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros yaitu strategi S-O dengan skor alternatif strategi sebesar 4,27.

BOSOWA

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan agribisnis ayam petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan yang dapat diterapkan adalah :

1. Meningkatkan jumlah populasi ternak dengan menambah DOC(*Day Old Chicken*) untuk meningkatkan produksi guna untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi.
2. Menjaga dan meningkatkan relasi yang baik dengan pelanggan khususnya pelanggan tetap sehingga tidak akan membuat peternak terancam dengan adanya pesaing baru.
3. Mempertahakan kualitas telur yang sesuai dengan standar agar pelanggan tidak mudah pindah ke peternak lain.
4. Memanfaatkan pengembangan internet untuk memperoleh informasi dan inovasi baru tentang teknologi peternakan ayam petelur khususnya mengenai pakan yang sehat untuk meningkatkan kekebalan ternak terhadap penyakit.
5. Membuat pencatatan keuangan yang rapi agar manajemen keuangan berjalan baik sehingga jika terjadi fluktuasi harga dapat diatasi dengan manajemen biaya yang baik

6.2 Saran

Melalui hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Para peternak di Desa Limampocoe sebaiknya melakukan perluasan lahan dalam peningkatan DOC (*Day Old Chicken*) untuk meningkatkan produksi guna memenuhi permintaan pasar yang tinggi
2. Perlunya dilakukan penyuluhan tentang peternakan ayam petelur oleh pemerintah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peternak dalam pengembangan usahanya.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk terus melakukan penelitian tentang Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Petelur yang pada akhirnya akan meningkatkan publikasi ilmiah dan memperkaya wawasan ilmiah dalam kegiatan ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA.

- Antonies, N Bambang. 2016. *Peluang Menjadi Jutawan dari beternak ayam jantan ras petelur*. Jogjakarta : Literindo
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2017. *Kecamatan Cenrana Dalam Angka Tahun 2017*. Maros
- Cahyo, B. 1995. *Beternak Ayam Ras Petelur Dalam Kandang Baterai*. Solo: CV. Aneka Solo
- Isyanto, Agus Y dkk. 2017. Strategi Pengembangan Ayam Sentul di Kabupaten Ciamis. *Vol 3. No 1. Mimbar Agribisnis*
- Komandoko, G. 2002. *Meraih Keuntungan Besar melalui pemeliharaan ayam-ayam produksi*. Yogyakarta : Absolut UT
- Nisak, Z. 2014. Analisis Swot untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal*
- Pengertian Agribisnis . (2019 , Februari 11). *Wikipedia, Ensiklopedia Bebas*. Di akses pada 23 Februari 2019 dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/agribisnis>
- Purwanto, I. 2012. *Manajemen Strategi*. Cetakan ke-3. Bandung : Yrama Widya
- Rangkuti, F. 2018. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Cetakan ke-24. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rasyaf, M. 1994. *Beternak Ayam Petelur* . Jakarta : Penebar Swadaya
- Siagian, R. 1999. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Cetakan ke-2. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Soekardono. 2009. *Ekonomi Agribisnis Peternakan*. Jakarta : CV. Akademika Pressindo
- Suratiyah, K. 2015. *Ilmu Usaha Tani*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Umar, Husein. 2010. *Desain penelitian manajemen strategik*. Jakarta : PT.Rajagrafindo Persada
- Yamesa, Nia. 2010. *Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Pada Perusahaan Aaps Kecamatan Guguk, Kabupaten 50 Kota, Sumatera Barat*. Skripsi. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Yunita, Erfianti. 2018. *Kontribusi Ibu Rumah Tangga Penyadap Karet Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Di Pt Lonsum Bulukumba* . Skripsi. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Bosowa. Makassar

Yusdja, Y dan Nyak Ilham. 2006. Arah Kebijakan Pembangunan Peternakan Rakyat. *Volume 4. Nomor 1. Pusat Analisis Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*. Bogor





Lampiran 1. Daftar Identitas Responden Peternak Ayam Petelur di Desa Limampocoe, Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros 2019

No	Nama Responden	Umur (tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan	Lama Usaha (tahun)	Jumlah Ternak (ekor)
1	Arman Saleh	42	SMA	2	6	1000
2	Mirdan	49	SMA	4	11	4000
3	A.Hasriani	48	SMA	5	13	2000
4	Umar, S.Sos	50	S1	4	6	1000
5	Ridwan Alim	40	SMA	2	6	6000

Lampiran 2. Penilaian Responden Pada Setiap Indikator Faktor Kekuatan

No	Kekuatan	Responden 1		Responden 2		Responden 3		Responden 4		Responden 5	
		Penilaian kondisi saat ini	Urgensi penanganan								
1	Memiliki pelanggan tetap	4	3	4	3	5	3	3	3	5	3
2	Mudah mendapatkan pakan	4	3	4	3	5	3	2	3	5	3
3	Kualitas yang dihasilkan sesuai standar dan baik	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	Memiliki transportasi yang memadai	2	2	2	2	5	3	2	2	5	3
5	Hubungan dengan konsumen baik	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3

Keterangan : penilaian kondisi saat ini : Angka 1 = sangat kurang
 Angka 2 = kurang
 Angka 3 = cukup
 Angka 4 = baik
 Angka 5 = sangat baik

Urgensi penanganan : Angka 1 = tidak urgen
 Angka 2 = kurang urgen
 Angka 3 = urgen

Lampiran 3. Penilaian Responden Pada Setiap Indikator Faktor Kelemahan

No	Kelemahan	Responden 1		Responden 2		Responden 3		Responden 4		Responden 5	
		Penilaian kondisi saat ini	Urgensi penanganan								
1	Belum terdapat tenaga kerja	1	1	1	1	3	2	1	1	2	2
2	Produksi belum memenuhi permintaan	3	3	2	3	2	3	3	2	1	3
3	Usaha belum memaksimalkan teknologi	1	3	1	2	2	3	1	2	1	2
4	Pencatatan keuangan belum rapi	1	2	1	3	2	3	1	3	1	3
5	Kurangnya lahan u/ pengembangan usaha	1	3	2	3	1	2	2	1	1	3

Keterangan : penilaian kondisi saat ini : Angka 1 = sangat kurang
 Angka 2 = kurang
 Angka 3 = cukup
 Angka 4 = baik
 Angka 5 = sangat baik

Urgensi penanganan : Angka 1 = tidak urgen
 Angka 2 = kurang urgen
 Angka 3 = urgen

Lampiran 4. Penilaian Responden Pada Setiap Indikator Faktor Peluang

No	Peluang	Responden 1		Responden 2		Responden 3		Responden 4		Responden 5	
		Penilaian kondisi saat ini	Urgensi penanganan								
1	Permintaan pasar yang tinggi	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3
2	Kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan gizi terus bertambah	4	3	4	3	3	3	5	3	4	2
3	Kebijakan pemerintah yang mendukung peternakan ayam petelur	4	2	4	2	4	2	5	2	3	2

4	Masih terbukanya peluang karena adanya pelanggan tetap	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3
5	Pengembangan internet yang terjadi dapat meningkatkan penjualan dan sumber pendapatan	2	2	3	2	4	3	3	2	3	2

Keterangan : penilaian kondisi saat ini : Angka 1 = sangat kurang
 Angka 2 = kurang
 Angka 3 = cukup
 Angka 4 = baik
 Angka 5 = sangat baik

Urgensi penanganan : Angka 1 = tidak urgen
 Angka 2 = kurang urgen
 Angka 3 = urgen

Lampiran 5. Penilaian Responden Pada Setiap Indikator Faktor Ancaman

No	Ancaman	Responden 1		Responden 2		Responden 3		Responden 4		Responden 5	
		Penilaian kondisi saat ini	Urgensi penanganan								
1	Adanya peasaing baru disekitar perusahaan	3	2	4	3	4	1	2	3	4	1
2	Kemudahan u/ pindah ke peternak lain jika ditawarkan harga lebih murah	5	1	4	2	4	1	4	2	4	1
3	Penyakit yang sering menyerang ayam petelur	2	3	1	3	2	3	1	3	1	3

4	Fluktuasi harga, baik harga pakan, obat-obatan maupun telur itu sendiri	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3
5	Sering adanya keluhan dari masyarakat sekitar, karena bau tak sedap dari peternakan ayam petelur	5	1	4	1	5	1	5	1	2	3

Keterangan : penilaian kondisi saat ini : Angka 1 = sangat kurang
 Angka 2 = kurang
 Angka 3 = cukup
 Angka 4 = baik
 Angka 5 = sangat baik

Urgensi penanganan : Angka 1 = tidak urgen
 Angka 2 = kurang urgen
 Angka 3 = urgen

Lampiran 6. Gambar Lokasi Penelitian



