

Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran Peternakan Ayam Broiler PT Unggas Taat Bersinar Kalipucang Pangandaran

Determination of Alternative Broiler Farming Marketing Strategies in PT Unggas Taat Bersinar Kalipucang Pangandaran

Yogastian Perdana¹, Megaria Agustin¹, Iqbal Zaky Permana¹, Wiliantika¹, Anita Fitriani², Bambang Kholiq Mutaqin^{3*}

¹Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran PSDKU Pangandaran

²Departemen Sosial Ekonomi Pembangunan Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran

³Departemen Nutrisi Ternak dan Teknologi Pakan, Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran

Abstrak

Pengamatan ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam peternakan ayam broiler serta merumuskan alternatif strategi pengembangan peternakan ayam broiler di Desa Emplak Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran. Pengamatan dilakukan di peternakan ayam broiler di Desa Emplak dengan cara survey langsung. Analisis data yang digunakan yaitu analisis matrik SWOT dan dilanjutkan dengan analisis QSPM. Berdasarkan hasil pengamatan diketahui bahwa saluran distribusi pemasaran ayam broiler di Desa Emplak hanya terdapat satu pola pemasaran yaitu PT UTB → Broker → Pasar Becek → Konsumen. Hasil analisis matrik SWOT yang diperoleh yaitu strategi (WO) yaitu membuka rekrutmen pegawai untuk mempermudah manajemen pemeliharaan dan meningkatkan kualitas SDM dengan mengadakan pelatihan pada pegawai, selain itu terdapat pula strategi (WT) yaitu diperlukan upaya untuk memaksimalkan produksi ayam broiler yang sudah ada dan meminimalisir mortalitas pada saat musim-musim tertentu. Pada hasil analisis QSPM diperoleh alternative strategi 3 yaitu peningkatan faktor kunci internal meliputi mempertahankan kemitraan dan memaksimalkan faktor produksi, sedangkan faktor kunci eksternal meliputi pembukaan lapangan kerja untuk memaksimalkan produksi dalam memenuhi kebutuhan pasar yang semakin meningkat.

Kata Kunci: strategi pemasaran, ayam broiler, saluran pemasaran, matrik SWOT, QSPM.

Abstract

This observation aims to determine marketing channels, analyze the factors of strengths, weaknesses, opportunities and threats in broiler chicken farms and formulate alternative strategies for developing broiler chicken farms in Emplak Village, Kalipucang District, Pangandaran Regency. Observations were made at broiler farms in Emplak Village by direct observation and interviews. The data analysis used was SWOT matrix analysis and continued with QSPM analysis. Based on observations, it is known that the marketing distribution channel for broiler chickens in Emplak Village has only one marketing pattern, namely PT UTB → Broker → Pasar Muddy → Consumer. The results of the SWOT matrix analysis obtained are strategy (WO), namely opening employee recruitment to facilitate maintenance management and improve the quality of human resources by conducting training for employees, besides that there is also a strategy (WT), namely efforts are needed to maximize existing broiler production and minimize mortality during certain seasons. The results of the QSPM analysis obtained alternative strategies 3, namely increasing internal key factors including maintaining partnerships and maximizing production factors, while external key factors include opening jobs to maximize production in meeting increasing market needs.

Keywords: marketing strategy, broiler chickens, marketing channels, SWOT matrix, QSPM.

PENDAHULUAN

Salah satu komoditas yang menjadi sumber protein hewani yaitu ayam broiler atau ayam pedaging. Harga yang murah dan rasa yang nikmat menjadi alasan ayam menjadi komoditas yang banyak digemari masyarakat. Ayam broiler merupakan ayam hasil persilangan dari ras-

ras ayam yang memiliki produktivitas tinggi pada dagingnya, sehingga ayam broiler dapat tumbuh cepat dan menghasilkan daging dengan cepat jika dibandingkan dengan ayam jenis lain. Kelebihan dari ayam pedaging diantaranya yaitu badan yang besar, ukuran dada lebar, padat, dan berisi, efisiensi pakan yang baik, pertumbuhan yang cepat, dan daging yang empuk. Sedangkan

kekurangan dari ayam pedaging yaitu perlunya pemeliharaan yang intensif, cermat, dan teliti (Kartasudjana dan Suprijatna, 2006).

Usaha peternakan ayam broiler yang banyak dilakukan peternak ada dua jenis yaitu usaha secara mandiri dan usaha kemitraan. Usaha peternakan ayam broiler yang dijalankan secara mandiri cenderung mengalami kendala seperti kurangnya dalam penguasaan modal, rendahnya kompetensi dalam penggunaan teknologi, kurangnya pengetahuan terhadap pasar dan aksesnya, harga yang tidak menentu dan margin usaha yang rendah. Kendala tersebut dapat di atasi jika peternak menjalankan usaha peternakan ayam broiler dengan kemitraan (Harianto, 2019). Kemitraan tersebut dapat memberikan keuntungan bagi peternak dengan memberikan input produksi, bimbingan teknis pemeliharaan ayam pedaging dan pembelian produk. Karakteristik petani mitra dan petani mandiri tidak jauh berbeda (Pribadi, 2013).

Peternakan yang dijalankan dengan sistem kemitraan yaitu usaha peternakan yang dijalankan dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain (kemitraan) dengan adanya perjanjian yang disepakati oleh kedua belah pihak (Yuliari, dkk, 2021). Salah satu perusahaan yang menjalankan sistem kemitraan yaitu PT Unggas Taat Bersinar (UTB) Gombang yang merupakan cabang dari PT Intertama Trikencana Bersinar (ITB). Bapak Tuyo selaku peternak yang menjalin kerjasama dengan PT UTB yang menjadi narasumber. Peternakan milik bapak Tuyo berlokasi di Dusun Karang Tawang RT 19 RW 06 Desa Emplak Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran. Populasi ayam broiler setiap periode yaitu 3.000 ekor.

METODOLOGI

Pengamatan ini dilakukan menggunakan metode survey langsung pada usaha ternak ayam broiler yang berlokasi di Desa Emplak Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran. Pengamatan dilakukan dengan cara pengamatan dan wawancara langsung. Analisis data yang diperoleh dengan digunakan yaitu analisis SWOT (Astuti dan Ratnawati, 2020) dan dilanjutkan dengan analisis Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) (Sitorus, dkk., 2023) dengan mengevaluasi IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (Eksternal Factor Evaluation) (Kurniawan dkk., 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilaksanakan di peternakan milik bapak Tuyo yang terletak di Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran. Kabupaten Pangandaran secara astronomis terletak pada 108°8'0" - 108°50'0" BT dan 7°24'0" - 7°54'20" LS (Hartati dkk., 2021), sedangkan secara geografis Kabupaten Pangandaran didominasi oleh pantai dengan garis pantainya yang terbentang sepanjang 91 km (Kurniasih dkk., 2020). Populasi ayam broiler setiap periode yaitu 3.000 ekor yang dilakukan secara kemitraan.

Ayam Ras Pedaging

Menurut Simanjuntak (2018), ayam yang dimanfaatkan dagingnya disebut ayam ras pedaging atau broiler. Ayam pedaging dipergunakan produksi dagingnya untuk dijadikan suatu usaha dalam rangka memenuhi permintaan pasar. Ayam pedaging memiliki pertumbuhan yang cepat, kualitas daging yang berserat lunak, dan dapat dipotong pada umur sekitar 4 minggu (Ulupi dkk., 2018).

Permintaan dan Penawaran

Harga daging ayam di pasaran sering kali mengalami fluktuasi. Fluktuasi harga tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor. Berdasarkan hasil penelitian Maulana dan Safarida (2021), harga daging ayam dipengaruhi oleh jumlah permintaan dan penawaran barang, jumlah stok daging ayam, jumlah penduduk dan jenis pasar, dan harga barang itu sendiri.

Kenaikan harga daging ayam dapat pula disebabkan oleh adanya hari keagamaan seperti Idul Fitri, Natal, atau pun hari besar seperti Tahun Baru. Kenaikan harga tersebut akan diikuti dengan kenaikan harga komoditas lainnya seperti telur, kecap, dan minyak goreng (Mahendra dkk., 2021).

Harga daging ayam pun dapat mengalami kenaikan yang diakibatkan dari segi hulu peternakan atau produksi nya. Faktor-faktor yang menyebabkan kenaikan harga ayam diantaranya adalah penurunan produktivitas ayam yang diakibatkan oleh pemeliharaan atau cuaca ekstrim dan penurunan suplai ke pasaran (Maulana dan Safarida, 2021).

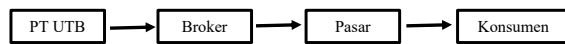
Pola Kemitraan

Pola Kemitraan pada peternakan milik bapak Tuyo adalah pola kemitraan inti dan plasma. Mahardika dkk. (2020) menyatakan bahwa peternak ayam pedaging biasanya melakukan pola kemitraan inti dan plasma dengan suatu kontrak. Peternakan milik bapak Tuyo bermitra dengan PT. Unggas Taat Bersinar (PT. UTB), dimana PT. ITB menyediakan bibit DOC, obat, pakan, dan vaksin. Hasil produksi dari peternakan dipasarkan kembali ke PT. ITB, pendapatan hasil produksi diperoleh dari harga jual ayam dipotong harga beli sarana produksi ternak.

Harga beli sarana produksi ternak dan harga jual produksi ayam sudah tertera didalam kontrak. Sehingga, semakin baik produksi ayam maka pendapatan pun akan semakin besar. Hal ini sesuai dengan pendapat Suryanti dkk. (2019), bahwa saat produksi ternak tinggi maka pendapatan peternak akan semakin besar, begitupun sebaliknya.

Saluran Pemasaran

Pemasaran ayam broiler dari peternakan milik bapak Tuyo dikelola oleh PT UTB (mitranya), yang mana PT UTB sudah memiliki saluran pemasaran yang disajikan Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran

Dari bagan yang tertera di atas menunjukkan saluran pemasaran yang dijalankan oleh PT UTB. PT UTB menjual ayam pada broker atau bakul dengan harga Rp 14.000/kg lalu broker/bakul menjual kembali ke pasar becek dengan harga Rp. 17.000/kg (margin Rp.3.000). Pasar becek menjual ayam yang telah dipotong ke konsumen dengan harga Rp 19.000/kg (Margin Rp 2.000).

Berdasarkan gambaran di atas dapat ditentukan Farmer's share nya yaitu sebagai berikut:

$$\text{Farmers share} = \frac{\text{Harga Jual Peternak}}{\text{Harga Jual Pasaran}} \times 100\%$$

$$\text{Farmers share} = \frac{14.000}{19.000} \times 100\% = 73,68\%$$

Jika dilihat dari hasil perhitungan farmer's share di atas dengan hasil 73,68% menunjukkan bahwa PT UTB mendapat keuntungan karena nilai dari farmer's share di atas 50% sesuai dengan pernyataan (Erzal, 2015).

Matrik SWOT

Berdasarkan hasil survey ke peternakan milik bapak Tuyo, dapat disusun sebuah matriks SWOT untuk membantu perumusan strategi WO, SO, WT, dan ST. Hasil analisis matriks SWOT disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Strategi Pemasaran dengan Analisis Matrik SWOT

	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Faktor Internal	1. Modal sendiri untuk bangunan kandang 2. Memiliki lahan 3. Lokasi kandang yang mudah dilalui transportasi 4. Memiliki ijin usaha 5. Bermitra dengan PT. ITB 6. Pemasaran diserahkan kepada PT. ITB	1. Belum memiliki pengalaman usaha di bidang ini sebelumnya 2. Pelaksanaan dikerjakan sendiri tanpa bantuan pegawai 3. Produksi ayam broiler belum maksimal 4. Tidak ada standar penerimaan tenaga kerja 5. Tidak ada struktur organisasi
Faktor Eksternal	7. Kebutuhan obat- obatan, pakan dan DOC disediakan dari PT. ITB	
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategy S-O	Strategy W-O
1. Membuka lapangan pekerjaan 2. Pertumbuhan industri perunggasan yang tinggi 3. Kebutuhan pasar yang semakin meningkat	1. Meningkatkan kualitas kandang (S1, S2, S3, S4, O1, O2, O3) 2. Menambah kapasitas populasi (S1, S2, S3, S4, O1, O2, O3)	1. Mulai membuka rekrutmen pegawai untuk mempermudah manajemen pemeliharaan (W2, O1, O2, O3) 2. Meningkatkan kualitas SDM dengan mengadakan pelatihan pada pegawai (W1, W3, W4, W5, O1, O2, O3)
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategy S-T	Strategy W-T
1. Terdapat pesaing di daerah tersebut 2. Pendapatan tidak menentu karena mortalitas masih terhitung tinggi saat musim tertentu 3. Produktifitas bergantung pada musim	1. Peningkatan kualitas produk akhir dengan cara meningkatkan kandang menjadi close house dan mengembangkan SDM yang ada (S1, S2, T1, T2, T3) 2. Meningkatkan kualitas produk akhir dengan lebih inovatif (S1, S5, T1)	1. Memaksimalkan produksi dengan menambah tenaga kerja untuk mempermudah manajemen (W2, T1, T2, T3) 2. Menambah hasil produksi dengan meningkatkan kapasitas kandang dan meningkatkan kualitas kandang untuk menurunkan angka mortalitas (W2, W3, T2)

Matrik QSPM

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, maka selanjutnya dilakukan penyusunan analisis alternative strategi pemasaran dengan QSPM. Hasil analisis matriks QSPM disajikan Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2, didapat bahwa hasil strategi terbaik berturut-turut adalah strategi 3, strategi 1, dan strategi 2 dengan nilai keseluruhannya adalah 6,1168; 6,0001; 5,3372. Nilai-nilai dari tiap strategi ini merupakan acuan untuk melaksanakan faktor-faktor kunci yang dirasa penting terlebih dahulu. Nilai TAS (Total Attractiveness Scores) tertinggi pada strategi 3 bagian

faktor internal diantaranya adalah memaksimalkan produksi ayam broiler melalui pemeliharaan yang lebih baik, pembuatan standar penerimaan kerja untuk SDM yang lebih matang, dan memiliki pengalaman yang lebih baik dalam mengatur usaha peternakan. Sedangkan, nilai

TAS tertinggi pada strategi 3 bagian faktor eksternal diantaranya, adalah memenuhi kebutuhan pasar, pendapatan yang masih bergantung pada musim-musim tertentu, dan membuka lapangan pekerjaan.

Tabel 2. Analisis Strategi Pemasaran dengan Analisis QSPM

Faktor Kunci			Bobot	Strategi 1		Strategi 3		Strategi 3	
Faktor Kunci Internal				AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
1	Modal kandang sendiri		0,0875	4	0,35	2	0,175	3	0,2625
2	Ketersediaan lahan yang luas		0,0625	4	0,25	3	0,1875	3	0,1875
3	Lokasi kandang mudah diakses		0,076	3	0,228	2,5	0,19	3	0,228
4	Memiliki izin usaha		0,067	3	0,201	2,8	0,1876	3	0,201
5	Bermitra dengan PT. ITB		0,0685	3	0,2055	2	0,137	4	0,274
6	Pemasaran diserahkan kepada PT. ITB		0,0715	2,5	0,1787	1	0,0715	3	0,2145
7	Penyediaan doc, pakan, dan obat- obatan dari PT. ITB		0,067	2,8	0,1876	2,8	0,1876	3	0,201
8	Belum memiliki pengalaman usaha ayam broiler		0,121	2,5	0,3025	2,5	0,3025	2,5	0,3025
9	Pemeliharaan dijalankan sendiri tanpa pegawai		0,0875	3,1	0,2712	2	0,175	3,5	0,3062
10	Belum maksimalnya produksi ayam broiler		0,1055	3,1	0,327	3,1	0,3279	4	0,422
11	Tidak ada standar penerimaan tenaga kerja		0,1145	2,5	0,2862	3	0,3435	3,5	0,4007
12	Tidak ada struktur organisasi		0,0715	2,5	0,1787	3	0,2145	3	0,2145
TOTAL			1	2,9665		2,498		3,2145	
Faktor Kunci Eksternal									
1	Membuka lapangan pekerjaan		0,154	3,5	0,539	2	0,308	3,3	0,5082
2	Pertumbuhan industri perunggasan yang tinggi		0,165	3	0,495	2,8	0,462	2,8	0,462
3	Kebutuhan pasar yang semakin meningkat		0,181	3	0,543	3	0,543	3,2	0,5792
4	Terdapat pesaing di daerah tersebut		0,1585	2,5	0,3962	2	0,317	3	0,4755
5	Mortalitas dipengaruhi cuaca		0,1575	3	0,4725	3	0,4725	2,3	0,3622
6	Pendapatan bergantung pada musim		0,184	3,2	0,5888	4	0,736	2,8	0,5152
TOTAL			1	3,0345		2,8385		2,9023	
TOTAL NILAI DAYA TARIK				6,0001		5,3372		6,1168	

Penentuan Strategi

Berdasarkan analisis matriks SWOT pada Tabel 1 didapat bahwa strategi WO yang didapat adalah membuka rekrutmen pegawai untuk mempermudah manajemen pemeliharaan dan meningkatkan kualitas SDM dengan mengadakan pelatihan pada pegawai. Selain itu, berdasarkan pada strategi WT juga didapat bahwa diperlukan upaya untuk memaksimalkan produksi broiler yang sudah ada dan meminimalisir mortalitas pada saat musim-musim tertentu.

Berdasarkan analisis matriks QSPM pada tabel 2 bahwa strategi 3 dengan skor keseluruhan tertinggi menitik beratkan perhatian pada upaya untuk memaksimalkan produksi ayam broiler melalui pemeliharaan yang lebih baik, pembuatan standar penerimaan kerja untuk SDM yang lebih matang, dan pelatihan SDM agar memiliki

pengalaman yang lebih baik dalam mengatur usaha peternakan. Upaya internal yang dilakukan tersebut didukung oleh faktor-faktor eksternal seperti untuk memenuhi kebutuhan pasar, pendapatan peternak yang belum stabil dan masih bergantung pada musim-musim tertentu dikarenakan tingginya mortalitas saat cuaca ekstrim, serta untuk membuka lapangan pekerjaan.

KESIMPULAN

Saluran pemasaran pada PT UTB memiliki 2 saluran pemasaran yaitu broker atau bakul dan pasar becek. Setelah melewati proses analisis SWOT dan QSPM dapat disimpulkan bahwa strategi usaha yang patut dilaksanakan, yaitu alternatif strategi 3 dengan skor keseluruhan tertinggi yaitu peningkatan faktor kunci internal meliputi mempertahankan kemitraan dan memaksimalkan faktor produksi, sedangkan faktor kunci

eksternal meliputi pembukaan lapangan kerja untuk memaksimalkan produksi dalam memenuhi kebutuhan pasar yang semakin meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH (OPSIONAL)

Ucapan terima kasih kepada bapak Tuyo selalu pemilik Peternakan PT Unggas Taat Bersinar (UTB) Gombang yang telah memberikan kesempatan untuk dilaksanakan pengamatan dan memberikan informasi tentang peternakannya, sehingga diperoleh hasil berupa alternatif strategi pemasaran untuk peternakan ayam broiler disekitar wilayah Pangandaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A.M.I. dan S. Ratnawati.2020. Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2):58-70
- Erzal, T. D. M. F. 2015. Analisis Saluran, Margin, dan Efisiensi Pemasaran Itik Lokal Pedaging. Pedaging Pada Pola Kemitraan (Sustainability Of Broiler Farming On Partnership Pattern). *Jurnal Pangan*, Vol. 28 No. 3.
- Harianto, P.S. 2019. Perbandingan Pendapatan dan Efisiensi usaha Peternakan Ayam Potong pada Berbagai Pola Usaha di Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Ilmu Pertanian*, 31(2):122-135.
- Hartati, S., Bayu, K., Mustari, E., dan Karim, E. 2021. Pemberdayaan Perempuan Nelayan Melalui Metode Community Based Participatory Action (Studi Kasus Perempuan Nelayan Desa Pangandaran, Jawa Barat). *Sarwahita*. 18(1):91-105.
- Kartasudjana, R. dan E. Suprijatna. 2006. *Manajemen Ternak Unggas*. Penebar Swadaya, Jakarta
- Kurniasih, I., Nurhayati, A., Dewanti, L. P., dan Rizal, A. 2020. *Marine Tourism Potential In Pangandaran*
- Kurniawan, N.E., B.R.T. Putri, dan I.W. Sukanta. 2016. Strategi Pemasaran Daging Ayam Broiler Rendah Lemak dan Kolesterol. *Jurnal Peternakan Tropika*, 4(3), 724-741.
- Mahardika, C. B. D. P., Pello, W. Y., dan Pallo, M. 2020. Performa Usaha Kemitraan Ayam Ras Pedaging. *Partner*. 25(1):1270-1281.
- Mahendra, R., Azriani, Z., dan Kahirati, R. 2021. Analisis Permintaan dan Penawaran Daging Ayam Broiler Di Sumatera Barat. *JAS (Jurnal Agri Sains)*. 5(2):117-123.
- Maulana, A., dan Safarida, N. 2021. Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong Di Pasar Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. 3(2):173-198.
- Pribadi, K.L. 2013. Analisis Pelaksanaan Kemitraan Ayam Broiler pada CV. Barokah dan Pendaptan Antara Peternak Mitra dan Peternak Mandiri di Kabupaten Bogor. *Institut Pertanian Bogor*
- Simanjuntak, M. C. 2018. Analisis Usaha Ternak Ayam Broiler Di Peternakan Ayam Selama Satu Kali Masa Produksi. *Jurnal Fapertanak: Jurnal Pertanian dan Peternakan*, 3(1):60-81.
- Sitorus, H.W., Aviantara, I.G.N.A., dan Pudja, I.A.R.P. 2023. Analisis Strategi Pemasaran dengan Metode SWOT dan QSPM Pada PT Wedhatama Sukses Makmur, Singaraja, Bali. *Jurnal BETA*, 11(2), 233-240
- Suryanti, R. Sumardjo, Syahyuti dan P. Tjitropranoto. 2019. Keberlanjutan Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging pada

Pola Kemitraan. *Pangan*, 28(3):213-226.

Ulupi, N., H. Nuraini, J. Parulian, Q. Kusuma. 2018. Karakteristik Karkas dan Non Karkas Ayam Broiler Jantan dan Betina pada Umur Pemotongan 30 Hari. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, 6(1): 1-5

Yuliari, DAP., I.K. Suamba, IAL. Dewi. 2021. Analisis Pola Kemitraan Peternak Ayam Broiler dengan PT. Mitra Sinar Jaya di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 10(2): 434-443.