

Analisis Strategi Pemasaran Peternakan Ayam Ras Petelur Zoeya Berkah Di Kelurahan Nalu Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli

Satria^{1*}, Marhayani¹

¹*Program Studi Peternakan, Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Mujahidin Tolitoli*

Jl. Samratulangi No. 51 Kelurahan Tuweley Kabupaten Tolitoli

E-mail : riabilal07@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan agribisnis menjadi salah satu potensi dalam mensejahterakan masyarakat, misalnya kegiatan peternakan ayam petelur. Keberlanjutan kegiatan peternakan ayam petelur harus dianalisis untuk mengantisipasi berbagai tantangan dan masalah yang kemungkinan dialami oleh peternak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT) peternakan ayam petelur Zoeya Berkah di Kabupaten Tolitoli dan menentukan strategi yang paling tepat untuk diterapkan. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan deskriptif. Data yang diperoleh merupakan hasil dari wawancara (data primer). Penelitian dilaksanakan di Peternakan Zoeya Berkah yaitu milik Ibu Veybi Septian di Desa Nalu, Kabupaten Tolitoli. Hasil penelitian menunjukkan Peternakan Zoeya Berkah berada pada posisi kuadran I (agresif), artinya posisi tersebut menunjukkan posisi duduk keadaan stabil, dimana jeda ini memiliki kekuatan dan peluang yang kuat. Tinggi. Strategi yang harus diterapkan kunci ini adalah memperluas wilayah pemasaran hingga ke luar kota, menetapkan standar kualitas produk telur, karyawan senantiasa berinteraksi dengan masyarakat sekitar, dan selalu mencari inovasi agar ayam petelur tidak tertinggal dalam hal pemasaran telur dan membina hubungan baik dengan pelanggan potensial serta konsumen yang ada.

Kata Kunci: Analisis SWOT, ayam ras petelur, strategi pemasaran

ABSTRACT

Agribusiness activities are one of the potentials for the welfare of society, for example, laying hens. The sustainability of laying hen farming activities must be analyzed to anticipate various challenges and problems that may be experienced by breeders. This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT analysis) of Zoeya Berkah's laying hens in the Tolitoli Regency and the most appropriate strategy to implement. This research was conducted using qualitative and descriptive methods. The data obtained is the result of interviews (primary data). The research was conducted at Zoeya Berkah Animal Husbandry, owned by Mrs. Veybi Septian, in Nalu Village, Tolitoli Regency. The results showed that Zoeya Berkah Animal Husbandry was in quadrant I (aggressive) position, indicating a stable sitting position, where this pause had strong strengths and opportunities. Tall. The strategy that must be implemented for this key is to expand the marketing area outside the city, set quality standards for egg products, employees always interact with the surrounding community, and always seek innovation so that laying hens are not left behind in terms of marketing eggs and maintain good relations with potential customers and consumers. Which exists.

Keywords : SWOT analysis, marketing strategy, laying hens

PENDAHULUAN

Pengembangan sektor peternakan dilakukan dengan metode pendekatan yang disertai dengan kegiatan agribisnis. Potensi kegiatan peternakan dapat menjawab berbagai tantangan ekonomi masyarakat serta mendukung kesejahteraan masyarakat (Sulastri, 2013). Kegiatan usaha peternakan adalah sebuah usaha untuk melakukan berkembang biakan suatu ternak baik itu perusahaan ataupun peternakan rakyat, yang diselenggarakan dalam waktu yang teratur dan dalam jangka waktu yang cukup lama, bertujuan untuk mendapatkan keuntungan baik sebagai usaha sampingan maupun usaha komersial, baik dalam menghasilkan telur,

bibit, susu, ataupun daging dan juga memasarkan produk hasil ternak (Yuniarti, 2020). Meningkatnya pembangunan usaha peternakan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan produksi ternak, cara ini mendorong agar peternak dapat bersaing secara lokal, nasional, maupun internasional.

Kegiatan bidang peternakan adalah salah satu kegiatan penyedia protein hewani yang menjadi kebutuhan pangan masyarakat. Perkembangan diberbagai sektor dimasyarakat menjadi tuntutan dalam pemenuhan protein hewani, baik berupa daging, telur maupun susu. Makanan yang mengandung protein hewani akan menjadikan masyarakat mudah dalam memahami dan menangkap materi pembelajaran di dunia pendidikan. Protein hewani yang dinilai memiliki nilai ekonomi yang terjangkau salah satunya adalah telur ayam (Wibowo 2019).

Bidang peternakan ayam petelur perlu penanganan serius agar masyarakat mampu memanfaatkan usaha ini dalam meningkatkan kesejahteraan. Kegiatan pemasaran usaha peternakan menjadi salah satu kunci dalam mendukung perkembangan dan keberhasilan peternakan ayam. Usaha ini memiliki berbagai tantangan misalnya fluktuasi harga yang berubah-ubah, fasilitas yang produksi yang belum tersedia dengan baik. Selain itu, harga pakan yang tidak stabil, serangan penyakit, persaingan usaha juga menjadi tantangan dalam usaha peternakan ayam. Berbagai strategi yang dilakukan masyarakat dalam menghadapi berbagai tantangan ini sehingga mampu bertahan dalam usaha ini (Ariska dan Pravitasari, 2022).

Pada bulan Juli 2021, pemasaran awal yang dilakukan oleh Peternakan Zoeya Berkah adalah berkunjung langsung para retailer atau kios-kios kecil untuk mempromosikan telur ayam yang mereka hasilkan, hingga saat ini di tahun 2022 Peternakan Zoeya Berkah telah menerima orderan dari berbagai tempat. Keberlanjutan kegiatan usaha peternakan telur ayam dapat dilakukan dengan lebih awal menganalisis berbagai tantangan kedepannya. Strategi pembuatan analisis SWOT akan menjadi keunggulan dalam mendukung keberlanjutan usaha sebab telah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi pelaku usaha.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Peternakan Ayam Ras Petelur Zoeya Berkah Kelurahan Nalu Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli dengan pemilik bernama Ibu Veybi Septian Nur. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive). Kegiatan penelitian ini dilaksanakan secara kualitatif yaitu penelitian yang memberikan gambaran atau fakta-fakta yang ada di lapangan atau menjelaskan objek sesuai dengan apa adanya yang dapat berupa analisis.

Penelitian ini dilakukan dengan 2 cara yaitu observasi dan wawancara. Data primer dan sekunder merupakan sumber data utama penelitian ini dalam menemukan strategi pemasaran telur ayam dengan menggunakan metode SWOT. Kegiatan wawancara yang dilakukan pada informan merupakan data primer. Informan adalah pemilik dan karyawan Peternakan Ayam Petelur Zoeya Berkah. Informasi dari artikel ilmiah, buku merupakan data sekunder. Analisis SWOT dilakukan berdasarkan hasil observasi langsung pada informan yang dilakukan melalui wawancara terkait pemasaran telur ayam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kekuatan utama dari usaha peternakan ini adalah hubungan peternakan dengan konsumen sangat baik, dan memiliki konsumen yang tetap, dan memiliki kualitas telur yang cukup baik (skor 0,44). Sehingga peternakan ini harus terus mampu mempertahankan kekuatan yang dimilikinya dan terus mengikuti perkembangan

teknologi yang ada dan dapat selalu mengantisipasi terhadap hal atau masalah kedepannya. Kelemahan kegiatan usaha pemasaran telur ayam adalah belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pelanggan, sehingga untuk mempertahankan konsumen tetapnya, peternakan ini mendatangkan telur dari peternakan lain, strategi ini dilakukan agar pelanggan tidak mudah berpindah ke peternakan lain karena tingkat permintaan telur yang cukup tinggi pada peternakan Zoeya Berkah.

Tabel 1. IFE (Internal Factor Evaluation)

No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
A. Kekuatan				
1	Hubungan peternakan dengan konsumen sangat baik	0,111	4	0,444
2	Pemasaran menggunakan sosial media yang ada	0,089	3	0,267
3	Memiliki konsumen yang tetap	0,111	4	0,444
4	Kualitas telur ayam cukup baik	0,111	4	0,444
5	Lokasi peternakan yang mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar	0,089	3	0,267
6	Informasi seputar pemasaran ayam ras petelur mudah didapatkan	0,089	3	0,267
7	Sumber daya manusia	0,111	4	0,444
8	Manajemen Pemasaran yang cukup baik	0,089	3	0,267
Sub Total		0,778		2,667
B. Kelemahan				
1	Belum memenuhi kebutuhan pelanggan	0,089	3	0,267
2	Alat transportasi belum maksimal	0,067	2	0,133
3	Konsep bisnis yang digunakan sudah pernah ada atau mudah dilakukan oleh orang lain	0,067	2	0,133
Sub Total		0,222		0,533
Total Internal		1		3,2

Berdasarkan hasil perhitungan EFE (Tabel 2) menunjukkan pembobotan faktor-faktor eksternal sehingga dapat diketahui bahwa peluang yang sangat berpengaruh dari usaha peternakan ayam petelur ini adalah permintaan telur yang tinggi (skor 1) dan selalu meningkat serta tidak adanya produk pengganti telur ayam ras yang berpengaruh secara signifikan (skor 0,526). Sedangkan ancaman terbesar dari usaha peternakan ini adalah terdapat pesaing dari peternakan lain (skor 0,316). Meskipun permintaan terhadap telur ayam tinggi dari konsumen, dan berarti akan selalu ada pembeli untuk produk yang dihasilkan, namun jika terdapat pesaing dari peternakan lain, maka sebaiknya peternakan Zoeya Berkah terus mempertahankan standar kualitas dari telur ayamnya dan menjaga hubungan baik antara peternakan dengan konsumennya.

Tabel 2. External Factor Evaluation (EFE)

No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
A. Peluang				
1	Kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan gizi bertambah tinggi	0,132	4	0,526
2	Telur ayam menjadi makanan pokok	0,079	2	0,158
3	Permintaan telur yang tinggi	0,250	4	1,000
4	Tidak ada produk pengganti telur ayam yang berpengaruh secara	0,132	4	0,526

	signifikan			
5	Tingkat pendapatan masyarakat dan gaya hidup yang tinggi	0,105	3	0,316
6	Perkembangan teknologi yang makin mendukung usaha peternakan	0,105	3	0,316
Sub Total		0,803		2,842
B. Ancaman				
1	Terdapat pesaing dari peternakan lain	0,105	3	0,316
2	Kemudahan pelanggan untuk pindah ke Peternakan lain cukup tinggi	0,079	2	0,158
3	Bayaknya telur yang datang dari luar kota	0,079	2	0,158
4	Fluktuasi harga	0,079	2	0,158
Sub Total		0,342		0,789
Total Eksternal		1		2,316

Ada 4 jenis kegiatan yang dapat dilakukan untuk keberlanjutan usaha peternakan ayam petelur berdasarkan analisis SWOT yaitu (Rangkuti, 2018) :

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), yaitu strategi dimana perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.
2. Strategi S-T (*Strengths-Threats*), yaitu strategi yang dibuat dengan mempertimbangkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman yang ada.
3. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*), yaitu strategi dimana perusahaan berusaha mengatasi kelemahannya dengan memanfaatkan peluang yang ada.
4. Strategi W-T (*Weakness-Threats*), yaitu strategi dimana perusahaan melakukan pertahanan dengan tujuan utama untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.



Gambar 1. Diagram Matriks SWOT (Rangkuti, 2018)

Berdasarkan analisis diagram matriks SWOT di atas, Peternakan Zoeya Berkah berada pada kuadran I yaitu kuadran agresif, yang berarti Zoeya Berkah Farms berada pada posisi yang sangat baik untuk memanfaatkan semua kekuatan internalnya untuk memanfaatkan banyak peluang eksternal, mengatasi beberapa kelemahan internal, dan menghindari ancaman eksternal. Oleh karena itu strategi yang dapat diambil diantaranya memperluas daerah pemasaran dimana peternakan Zoeya Berkah memiliki kekuatan dalam memasarkan produk mereka dan peluang dimana masyarakat memiliki kesadaran yang tinggi terhadap gizi, hal ini sangat berpengaruh dalam memperluas wilayah pemasaran dan diharapkan peternakan dapat memasarkan telur hingga keluar kota, adapun strategi lain yaitu pemilik perusahaan atau karyawan selalu berintraksi dengan masyarakat sekitar dan selalu mencari inofasi baru agar peternakan ayam petelur tidak ketinggalan dalam hal pemasaran, serta membina hubungan yang baik dengan calon konsumen maupun konsumen yang sudah ada dan strategi lain tentunya mempertahankan standar kualitas untuk produk telurnya.

Tabel 3. Analisis Strategi dengan Menggunakan Matriks SWOT (Rangkuti, 2018)

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan peternakan dengan konsumen sangat baik 2. Pemasaran menggunakan sosial media yang ada 3. Memiliki Konsumen yang tetap 4. Kualitas telur ayam cukup baik 5. Lokasi peternakan yang mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar 6. Informasi seputar pemasaran ayam ras petelur mudah didapatkan 7. Sumber daya manusia 8. Manajemen Pemasaran yang cukup baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum memenuhi kebutuhan pelanggan 2. Alat transportasi belum maksimal 3. Konsep bisnis yang digunakan sudah pernah ada atau mudah dilakukan oleh orang lain
Peluang (Opportunity)	Strategi <i>SO</i>	Strategi <i>WO</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan gizi bertambah tinggi 2. Telur ayam menjadi makanan pokok 3. Permintaan telur yang tinggi 4. Tidak ada produk pengganti telur ayam yang berpengaruh secara signifikan 5. Tingkat pendapatan masyarakat dan gaya hidup yang tinggi 6. Perkembangan teknologi yang makin mendukung usaha Peternakan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas daerah Pemasaran 2. Pemilik Perusahaan atau karyawan selalu berinteraksi dengan masyarakat disekitar 3. Selalu mencari inofasi baru agar peternakan ayam petelur tidak ketinggalan dalam hal pemasaran 4. Menetapkan standar kualitas untuk produk telurnya 5. Membina hubungan yang baik dengan calon konsumen maupun konsumen yang sudah ada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan jumlah produksi 2. Merencanakan pemasaran dengan sebaik mungkin 3. Pembagian jatah telur yang baik kepada masing-masing pembeli
Ancaman (Threat)	Strategi <i>ST</i>	Strategi <i>WT</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pesaing dari peternakan lain 2. Kemudahan pelanggan untuk pindah ke Peternakan lain cukup tinggi 3. Banyaknya telur yang datang dari luar kota 4. Fluktuasi harga 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas telur 2. Membina hubungan yang baik dengan calon konsumen maupun konsumen yang sudah ada. 3. Menentukan startegi penjualan telur dengan tepat apakah akan dijual setiap hari atau ditahan terlebih dahulu. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan konsumen dengan mendatangkan telur dari peternakan lain 2. Meningkatkan transportasi dari roda dua menjadi roda empat agar memudahkan dalam hal pemasaran maupun aktivitas dalam peternakan 3. Memperdayakan masyarakat sekitar

Dari matriks SWOT pada Tabel 3 di atas, diperoleh beberapa strategi penting yang juga dapat digunakan dalam usaha peternakan ayam petelur Zoeya Berkah yaitu meningkatkan jumlah produksi, merencanakan pemasaran dengan sebaik mungkin, meningkatkan transportasi dari roda dua menjadi roda empat, agar memudahkan dalam hal pemasaran maupun aktivitas dalam usaha peternakan, dan memperdayakan masyarakat sekitar. Kualitas dan kuantitas peternakan ayam petelur Zoeya merupakan suatu strategi dalam mendukung keberhasilan menjalankan usaha peternakannya.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa Peternakan Zoeya Berkah berada pada posisi kuandran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan tersebut dimana perusahaan tersebut memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, maka strategi yang perlu diterapkan pada perusahaan ini yaitu strategi SO (Strenghts-Opportunities) yaitu memperluas daerah pemasaran, pemilik perusahaan atau karyawan selalu berintraksi dengan masyarakat sekitar, selalu mencari inofasi baru agar peternakan ayam petelur tidak ketinggalan dalam hal pemasaran, serta membina hubungan yang baik dengan calon konsumen maupun konsumen yang sudah ada dan strategi lain tentunya mempertahankan standar kualitas untuk produk telurnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariska H dan Pravitasari D. 2022. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras di Ud. Jaya Makmur Desa Bendosari Blitar. *Jurnal of Economics and Policy Studies*. Vol 03 No.01
- Rangkuti,Freddy. 2018. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sulastri A Kasim, 2013. Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur Pada Perusahaan Bintang Gorontalo Di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo
- Wibowo L.K. 2019. Analisa SWOT Bisnis Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Di Boyolali Jawa Tengah. *Journal of Accounting and Business Studies*. Vol. 4, No. 1.
- Yuniarti S, 2020. Analisis Pendapatan Usaha Pernakan Ayam Ras (Studi Kasus di Kecamatan Tegalombo, Kabupataen Pacitan).