

Vol. 3, No.1, Februari - Juni 2018

ISSN : 2502-4736

Fakultas Pertanian
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG

JURNAL

Tri *Agra*



Jurnal *TriAgra*

Fakultas Pertanian – Universitas Tridinantti Palembang

JURNAL *TriAgra*

Alamat Redaksi : Fakultas Pertanian Universitas Tridinantti Jalan Kapten Marzuki No, 2446 Kamboja Palembang 30129

Telp. 0711-378387

E-mail : pertanian_utp@yahoo.co.id

Jurnal TRIAGRO

FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG

Dewan Redaksi

- Pelindung** : Dr. Ir. Hj. Manisah MP (Rektor)
- Pembina** : Dr. Nasir Sp. M.Si
- Pimpinan Umum** : Miranty Trinawaty SP. M.Si
- Ketua Penyunting** : Prof. Dr. Edizal M.S
- Penyunting Pelaksana** :
- Prof. Dr. Edizal M.S
 - Dr.Ir Faridatul Mukminah M.Sc
 - Dr. Ir Ruarita RK. MP
- Penyunting Ahli** : 1. Dr. Ir. Nurmayulis , MP (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)
2. Dr. Munajat, SP. M.Si (Universitas Baturaja)
- Dewan Redaksi** :
- Ir. Setiawaty MP
 - Ir. Meryanto, M.Si
 - Ir. Rostian Nafery, M.Si
 - Ir. Ursula Damayanti, MP
 - Ir. Ekanovi Aktiva, MM
 - Ir. Hj. Yuliantina Azka, MP
- Distribusi & Website** : Nova Tri Buyana, Sp

DAFTAR ISI

1	RESPON TANAMAN TERONG UNGU (<i>Solanum melongena</i> L.) AKIBAT PEMBERIAN PUPUK ORGANIK CAIR MOL DAUN GAMAL (<i>Gliricidia sepium</i> (Jacq.) Kunth ex Walp.) TERHADAP PERTUMBUHAN DAN HASIL Ir. Busroni Asnawi, M.P; Ir. Rostian Nafery, M.P Ayu Puspita Sari.....	1
2	RESPON PERTUMBUHAN DAN HASIL TANAMAN JAGUNG MANIS (<i>Zea mays saccharat</i> Sturt) AKIBAT PEMBERIAN BERBAGAI DOSIS PUPUK ORGANIK CAIR KOTORAN SAPI Rostian Nafery, Yuliantina Azka, Denaz Alghifari	11
3	KONTRIBUSI WANITA TANI TERHADAP PENDAPATAN USAHATANI KARET DI DESA SUGIRAYA KECAMATAN BABAT TOMAN KABUPATEN MUSI BANYUASIN Gusti Fitriyana	15
4	ANALISIS NILAI TAMBAH UBI KAYU DAN USAHA KERIPIK SINGKONG INDUSTRI RUMAH TANGGA DI DESA TANAH MAS KECAMATAN TALANG KELAPA KABUPATEN BANYUASIN Indrawani Sinoem, Ursula Damayanti.....	21
5	KOMPARATIF PENDAPATAN PETANI ANGGOTA DAN NON ANGGOTA UNIT PENGELOLAAN DAN PEMASARAN BOKAR (UPPB) JAYA BERSAMA DI DESA BIYUKU KECAMATAN SUAK TAPEH KABUPATEN BANYUASIN Nur Azmi, M. Ardi Kurniawan, Dwika Transprasetia.....	34
6	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PT. SUKSES ABADI FARM DI KECAMATAN TALANG KELAPA KABUPATEN BANYUASIN R.A. Umikalsum, Sp., M.Si, Satriansyah.....	47

Pedoman Penulisan Artikel Ilmiah
Jurnal TRIAgro****
Fakultas Pertanian Universitas Tridianti Palembang

1. Jurnal ini direncanakan terbit tiga kali dalam setahun, terbuka untuk umum yang ingin mempublikasikan hasil karyanya. Artikel yang ditulis meliputi hasil penelitian di bidang sains.
2. Semua naskah makalah disertai pernyataan bahwa naskah tersebut belum pernah diterbitkan sebelumnya oleh penerbit lain.
3. Setiap naskah yang diterima akan ditinjau/ditelaah oleh ahli dibidangnya sebelum diterbitkan.
4. Naskah tidak dapat diterima jika mengandung unsur politik, komersialisme dan subjektifitas yang berlebihan.
5. Simbol dan terminologi yang digunakan adalah simbol dan terminologi yang lazim digunakan di bidang keahlian masing-masing.
6. Penulis menyetujui untuk mengalihkan hak ciptanya ke redaksi, jika naskahnya diterima untuk diterbitkan.
7. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris. Minimal 10 halaman dan maksimal 15 halaman, termasuk daftar pustaka dan lampiran : ukuran kertas A4, spasi 1,5, margin kiri 4 cm, margin kanan, atas dan bawah masing-masing 3 cm, menggunakan Times New Roman *Font* 11.
8. Artikel diketik dengan program MS Word, penulis dimohon mengirimkan satu print out dan satu CD yang berisi artikel, cantumkan alamat email dan no telepon/hp penulis untuk keperluan konfirmasi tentang tulisan yang dikirimkan ke redaksi.
9. Artikel dilengkapi :
Abstrak tidak lebih dari 200 kata dengan kata-kata kunci, biodata singkat penulis dan identitas penelitian dicantumkan sebagai cat kaki pada halaman pertama artikel.
10. Penulisan daftar pustaka mengikuti penulisan yang baik dan benar

KATA PENGANTAR

Terima kasih atas berkah Tuhan Yang Maha Kuasa dan Rahmat-Nya, maka Jurnal TriAgro Fakultas Pertanian Universitas Tridianti Palembang ini dapat diterbitkan. Jurnal ini diharapkan dapat menampung informasi dunia pertanian modern dan menyebarkan informasi di lingkup pertanian baik secara umum maupun khusus, penerbitan jurnal ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menampung tulisan-tulisan ilmiah pertanian.

Dewan redaksi mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memerikan bantuan teknis maupun non teknis untuk terbitnya jurnal TriAgro ini. Dewan redaksi sangat mengharapkan partisipasi peneliti untuk menyumbangkan tulisannya ke jurnal TriArgro ini guna menjaga kelancaran penerbitan, yaitu dua kali setahun.

Dewan redaksi mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Saudara yang telah berpartisipasi pada jurnal edisi ini. Semoga Jurnal ini dapat memberikan manfaat kepada Bapak/Ibu/Saudara semuanya.

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PT. SUKSES ABADI FARM DI KECAMATAN TALANG KELAPA KABUPATEN BANYUASIN

R.A. UMIKALSUM, SP., M.Si¹ SATRIANSYAH²

Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas IBA Palembang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada PT. Sukses Abadi Farm dengan melakukan analisis SWOT. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive sampling). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Dari hasil penelitian lapangan dapat dilihat bahwa bauran Pemasaran Usaha Ayam Ras Petelur meliputi produk, harga, promosi dan tempat. Sedangkan analisis SWOT yang dilakukan meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha ternak ayam ras petelur

Kata kunci : Ayam Ras Petelur, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, dimana dapat dilihat dari tumbuhnya perusahaan dengan produk yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Dalam hal ini perusahaan hendaknya mengetahui pasar, dimana produk atau jasa yang di produksi

akan di tawarkan atau di pasarkan. (Husein Umar, 2005)

Bisnis berbasis peternakan merupakan salah satu fenomena yang tumbuh pesat saat basis lahan menjadi terbatas. Peternakan adalah salah satu subsektor di dalam sektor pertanian yang menyimpan potensi dan prospek yang menjanjikan pada masa yang akan datang. Usaha ternak ayam ras petelur menjadi salah satu alternatif dalam bisnis peternakan Indonesia. Selain mampu menyerap tenaga kerja yang banyak, usaha ini juga punya posisi strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui penyediaan protein hewani (Abidin, 2004).

Industri perunggasan ayam ras telah memberikan kontribusi yang besar pada pembangunan petani Indonesia. Industri ini memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan hewani dalam negeri serta memiliki peluang kesempatan kerja. Secara nasional saat ini sumbangan produk domestik bruto (PDB) subsektor peternakan pada pertanian adalah sebesar 12%, sedangkan pada PDB nasional adalah 17%, pada tahun 2004 (Dinas peternakan, 2016).

Menurut Dinas Peternakan (2014), Sumatera Selatan merupakan daerah penghasil telur terbesar kedua setelah Sumatera Utara di luar Pulau Jawa. Hal ini menandakan bahwa usaha peternak ayam ras petelur sudah bisa dikatakan cukup berhasil dikembangkan di Provinsi Sumatera Selatan. Kabupaten Banyuasin merupakan daerah penghasil telur terbesar yang berada di Sumatera Selatan, sebesar 80%.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam

memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran (Sofjan Assauri, 2004).

B. Rumusan Masalah

1. Apa strategi pemasaran yang perusahaan terapkan untuk meningkatkan volume penjualan produk pada PT. Sukses Abadi Farm?
2. Bagaimana mengidentifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman strategi pemasaran perusahaan menggunakan analisis SWOT ?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT Sukses Abadi Farm
2. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman strategi pemasaran pada PT. Sukses Abadi Farm dengan melakukan analisis SWOT

D. Manfaat

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dan referensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi pemasaran.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan khususnya mengenai kebijakan strategi pemasaran di masa yang akan datang.

BAB II. TINJAUAN TEORITIS

a . Pengertian Pemasaran

Pemasaran berasal dari kata pasar atau dapat di artikan pula dalam konteks tradisional “tempat orang jual beli” (Kasmir, 2010). Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi (Sunarto, 2004)

Pemasaran menurut Kothler dan Amstrong adalah sebuah proses sosial manajerial, dimana individu-individu dan kelompok- kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan, melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain (Kotler, 2004)

b. Pengertian Strategi

Strategi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Menurut Swastha strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan (Nurahmi, 2012). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1997) disebutkan bahwa istilah strategi adalah “ suatu ilmu untuk menggunakan sumber daya-sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu. Dengan kata lain strategi yaitu sebuah rencana yang dilakukan untuk mencapai misi perusahaan (Barry, 2001).

c. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi menghadapi persaingan, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi (Assauri, 2007). Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai logika pemasaran yang dengannya unit usaha berharap dapat mencapai tujuapemasarannya (Kotler, 1997). Menurut Tull dan Kahle strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut (Fandy, 2004)

d. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Definisi bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya yang terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarnya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan agar dapat melaksanakan program pemasaran secara efektif (Kotler, 2008)

Menurut Basu Swastha definisi bauran pemasaran (marketing mix) adalah

kombinasi dari 4 variabel atas kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi (Basu Swastha, 2007)

e. Teknik Analisis Strategi

Analisis SWOT Menurut Rangkuti (2006) analisis SWOT adalah suatu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Bertujuan untuk menentukan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh sebab itu lebih mudah tercapai setiap perusahaan dapat mempergunakan teknik analisis SWOT. Menurut Griffin (2004) Analisis SWOT adalah salah satu langkah yang paling penting dalam memformulasikan strategi, dengan menggunakan misi organisasi sebagai konteks, manajer mengukur kekuatan dan kelemahan internal demikian juga kesempatan dan ancaman eksternal.

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di peternakan ayam ras petelur di PT. Sukses Abadi Farm di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive sampling) karena di PT. Sukses Abadi Farm di Kelurahan Sukajadi Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin tersebut

melakukan usaha telur ayam ras. Pengumpulan data di lapangan dilakukan selama 3 bulan.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Kalangi (2003), studi kasus adalah metode riset yang dilakukan pemeriksaan secara mendalam terhadap suatu keadaan atau kejadian yang disebut sebagai kasus dengan menggunakan cara yang sistematis dalam melakukan pengamatan, pengumpulan data, analisis informasi, dan pelaporan hasilnya. Sebagai hasilnya, akan di peroleh pemahaman yang mendalam tentang usaha peternak ayam ras petelur yang menghasilkan telur ayam ras sebagai produk yang dijadikan kasus yang ditelaah secara khusus.

C. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara mewawancarai langsung kepada peternak ayam ras petelur. Sedangkan data sekunder didapat dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Peternakan, Departemen Pertanian dan studi pustaka menyangkut keadaa umum daerah penelitian dan usaha ternak ayam ras di Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin.

D. Metode Pengolahan Data

Data yang diperoleh dilapangan disajikan dalam bentuk tabulasi, kemudian

dianalisis secara matematis dan dijelaskan secara deskriptif, yaitu memaparkan data atau informasi yang diperoleh sehingga didapat hasil yang lengkap dan terperinci

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat

PT. Sukses Abadi Farm merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang peternakan ayam ras petelur mulai dari pemeliharaan, produksi dan pemasaran telur. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1992 oleh Bapak Gunawan beralamat di Kelurahan Sukajadi Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Propinsi Sumatera Selatan. Perusahaan ini memiliki 4 cabang di Kabupaten Banyuasin dan didirikan diatas lahan 5000 m² dan berjarak 15 Km dari pusat kota Palembang dan 20 Km dari Ibu Kota Kabupaten Banyuasin, yaitu Pangkalan Balai. Hal ini sangat mendukung untuk perkembangan ayam karena jauh dari kebisingan yang menimbulkan ayam stres sehingga produktivitas telur yang dihasilkan rendah dan juga tidak menimbulkan pencemaran udara bagi masyarakat sekitarnya PT. Sukses Abadi Farm memproduksi telur ayam dengan mempekerjakan karyawan sebanyak 85 orang, yang terdiri 1 orang komisaris perusahaan, 1 orang direktur perusahaan, 4 orang pengawas cabang setiap 1 orang pengawas cabang membawahi 1 orang bagian administrasi keuangan, 1 orang bagian kesehatan ayam, 1 orang bagian produksi yang membawahi 20 orang untuk

pemeliharaan ayam 1 orang bagian gudang pakan yang membawahi 3 orang untuk pengaduk pakan.

2. Struktur Organisasi perusahaan

PT. Sukses Abadi Farm merupakan perusahaan peternakan ayam dengan struktur organisasi seperti bagan di bawah ini, Usaha dikelola oleh seorang komisaris perusahaan yang di bantu oleh seorang manajer yang membawahi 4 orang kepala cabang, setiap seorang kepala cabang dibantu oleh 4 orang bawahan yang terdiri dari 1 orang bagian administrasi keuangan, 1 orang bagian produksi, 1 orang bagian gudang pakan, 1 orang bagian kesehatan. Perusahaan ini di pimpin oleh Bapak Gunawan yang bertugas mengawasi aktivitas perusahaan, bertanggung jawab atas perusahaan dan kesejahteraan karyawan, membuat keputusan, membimbing, mengawasi dan mengarahkan tenaga kerja. Dalam menjalankan tugas pemimpin dibantu karyawan bagian keuangan dan pembukuan perusahaan. Sedangkan bagian pemasaran bertugas mendistribusikan telur ayam ke pasar dan ke agen agen. Sedangkan bagian produksi bertugas memelihara ayam untuk memproduksi telur mulai dari penyediaan DOC, pakan, sanitasi dan kegiatan pemeliharaan. Sedangkan bagian kesehatan bertugas mengawasi kesehatan ayam.

3. Bauran Pemasaran Usaha Ayam Ras Petelur

Product (produk)

Usaha ayam ras petelur merupakan usaha yang bergerak dibidang peternakan unggas, jenis unggas yang di usahakan adalah ayam ras petelur. Produk yang dihasilkan yaitu telur, digunakan oleh pengusaha untuk melayani masyarakat sekitar tempat usaha dan permintaan pasar di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin pada umumnya.

Price (harga)

Penentuan harga pada usaha ayam ras petelur adalah perdasarkan kesepakatan kerja sama antara pengusaha dengan perusahaan dan pihak ketiga (agen) pada awal priode usaha, hal itu dikarenakan hanya sebagian kecil hasil produksi yang dijual langsung kepada konsumen oleh pengusaha dan hampir secara keseluruhan dijual melalui perusahaan, hal itu dikarenakan adanya ikatan kerja sama dan kesepakatan harga hasil produksi dengan pihak perusahaan. Penjualan langsung hanya dapat dilakukan oleh pengusaha ayam yang memiliki DO (Delivery Order) pada usahanya, sedangkan bagi pengusaha yang terikat kerja sama dengan perusahaan dan tidak memiliki DO (Delivery Order) maka tidak dapat melakukan penjualan langsung. Namun secara garis besar harga produk pada bulan Januari sampai April 2018 berkisar antara Rp. 17.000 hingga Rp. 18.000 per Kg.

Promotion (promosi)

Kegiatan promosi pada usaha ayam ras petelur tidak ada yang khusus. Pemasaran usaha semakin meluas melalui promosi dari satu pelanggan ke pelanggan lainnya. Kondisi tersebut didukung dengan kepuasan pelanggan dengan layanan dan kualitas produk yang ada. Strategi pemasaran yang sejauh ini hanya membina dan mempertahankan hubungan baik dengan para pelanggan (konsumen, agen dan perusahaan). Pendekatan dilakukan oleh seluruh pekerja kepada pelanggan yang merupakan kerjasama tim. Peran pemilik sangat berpengaruh dalam membina kepercayaan ini.

Place (tempat/distribusi)

Kegiatan proses produksi hingga penjualan seluruhnya dilakukan di tempat usaha yang terletak di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin. Sebagian besar pengusaha ayam di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin masih menggunakan prasarana yang sederhana. Hal ini dikarenakan pengusaha tidak melakukan rancangan distribusi secara langsung kekonsumen saat ini, namun pendistribusian hasil produksi melalui pihak ketiga/agen.

4. Analisis SWOT pada Peternak Ayam Ras Petelur

Untuk mengetahui permasalahan apa yang dihadapi oleh peternak ayam ras petelur perlu dilakukan analisis strategis untuk mengetahui strategi yang akan dipakai oleh praktisi usaha peternakan ayam ras petelur, yang harus dilakukan adalah dengan mengidentifikasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) dan ancaman (threat) yang dapat terjadi dalam usaha peternakan ayam ras petelur tersebut.

1. Kekuatan (Strength)

Dua lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan mencakup lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal terdiri atas faktor kekuatan dan kelemahan. Beberapa faktor yang menjadi kekuatan pengembangan usaha ternak ayam ras petelur, sebagai berikut :

- a. Sistem agribisnis peternakan ayam yang sudah mantap, artinya usaha peternakan tidak hanya berada pada tingkat budidaya, tetapi juga adanya industri hulu sebagai penyedia sarana produksi. Dengan demikian telah terdapat dukungan sarana produksi yang tersedia setiap saat, sehingga tidak ada masalah mengenai penyediaan sarana produksi untuk usaha peternakan ayam ras.
- b. Teknologi budidaya ayam ras yang mudah dikuasai oleh masyarakat.
- c. Sistem pemasaran tidak menjadi permasalahan, karena telah terbentuk jalur-jalur distribusi sampai ke berbagai lapisan dan pelosok wilayah.
- d. Adanya hubungan sumber daya lahan yang luas dan jumlah tenaga kerja tersedia merupakan kekuatan pengembangan ayam ras petelur secara nasional.

Kekuatan (Strength) yang ada pada PT. Sukses Abadi Farm adalah : menguasai teknologi budidaya ayam ras petelur, sistem pemasaran yang terjamin karena telah membuka jalur-jalur distribusi ke Ibukota Kabupaten dan Ibukota Provinsi serta mempunyai distributor-distributor dari tingkat kecamatan sampai dengan provinsi, sumberdaya tenaga kerja yang tersedia cukup dengan melibatkan masyarakat sekitar sebagai pekerja dan di daerah sekitar PT. Sukses Abadi Farm masih banyak terdapat masyarakat yang belum bekerja sehingga masih banyak peluang kerja untuk memperluas usaha serta mengembangkan usaha yang telah dilakukan.

2. Kelemahan (Weakness)

Beberapa faktor yang menjadi kelemahan dalam usaha ternak ayam ras petelur adalah sebagai berikut.

- a. Usaha peternakan ayam ras petelur seringkali dihadapkan pada harga input produksi tinggi, sedangkan harga output produksi yang rendah. Kondisi margin yang semakin rendah (rasio harga 1 kg telur dengan 1 kg pakan sama dengan 2,5-3:1, dibandingkan dengan tahun 80-an dapat mencapai 4-5 :1), oleh karena rasio harga telur dengan harga pakan yang semakin tinggi.
- b. Adanya resiko dan kondisi ketidakpastian yang relatif tinggi baik dari aspek teknis maupun finansial karena produksi sangat sensitif terhadap perubahan lingkungan sementara keuntungan sangat sensitif terhadap perubahan harga.
- c. Adanya permintaan konsumen yang fluktuatif dari hari ke hari karena telur termasuk bahan makanan yang substituf.
- d. Pada umumnya kualitas produk belum mencapai standar internasional, sehingga kemampuan untuk ekspor sangat lemah.

Kelemahan (Weaknees) yang ada pada PT. Sukses Abadi Farm adalah : Sistem agribisnis peternakan yang belum mantap, artinya usaha peternakan hanya berada pada tingkat budidaya, tetapi industri hulu sebagai penyedia sarana produksi yang belum tersedia sehingga terdapat masalah mengenai penyediaan sarana produksi untuk usaha peternakan ayam ras petelur tersebut. Dengan demikian dukungan sarana produksi yang tersedia tergantung dari perusahaan lain sebagai penyuplai pada PT. Sukses Abadi Farm tersebut, sehingga terdapat masalah yang cukup berarti pada penyediaan sarana produksi untuk usaha peternakan ayam ras petelur tersebut.

Produksi telur diperluakan penanganan yang cermat karena telur yang merupakan produk yang sifatnya mudah rusak (perishabel), sehingga harus dapat dijual atau dikonsumsi segera, maka diperlukan peti/kotak, sekam, tempat telur khusus dan kendaraan agar sampai pada distributor tepat waktu dan lebih cepat. Pada PT. Sukses Abadi Farm kendaraan telah ada tetapi belum masuk pada investasi karena masih termasuk harta tapi dari sipemilik sehingga belum dapat dimasukkan dalam analisis kelayakan. Jika dimasukkan kedalam komponen alat analisis akan semakin besar investasi yang diperlukan sehingga perlu dilakukan penambahan skala usaha yang dilakukan.

3. Peluang (Opportunities)

Lingkungan eksternal yang dihadapi perusahaan berupa peluang dan ancaman. Faktor peluang ini meliputi sebagai berikut :

- a. Kondisi ekonomi makro indonesia yang mulai membaik. Dengan adanya pergantian kabinet yang fokus pada perbaikan ekonomi memberikan harapan bagi kepastian usaha dan investasi di dalam negeri.

- b. Terdapat kecendrungan selera masyarakat yang semakin menyukai telur ayam ras dari lapisan perkotaan hingga masyarakat pedesaan.

- c. Meskipun permintaan masyarakat terhadap telur ayam ras fluktuatif, tetapi pada saat-saat tertentu permintaan masyarakat terhadap telur ayam ras sangat tinggi, misalnya untuk keperluan hajatan, hari-hari besar dan sebagainya.

- d. Peluang ekspor telur ayam ras kemungkinan akan dapat meningkat, karena beberapa negara mengalami stagnasi khususnya Amerika Serikat yang sedang mengalami krisis intern.

Peluang (Opportunities) yang ada pada PT. Sukses Abadi Farm adalah: Dukungan pemerintah setempat terhadap usaha peternakan ayam ras petelur yang mempunyai andil besar dalam pemenuhan protein hewani masyarakat dan usaha potensial bagi peningkatan pendapatan masyarakat. Dukungan pemerintah ini diwujudkan dalam bentuk deregulasi peternakan.

Adanya dukungan sumber daya lahan yang luas dan jumlah tenaga kerja tersedia merupakan kekuatan pengembangan ayam ras petelur di daerah Kabupaten Banyuasin. Terdapat permintaan telur ayam ras akan selalu ada setiap saat, karena potensi pasar telur ayam ras cukup besar dalam peranannya sebagai bahan baku pembuatan makanan ringan (roti, kue, martabak,dll). Potensi pasar ayam ras semakin tinggi, karena sebagai bahan baku untuk industri makanan ringan. Serta kebutuhan telur dari masyarakat kota Palembang dan sekitar cukup tinggi maka PT. Sukses Abadi Farm dapat mengembangkan usahanya dengan penambahan skala usaha sehingga pendapatan dari usaha ayam ras petelur ini dapat lebih meningkat

4. Ancaman (Threat)

Beberapa faktor ancaman yang diperlukan diantisipasi dalam usaha ternak ayam ras petelur adalah, sebagai berikut :

- a. Persaingan negara tetangga khususnya Thailand atau Malaysia yang dapat memproduksi dengan biaya lebih murah dengan perkembangan teknologi yang lebih efisien, karena adanya dukungan pemerintah secara aktif.
- b. Kondisi keamanan dalam negeri yang masih rawan menyebabkan ancaman penjarahan dari kelompok masyarakat tertentu masih tinggi.
- c. Teknologi yang belum sepenuhnya dapat menciptakan produk bebas residu antibiotik dapat menghambat pemasaran di pasar global, karena dalam WTO diterapkan persyaratan yang ketat dalam hal kesehatan terhadap konsumen.
- d. Ancaman perdagangan bebas yang tidak diberlakukannya lagi hambatan tarif untuk bea masuk produk luar negeri dan semakin berkurangnya peranan pemerintah dalam intervensi perdagangan. Hal ini perlu diwaspadai dengan membanjirnya produk-produk luar negeri yang cenderung over supply, sehingga akan mengganggu kestabilan harga di dalam negeri.

Ancaman (Threat) yang ada pada PT.Sukses Abadi Farm adalah : Ketersediaan pakan ternak serta pengadaan DOC (Day Old Chicken) yang tidak stabil, karena masih tergantung pihak lain. Ini sebenarnya tidak hanya terjadi pada PT.Sukses Abadi Farm saja tetapi hampir keseluruhan peternak ayam ras petelur di Indonesia, karena masih terdapatnya kandungan hampir 80% pakan peternak tersebut yang harus di ekspor dari luar negeri. DOC yang adapun masih harus di ekspor, tetapi hanya telur sebagai bakal

calon ayam ras petelur yang di ekspor jadi di Indonesia hanya pada bidang penetasannya saja. Jadi usaha ternak ayam ras ini baik ayam ras pedaging maupun ayam ras petelur masih sangat tergantung pada luar negeri, sehingga faktor keamanan dalam negerilah yang sangat mempengaruhi dari harga pakan dan DOC yang ada di pasaran.

Pada umumnya kualitas produk yang dihasilkan belum mencapai standar internasional sehingga kemampuan untuk ekspor sangat lemah, sehingga ancaman perdagangan bebas yang berlaku sekarang ini sangat mempengaruhi dari produk yang dihasilkan, sedangkan PT.Sukses Abadi Farm untuk memenuhi pasar lokal yang adapun belum mampu, karena harus bersaing dari perusahaan-perusahaan ternak lainnya yang ada di Provinsi Sumatera Selatan ini, belum lagi produk luar negeri yang coba memasuki pasaran di Indonesia pada umumnya serta pasaran di Provinsi Sumatera Selatan khususnya.

5. Strategi Bisnis

Analisis SWOT merupakan kombinasi strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Usaha peternakan ayam ras petelur akan berhasil apabila dilakukan dengan strategi-strategi sebagai berikut :

- a. Margin yang tipis dan sifatnya sangat sensitif terhadap perubahan harga harus diimbangi dengan sistem produksi yang sangat efisien. Dukungan pemerintah diperlukan dalam membuat kebijakan yang memihak industri ayam khususnya yang ditangani masyarakat kecil, misalnya dalam hal PPN dan pajak dalam hal input produksi (pakan, bibit, obat-obatan dan peralatan) maupun hasil produksi.

- b. Sifat permintaan ayam ras masih cenderung berfluktuasi sehingga perencanaan usaha dengan pertimbangan faktor waktu.
- c. Karakteristik produk ayam ras petelur bersifat perishable (mudah rusak) sehingga diperlukan perencanaan usaha yang sangat cermat dan teliti dan dukungan teknologi penyimpanan.
- d. Bagi pengusaha mandiri harus dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan besar yang biasanya menguasai sarana produksi yang berwawasan lingkungan.
- e. Pengembangan peternakan skala besar perlu dilakukan dengan melibatkan masyarakat setempat untuk menghindari masalah sosial yang mungkin terjadi dimasyarakat.
- f. Membangun sistem agribisnis peternakan yang secara terintegrasi dari hulu sampai hilir dan membangun jaringan distribusi yang mantap serta meningkatkan kualitas produk untuk dapat menghadapi ancaman perdagangan bebas.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh peternak ayam ras petelur ini meliputi produk yaitu telur, Penentuan harga pada usaha ayam ras petelur adalah berdasarkan kesepakatan kerja sama antara pengusaha dengan perusahaan dan pihak ketiga (agen) pada awal priode usaha Strategi pemasaran yang sejauh ini hanya membina dan mempertahankan hubungan baik dengan para pelanggan (konsumen, agen dan perusahaan). Kegiatan proses produksi hingga penjualan seluruhnya dilakukan di tempat usaha yang terletak di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin

2. Analisis SWOT meliputi :

Kekuatan (strengt),yang ada pada PT. Sukses Abadi Farm adalah : menguasai teknologi budidaya ayam ras petelur, sistem pemasaran yang terjamin, sumberdaya tenaga kerja yang tersedia cukup, dengan melibatkan masyarakat sekititar sebagai pekerja dan membuka peluang kerja.

Kelemahan (weakness) yang ada pada PT. Sukses abadi Farm adalah : Sistem agribisnis peternakan yang belum mantap, terdapat masalah mengenai penyediaan sarana produksi untuk usaha peternakan ayam ras petelur tersebut.

Peluang (Oppertunities) yang ada pada PT. Sukses Abadi Farm adalah : Dukungan pemerintah setempat terhadap usaha ayam ras petelur yang ada. Adanya dukungan sumberdaya lahan yang luas dan jumlah tenaga kerja tersedian merupakan kekuatan pengembangan ayam ras petelur di daerah Kabupaten Banyuasin. Terdapat permintaan telur ayam ras akan selalu ada setiap saat. Potensi pasar ayam ras semakin tinggi, karena sebagian bahan baku untuk industri makanan ringan.

Ancaman (Threat) yang ada pada PT. Sukses Abadi Farm adalah : Ketersediaan pakan ternak serta pengadan DOC (Day Old Chicken) yang tidak stabil, karena masih tergantung pihak lain. Usaha ternak ayam ras petelur masih sangaat tergantung pada luar negeri, sehingga faktor keamanan dalam negerilah yang sangat mempengaruhi dari harga pakan dan DOC yang ada di pasaran.

Pada umumnya kualitas produk yang dihasilkan belum mencapai standar internasional, sehingga kemampuan untuk ekspor sangat lemah, sedangkan pada PT. Sukses Abadi Farm untuk memenuhi pasar lokal yang adapun belum mampu, karena harus bersaing dari pengusaha pengusaha ternak lainnya yang ada di Propinsi Sumatera Selatan ini. Belum lagi produk dari luar negeri yang coba memasuki

pasaran Indonesia pada umumnya serta pasaran di Propinsi Sumatera Selatan pada khususnya. Maka bahan baku sangat mempengaruhi kelayakan usaha peternak ayam ras petelur.

B. Saran

1. Agar pemerintah berperan dalam hal pengembangan usaha peternakan ayam ras petelur terutama dalam permodalan dan pembinaan. Pengembangan peternakan skala besar perlu dilakukan dengan melibatkan masyarakat setempat untuk menghindari masalah sosial yang mungkin terjadi di masyarakat.

2. Membangun sistem agribisnis peternakan yang secara terintegrasi dari hulu sampai hilir dan membangun jaringan distribusi yang mantap serta meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi ancaman perdagangan bebas.

3. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan, maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan mengukur dari segi aspek yang berbeda dan metodologi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z 2010. Meningkatkan Produktivitas Ayam Ras Petelur. Agromedia Pustaka. Jakarta
- Dinas Peternakan Propinsi Sumatera Selatan. 2016. Laporan Tahunan 2015. Dinas Peternakan Propinsi Sumatera Selatan, Sumatera Selatan
- Husein Umar, 2005. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sofjan Assauri, 2004. Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi Edisi 1, Cet.7, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kasmir, 2010. Pemasaran Bank, Jakarta:Kencana
- Sunarto, 2004. Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta : AMUS)
- Philip Kotler dan Gray Armstrong, 2004. Dasar-Dasar Pemasaran. Penerjemah Alexander
- Sindoro, (Jakarta : PT Indeks), Edisi ke-9, Jilid 1
- Nurahmi Hayani, 2012. Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi, (Pekanbaru: Suska Press)
- Tim Penyusunan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, 1997. Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pusatka)
- Barry Render dan Jay Heizer, 2001. Prinsip-prinsip Manajemen Operasi (Jakarta: Salemba Empat)
- Assauri Sofjan, 2007. Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)

Fandy Tjiptono, 2004. Strategi Pemasaran,
(Yogyakarta : Andi Press), Cet. Ke-5

Basu Swastha, 2007. Manajemen
Pemasaran. Edisi Kedelapan.
Cetakan Kedelapan, (Jakarta:
Penerbit Liberty)

Griffin, Ricky W. 2004. Manajemen; edisi
ketujuh jilid 2. Jakarta: Erlangga

Rangkuti, F., 2006, Analisis SWOT Teknik
Membedah Kasus Bisnis. Cetakan
keduabelas. Jakarta: PT. Gramedia
Pustaka Utama