

## STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM RAS DI KABUPATEN KEDIRI

Chamim Rosyidin<sup>1</sup>, Sumarji<sup>2</sup>, Ahsin Daroini<sup>3</sup>

Universitas Islam Kediri  
Email: [chamimrosyidin@gmail.com](mailto:chamimrosyidin@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran distribusi, menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam memasarkan telur dan merumuskan strategi pemasaran yang digunakan di peternakan ayam ras petelur di Kabupaten Kediri. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 30 sampel yang terdiri dari 15 peternak dan 15 pedagang telur ayam ras yang mengambil telur di wilayah kabupaten Kediri Pengambilan sampel yaitu dengan *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan sengaja dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti, untuk analisis datanya sendiri menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan analisis QSPM. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran distribusi pemasaran telur ayam ras di kabupaten Kediri adalah: (Pola 1 = Peternak → Pedagang besar (Poultry Shop) → Pedagang Menengah → Pedagang Pengecer → Konsumen), (Pola 2 = Peternak → Pedagang Menengah → Pedagang Pengecer → Konsumen) dan (Pola 3 = Peternak → Pedagang Pengecer → Konsumen). Alternative strategi yang tepat untuk memasarkan telur ayam ras di kabupaten Kediri adalah dengan menggunakan strategi (ST) yaitu menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal agar ancaman tersebut tidak akan memberikan dampak negatif yang terlalu besar dengan cara Mempertahankan dan menjaga mutu telur yang dihasilkan dan Peningkatan produksi melalui pencegahan penyakit ayam agar usaha peternakan bisa berkelanjutan. Adapun strategi yang perlu dilaksanakan terlebih dahulu oleh peternakan dengan tetap mempertahankan dan menjaga mutu telur yang dihasilkan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Telur, Ayam Ras Petelur, Analisis SWOT.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the distribution channel, analyze the factors of strength, weakness, opportunity and threat in marketing eggs and formulate a marketing strategy used in laying hens in Kediri Regency. The number of samples taken were 30 samples consisting of 15 breeders and 15 breeders who took eggs in the Kediri district. Sampling was by purposive sampling, which was purposely chosen based on certain criteria determined by the researcher, for analysis of the data itself using SWOT analysis and continued QSPM analysis. Based on the results of the study, it is known that the distribution channel for marketing chicken eggs in Kediri Regency is: (Pattern 1 = Farmer → Wholesaler (Poultry Shop) → Medium Merchant → Retailer → Consumer), (Pattern 2 = Farmer → Medium Merchant → Retailer → Consumers) and (Pattern 3 = Farmers → Retailers → Consumers). An alternative strategy that is appropriate for marketing chicken eggs in Kediri district is by using a strategy (ST) that is using internal power to overcome external threats so that the threat will not have too much negative impact by maintaining and maintaining the quality of eggs produced and increasing production through prevention of chicken disease so that livestock businesses can be sustainable. The strategies that need to be implemented first by the farm while maintaining and maintaining the quality of the eggs produced.*

Keywords: Marketing Strategies, Eggs, Laying Hens, SWOT Analysis.

## PENDAHULUAN

Usaha ayam petelur merupakan subsektor peternakan yang mempunyai nilai ekonomis cukup tinggi dan juga mempunyai hubungan dengan usaha lainnya yang cukup tinggi, terutama industri peternakan ayam petelur dengan industri pakan ternak ayam petelur. Kebutuhan akan pakan ternak untuk memenuhi keberlangsungan usaha peternakan ayam ras petelur di Indonesia sangatlah tinggi dan itulah yang mempengaruhi pasang surut industri peternakan ayam petelur di Indonesia.

Agribisnis peternakan ayam ras petelur memiliki peranan dalam perekonomian masyarakat Indonesia, hal ini dapat dilihat dari jumlah populasi ternak ayam ras petelur yang terus meningkat dari tahun ketahun, yaitu 2014 sebesar 8.536.195 ekor dan 2015 sebesar 8.595.948 ekor meskipun dari tahun 2016 - 2017 mengalami sedikit penurunan populasi imbas dari pencabutan *Antibiotic Grow Promotor*. Hal ini berdasarkan data dari Dinas Peternakan Jawa Timur tahun 2016 sebesar 8.096.260 ekor dan 2017 sebesar 7.974.816 ekor.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh peternak ayam ras petelur adalah banyaknya jalur distribusi dimana sarana produksi tidak seimbang dengan harga produksi telur. Kemudahan dalam menjual hasil produksi merupakan faktor yang mendukung bagi keberhasilan ternak ayam ras petelur. Namun hal itu tidak akan berarti jika peternak tidak mampu mengelola dengan baik saluran pemasaran yang ada, dengan mempertimbangkan tingkat efisiensi dari semua saluran yang ada, dimana akan sangat berpengaruh langsung terhadap pendapatan dari peternakan ayam ras petelur tersebut.

Mengingat pentingnya manajemen dan strategi pemasaran untuk keberhasilan usaha telur ayam, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kabupaten Kediri. Tujuan untuk mengetahui saluran distribusi, menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam memasarkan telur dan merumuskan strategi pemasaran yang digunakan di peternakan ayam ras petelur di Kabupaten Kediri.

## METODE PENELITIAN

Jumlah sampel yang diambil sebanyak 30 sampel yang terdiri dari 15 peternak dan 15 pedagang telur ayam ras yang mengambil telur di wilayah kabupaten Kediri Pengambilan

sampel yaitu dengan *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang sengaja dipilih berdasarkan kriteria tertentu, untuk analisis datanya sendiri menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan analisis QSPM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di kabupaten Kediri Kabupaten Kediri yang merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Timur yang letak geografisnya terletak pada titik koordinat 111° 47' 05". s/d 112° 18' 20". Bujur Timur dan 7° 36' 12" s/d 8° 0' 32" Lintang Selatan. Wilayah kabupaten Kediri berada diantara dua pegunungan yaitu di wilayah batrat dengan pegunungan wilisnya dan disebelah timur dengan gunung keludnya. Wilayah Kabupaten Kediri terdiri dari dua bagian yakni wilayah barat dan wilayah timur sungai brantas.

### Ayam Ras Petelur

Ayam ras petelur (*Layer*) menurut Keputusan Menteri Pertanian Nomor: 425/KPTS/OT.210/7/2001, ayam dewasa yang sedang menjalani masa bertelur (berproduksi). Secara garis besar dapat diartikan bahwa peternakan ayam ras petelur adalah segala urusan yang berkaitan dengan produksi terkait dengan pengolahan, pemasaran, pengusaha dan tempat tinggal ternak yaitu ayam ras petelur yang dikembangkan dari fase anakan hingga fase dewasa yang sedang menjalani masa berproduksi.

### Penawaran dan Permintaan

Harga telur ayam ras berfluktuasi, akan tetapi tingkat kenaikan tersebut berbedabeda. Dengan kata lain, pada suatu waktu tertentu harga telur ayam naik relatif cukup tinggi dan sebaliknya untuk periode lainnya. Faktor-faktor yang menyebabkan harga telur ayam berfluktuasi tersebut bisa dilihat dari sisi permintaan dan penawaran. Dari sisi permintaan, fluktuasi harga tersebut terutama terjadi karena tingginya permintaan di saat hari-hari besar keagamaan seperti hari Puasa dan Lebaran, Natal dan Tahun Baru serta Pada periode-periode tersebut, permintaan mengalami peningkatan.

Dari sisi penawaran, salah satu faktor yang menyebabkan berfluktuasinya harga telur ayam adalah harga pakan sehingga harga pangan melonjak naik. Transmisi langsung dari kenaikan harga pangan dunia terutama terjadi pada kenaikan harga bahan baku untuk pakan itu sendiri, seperti jagung dan kedelai. Faktor – faktor yang membuat harga telur ayam ras naik yang pertama kenaikan harga

pakan berdampak terhadap naiknya harga telur. Namun demikian, seringkali kenaikan harga telur ayam tidak meningkat signifikan seiring dengan kenaikan harga pakan sehingga banyak peternak telur yang menutup usahanya. Di lain pihak, konsumsi telur ayam dalam masyarakat cenderung naik sehingga ketika pasokan telur ayam di pasar tidak mencukupi maka mereka kesulitan mendapatkan telur ayam akibatnya harga jual melambung tinggi. Faktor kedua adalah harga *Day One Chick*/bibit (DOC) ayam ras petelur. Dalam struktur produksi peternak telur ayam ras, DOC atau anak ayam merupakan komponen kedua setelah pakan. Harga DOC ayam cenderung naik dan tidak Stabil. Faktor ketiga adalah banyaknya ayam ras petelur yang sudah tua (ayam afkir). Fluktuasi harga telur ayam juga dipengaruhi oleh perilaku peternak ayam ras petelur itu juga. Ketika harga telur menurun, banyak peternak yang menjual ayam tua untuk mengkompensasi harga telur yang turun sementara harga pakan terus mengalami kenaikan. Akibatnya populasi ayam ras menjadi berkurang sehingga produksi telur pun menjadi kurang. Faktor keempat adalah perubahan iklim yang ekstrim yang berdampak pada penurunan ketahanan ayam ras milik peternak. Faktor kelima adalah penjualan telur ayam ras ke luar wilayah sehingga harga di wilayah penghasil telur ayam justru tinggi. Hal ini dimanfaatkan oleh para pedagang telur untuk menimbun sehingga pasokan telur di pasar menjadi langka dan mendorong harga menjadi naik terus.

Kenaikan harga telur ayam ras pada beberapa waktu lalu dipengaruhi berbagai aspek seperti kenaikan harga pakan ayam, berkurangnya populasi ayam petelur, dan adanya larangan pemakaian AGP oleh pemerintah.

"Dari larangan AGP ini, kini banyak ayam yang semakin sehat, karena hewan ternak tersebut kualitasnya menjadi organik. Dengan demikian, kenaikan harga telur ayam tidak perlu dikhawatirkan lagi. Kebijakan pelarangan ini juga telah diambil oleh berbagai negara di dunia utamanya di Eropa sebagai bagian dari kampanye *Antimicrobial Resistance* (AMR) oleh Badan Kesehatan Dunia (WHO). Termasuk FAO mengingatkan kembali agar seluruh dunia segera menghentikan penggunaan Antibiotik sebagai pemacu pertumbuhan.

Indonesia sendiri pelarangan terhadap penggunaan AGP telah diatur dalam Undang-Undang No. 18/2009 juncto Undang-Undang

No.41/2014. tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan yang menyatakan tentang pelarangan penggunaan pakan yang dicampur dengan hormon tertentu dan atau antibiotik imbuhan pakan ternak. Melalui Permentan No. 14/2017. tentang Klasifikasi Obat Hewan, mulai 2018 Pemerintah melarang penggunaan AGP dalam pakan. Pelarangan ini juga diperkuat dengan Permentan No. 22/2017 tentang Pendaftaran dan Peredaran Pakan, yang mensyaratkan pernyataan tidak menggunakan AGP dalam formula pakan yang diproduksi bagi produsen yang akan mendaftarkan pakan.

## Bauran Pemasaran

### 1. Harga

Penetapan harga telur di peternak wilayah Timur kabupaten Kediri masih mengandalkan harga yang ditentukan oleh beberapa gudang telur besar di kabupaten Kediri salah satunya yaitu dari Barokah PS yang ada di kecamatan wates. Informasi didapat secara rutin setiap hari. Barokah PS sendiri mendapatkan informasi harga telur tersebut dari Grup Whatsapp yang didalamnya terdiri dari beberapa pedagang besar di Indonesia. Sedangkan untuk peternak di wilayah selatan mendapatkan Informasi dari wilayah Blitar, begitu pula untuk Peternak di daerah utara yaitu Pare dan sekitarnya mendapatkan informasi dari grup – grup media sosial, untuk harga sendiri biasanya tidak jauh berbeda, dan untuk informasi tersebut dapat diakses di PINSAR Petelur Nasional (PPN) setiap saat dan didalamnya juga terdapat harga telur di seluruh wilayah Indonesia, adapun harga acuan yang diterapkan oleh kementerian perdagangan yaitu harga pembelian ditingkat peternak, harga batas bawah Rp 17.000 dan harga batas atas sebesar Rp 19.000 dan Harga Pembelian konsumen yaitu Rp 22.000 (PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 58 TAHUN 2018).

### 2. Produk

Kemampuan bersaing dalam bisnis ayam petelur ayam ras petelur ditentukan oleh ketersediaan pakan yang bermutu sehingga dihasilkan telur yang sesuai standart yang diinginkan oleh pasar, untuk produk yang dihasilkan oleh peternak di kabupaten Kediri sudah bagus sehingga banyak pedagang mengambil telur di wilayah kabupaten Kediri, dengan adanya pelarangan AGP dalam pakan oleh pemerintah sehingga

telur yang dihasilkan lebih sehat seharusnya harga telur lebih tinggi tetapi dalam kenyataannya harganya masih cenderung fluktuatif. Alternatif yang harusnya diambil oleh peternak ayam ras di kabupaten Kediri yaitu dengan mengembangkan telur OMEGA-3 yang kandungan gizinya lebih baik sehingga untuk harganya lebih mahal dan dapat menembus pasar modern.

Indonesia sendiri pelarangan terhadap penggunaan AGP telah diatur dalam Undang-Undang No. 18/2009 juncto Undang-Undang No.41/2014 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan yang menyatakan tentang pelarangan penggunaan pakan yang dicampur dengan hormon tertentu dan atau antibiotik imbuhan pakan. Melalui Permentan No. 14/2017 tentang Klasifikasi Obat Hewan, Pemerintah melarang penggunaan AGP dalam pakan. Pelarangan ini juga diperkuat dengan Permentan No. 22/2017 tentang Pendaftaran dan Peredaran Pakan, yang mensyaratkan pernyataan tidak menggunakan AGP dalam formula pakan yang diproduksi bagi produsen yang akan mendaftarkan pakan ( Kementan RI, 2017).

### 3. Promosi

Selama ini peternak ayam ras petelur belum melaksanakan promosi. Peternak hanya mengandalkan informasi dari mulut kemulut maupun mendapatkan informasi dari media social diantar peternak maupun dengan pedagang telur, selain itu dalam menjual telurnya peternak biasanya barter dengan pakan dan obat-obatan untuk kebutuhan ayamnya. Kebanyakan peternak masih mengandalkan *Poultry Shop* (PS) untuk menjual hasil telurnya dikarenakan ada beberapa alasan yaitu pada saat memulai usaha modal dibantu oleh PS dan hal tersebut berjalan secara terus menerus karena dari pihak PS sendiri tidak menerapkan sistem bunga seperti di bank saat peternak tersebut melakukan pinjaman. Sehingga banyak peternak enggan menjual hasil telurnya ke pedagang lainnya.

### 4. Distribusi

Saluran distribusi adalah salah satu faktor penentu untuk meningkatkan hasil penjualan telur. Saluran distribusi tersebut merupakan jalur penyampaian suatu produk, jika saluran tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik dan optimal, maka konsumen dapat memperoleh produk tersebut dengan mudah.

Peternak ayam ras sebagai produsen telur ayam ras di Kabupaten Kediri dalam memasarkan produknya sampai di tangan konsumen menggunakan berbagai pola pemasaran. Pola saluran pemasaranyang banyak digunakan oleh peternak di Kabupaten Kediri adalah saluran distribusi panjang, yaitu melalui pedagang besar, pedagang menengah dan pedagang eceran. Pola-pola pemasaranyang digunakan dapat diilustrasikan sebagai berikut:

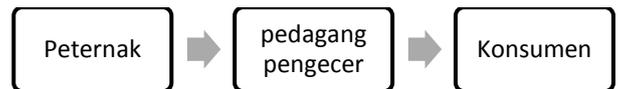
#### Pola 1



#### Pola 2



#### Pola 3



- Dari flowchart pola 1 dijelaskan selisih harga penjualan dari peternak ke pedagang besar dari harga pasar yaitu Rp 0, selisih harga dari pedagang besar ke pedagang menengah Rp 600, selisih harga antara pedagang menengah ke pedagagng pengecer Rp 1.000 dan untuk selisih harga pedagang pengecer ke konsumen akhir yaitu Rp 1.000. Adapun keuntungan dari pola 1 yaitu: peternak bisa memperoleh modal dari PS dan peternak bisa menjual telurnya dengan mudah, sedangkan kerugiannya sendiri yaitu: untuk harganya tergantung dari PS tersebut dan pakan harus membeli di PS tersebut.
- Dari flowchart pola 2 dijelaskan, selisih harga dari peternak ke pedagang menengah Rp 300 – Rp 500 dari harga pasar, selisih harga antara pedagang menengah ke pedagang pengecer Rp 1.000 dan untuk selisih harga pedagang pengecer ke konsumen akhir yaitu Rp 1.000. Adapun keuntungan dari pola 2 yaitu: peternak bisa menjual telurnya dengan mudah tetapi seleksi telur terlalu ketat, sedangkan kerugiannya yaitu uang yang didapat dari pedagang biasanya



<p>industri perunggasan sangat kondusif. <b>O4.</b> Kemudahan komunikasi dan informasi. <b>O5.</b> Kondisi ekonomi masyarakat yang semakin baik</p>		
<p><b>Treath (T) Ancaman</b> <b>T1.</b> Fluktuasi harga-harga, baik harga bahan bakar minyak, obat-obatan, vaksin, pakan maupun harga telur. <b>T2.</b> Pendetang baru mudah masuk ke usaha peternakan ayam ras petelur. <b>T3.</b> Fluktuasi nilai tukar rupiah <b>T4.</b> Kemudahan pelanggan untuk pindah ke peternak lain cukup tinggi. <b>T5.</b> Penyakit ayam ras petelur.</p>	<p><b>Strategi ST</b> 1. Mempertahankan dan menjaga mutu telur yang dihasilkan 2. Peningkatan produksi melalui pencegahan penyakit ayam agar usaha peternakan bisa berkelanjutan</p>	<p><b>Strategi WT</b> 1. Mengoptimalkan modal usaha dan meningkatkan kemampuan dalam memasarkan telur 2. Penggunaan pakan alternative yang ada di dalam negeri 3. Memaksimalkan teknologi yang ada agar mampu bersaing dengan pendatang baru</p>

Sumber data: diolah 2019.

### Matriks QSPM

Langkah selanjutnya adalah analisis matrik QSPM dengan mengalikan bobot masing-masing faktor strategi dengan angka skor kemenarikan sebagaimana yang disajikan dalam lampiran. Hasil dari analisis matrik QSPM sebagaimana disajikan dalam tabel di bawah ini.

### Hasil Matriks QSPM

No	Strategi	Nilai TAS
1	Memperluas dan mempertahankan pasar yang sudah ada	5,26
2	Mempertahankan kualitas telur yang bagus	4,48
3	Menjalin komunikasi yang baik, baik antara peternak dengan peternak maupun peternak dengan pedagang	4,87
4	Meningkatkan kinerja pemasaran dalam menganalisis permintaan	5,12
5	Melakukan penimbunan bahan pakan	5,1
6	Memaksimalkan tehnologi yang ada agar lebih efektif dan efisien	4,83
7	Mempertahankan dan menjaga mutu telur yang dihasilkan	7,3
8	Peningkatan produksi melalui pencegahan penyakit ayam agar usaha peternakan bisa berkelanjutan	7,04
9	Mengoptimalkan modal usaha dan meningkatkan kemampuan dalam memasarkan telur	4,75
10	Penggunaan pakan alternative yang ada di dalam negeri	4,98
11	Memaksimalkan tehnologi yang ada agar mampu bersaing dengan pendatang baru	5,56

Sumber Data: Diolah 2019

Pemilihan alternatif strategi yang tepat dengan metode QSPM menggunakan nilai daya tarik (*Attractiveness Scores*) atau (AS) dan total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Scores*) atau (TAS). Berdasarkan hasil diatas tentang pemilihan alternatif strategi menunjukkan tentang alternatif strategi yang paling diminati. Alternatif strategi dengan nilai TAS tertinggi merupakan strategi yang perlu dilaksanakan terlebih dahulu oleh peternakan. Hasil Startegi tertinggi menunjukkan nilai 7,3 yaitu dengan Mempertahankan dan menjaga mutu telur yang dihasilkan.

### Penentuan Strategi

Berdasarkan analisis SWOT, maka alternative strategi yang tepat untuk memasarkan telur ayam ras di kabupaten

Kediri adalah dengan menggunakan strategi (ST berdasarkan nilai tertinggi 4,58) yaitu menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal agar ancaman tersebut tidak akan memberikan dampak negatif yang terlalu besar dengan cara Mempertahankan dan menjaga mutu telur yang dihasilkan dan Peningkatan produksi melalui pencegahan penyakit ayam agar usaha peternakan bisa berkelanjutan.

Berdasarkan hasil Matriks QSPM diatas tentang pemilihan alternatif strategi menunjukkan tentang alternatif strategi yang paling diminati. Alternatif strategi dengan nilai TAS tertinggi merupakan strategi yang perlu dilaksanakan terlebih dahulu oleh peternakan. Hasil Startegi tertinggi menunjukkan nilai 7,3 yaitu dengan Mempertahankan dan menjaga mutu telur yang dihasilkan.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa saluran distribusi pemasaran telur ayam ras di kabupaten Kediri adalah:

Pola 1 = Peternak → Pedagang besar (Poultry Shop) → Pedagang Menengah → Pedagang Pengecer → Konsumen.

Pola 2 = Peternak → Pedagang Menengah → Pedagang Pengecer → Konsumen.

Pola 3 = Peternak → Pedagang Pengecer → Konsumen.

Adanya faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pemasaran telur ayam ras di kabupaten Kediri. Faktor internal berupa Kekuatan (*Strength*) yaitu: Telur memiliki pangsa pasar yang luas, Telur merupakan bahan pokok, Kualitas telur yang baik, Hubungan dengan pelanggan yang baik dan Kepercayaan peternak oleh lembaga keuangan. Kelemahan (*Weakness*) yaitu: Harga jual telur tergantung pasar, Modal yang diperlukan cukup besar, Proses produksi belum efisien, diakibatkan harga bahan baku melambung, Promosi belum maksimal dan Peternakan belum memaksimalkan teknologi yang ada. Faktor eksternal berupa peluang (*Opportunity*) yaitu : Permintaan pasar akan telur ayam cukup tinggi tetapi belum seluruhnya terpenuhi, Kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi bertambah tinggi, Kebijakan pemerintah yang mendukung industri perunggasan sangat kondusif, Kemudahan komunikasi dan informasi dan Kondisi ekonomi masyarakat yang semakin baik. Ancaman (*Threat*) yaitu: Fluktuasi harga-harga, (baik harga bahan bakar minyak,

obat-obatan, vaksin, pakan maupun harga telur), Pendetang baru mudah masuk ke usaha peternakan ayam ras petelur, Fluktuasi nilai tukar rupiah, Kemudahan pelanggan untuk pindah ke peternak lain cukup tinggi dan Penyakit ayam ras petelur.

Alternative strategi yang tepat untuk memasarkan telur ayam ras di kabupaten Kediri adalah dengan menggunakan strategi (ST) yaitu menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal agar ancaman tersebut tidak akan memberikan dampak negatif yang terlalu besar dengan cara Mempertahankan dan menjaga mutu telur yang dihasilkan dan Peningkatan produksi melalui pencegahan penyakit ayam agar usaha peternakan bisa berkelanjutan.

Berdasarkan kesimpulan diatas maka disarankan bagi peternak ayam ras petelur di kabupaten Kediri sebaiknya peternak memperbaiki kelemahan dan mengatasi ancaman untuk mempertahankan kelangsunga usaha peternakannya yaitu Mempertahankan dan menjaga mutu telur yang dihasilkan, efisiensi produksi serta mencegah dan menanggulangi berbagai macam penyakit ayam, agar usaha peternakan bisa berkelanjutan. Peternak dengan skala kecil 200 – 1000 ekor ayam disarankan untuk menggunakan pola 1 dalam penjualan telurnya agar keuntungan bisa bertambah.

Peternak telur ayam ras petelur dikabupaten Kediri harus mengembangkan telur OMEGA-3 yang kandungan gizinya lebih baik sehingga untuk harganya lebih mahal dan dapat menembus pasar modern, sehingga pendapatan peternak bisa lebih tinggi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, N., and G. B. Bello. 2013. *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) Analysis on Globacom. Ltd.* International Journal of Technology and Business Management.
- Agustian. 2005. *Analisis Berbagai Bentuk Kelembagaan Pemasaran dan Dampaknya terhadap Kinerja Usaha Komoditi Sayuran dan Buah.* Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Departemen Pertanian.
- Anggorodi, R. 1979. *Ilmu Makanan Ternak Umum* PT. Gramedia. Jakarta.

- Ansoff, H. Igor. 2005. *Strategies for Diversification. Journal of Management for growth*. Holland.
- Ardhiana, M.Y., B.A. Nugroho., dan B. Hartanto. 2014. *Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri*. Jurnal Ilmu – Ilmu Peternakan, 2(1):1-13.
- Assauri, S. 2005. *Manajemen Pemasaran. Rajawali*. Press. Jakarta.
- Astawan, M. 2004. *Tetap Sehat Dengan Produk Makanan Olahan*. Tiga Serangkai. Solo.
- Aziz, D. 2007. *Mengenal Ayam Petelur*. Jakarta: CV. Sinar Cemerlang Abadi.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. 2013. BAPPEDA Kabupaten Kediri.
- Badan Pusat Statistik. 2017. BPS. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua. : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- David, F. R. and Wheelen, T. L. 2004. *Manajemen Strategis*. Andi. Yogyakarta.
- David, F.R, 2009. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Salemba Empat, Jakarta.
- David, F.R, 2011. *Manajemen Strategis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Efferin, Sujoko, Stevanus. HD dan Yuliawati Tan. 2004. *Metode Penelitian untuk Akuntansi*. Bayu Media Publising. Malang.
- Emzir. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Analisis Data*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Fadil, M., Kalaba, Y dan Muis, A. 2017. *Analisis Margin Pemasaran Telur Ayam Raspada Usaha Peternakan "Cahaya Aris Manis" Di Desa Langaleso Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi*. Jurnal ISSN.
- Ferdian, M. Y, Gunawan. I, dan Febrinova, R. 2016. *Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Di Desa Pasir Utama Kecamatan Rambah Hilir Kabupaten Rokan Hulu*. Jurnal Ilmiah Fakultas Pertanian UPP Vol. 1, No. 1.
- Ferrel, O.C & D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. Thomson Corporation. SouthWestern.
- Gabungan Perusahaan Makanan Ternak (GPMT) 2011. Laporan Bulanan, Gabungan Pengusaha Pakan Ternak Jakarta.
- Gustira, D. E., Riyanti, dan T. Kurtini. 2015. *Pengaruh kepadatan kandang terhadap performa produksi ayam petelur fase awal grower*. Jurnal ilmiah peternakan terpadu. Vol. 3(1): 87 - 92.
- Hanafie, Rita, 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. ANDI. Yogyakarta.
- Hendrik, A.G.C. 2011. *Product performance Isa Brown Commercial Layer*, [ t.a]: A Hendrik Genetic Company.
- Info Perdagangan Dalam Negeri. 2011. Pasokan Telur Aman, Harga Terus dalam Pantauan. Direktorat Perdagangan Dalam Negeri, PDN/MJL/84/IX/2011w. Jakarta.
- Jogiyanto. 2005, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Kamisi, H. L. 2010. *Strategi Pemasaran Telur Ayam Di Ud Satwa Tani Kota Ternate*. Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan UMMU Ternate.
- Kasim, S.A. 2013. *Strategi Pemasaran Telur Ayam Ras Petelur Pada Perusahaan Bintang Gorontalo Di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo*. Journal Gorontalo Management Research.
- Kementerian Pertanian. 2001. NOMOR: 425/Kpts/OT.210/7/2001. *Tentang Pedoman Budidaya Ternak Ayam Petelur yang Baik*. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia. 2017. Nomor 14/Permentan/Pk.350/5/2017 *Tentang Klasifikasi Obat Hewan*. Kementerian Pertanian. Jakarta.

- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks. New Jersey.
- Kotler, P. and Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. and Keller. K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I. 2017. *Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital*. Published by John Wiley and Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Lestari, R. D., dan N. N. A. Triani. 2013. *Determinan Keberhasilan Turnaround Pada Perusahaan yang Mengalami Financial Distress*. Jurnal Ilmu Manajemen, 1(4):1142-1154.
- Mamilianti, W. 2012. *Kajian Pemasaran Telur Ayam Di Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan*. Jurnal Ekonomi Pertanian (J-SEP) Vol.1, No. 3
- Meleong, J.L.2010, *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosda karya. Bandung.
- Memon, I.N., S. Noonari, M. Asif, S.T. Shah., and M.B. Peerzado. 2015. *Economic Analysis of Poultry Egg Production in Quetta District Balochistan*. Journal Fisheries Lifest Production,3 (1): 3 – 7.
- Muchtadi, T. R, Ayustaningwarno, F dan Sugiyono. 2010. *Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Mulyana, Dedy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mulyantini, N. G. A. 2010. *Ilmu Manajemen Ternak Unggas*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Ommani, A.R. 2011. *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) Analysis for Farming System Businesses Managements: Case of Wheat Farmers of Shadervan District, Shoushtar Township, Iran*. African Journal of Business Management, 5(22):9448-9454.
- Osita, I.C., I. Onyebuchi., and N. Justina. 2014. *Organization's Stability and Productivity: the Role of SWOT Analysis on Acronym for Strenth, Weakness, Opportunities & Theat*. International Journal of Innovative and Applied Research, 2(9):25-52.
- Parasdy, W., S. Mastuti., dan O.E. Djatmiko. 2013. *Analisis Finansial Usaha Peternakan Ayam Petelur di Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar*. Jurnal Peternakan Ilmiah. 1 (1): 88-98.
- Pearce II, John A. 2013. *Manajemen Strategis : Strategic Management, Formulation, Implementation and Control*. Salemba Humanika. Jakarta Selatan.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 58 Tahun 2018. *Tentang Penetapan Harga Acuan Pembelian Di Petani dan Harga Acuan Penjualan di Konsumen*. Kementerian Perdagangan., Jakarta.
- Putritamara, J. A, Fanani, Z dan Utami, H. U. 2016. *Efisiensi Pemasaraan Telur Ayam Ras di Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar*. Jurnal E-ISSN : 2338-1884 .
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia: Jakarta.
- Rasyaf, M. 2001. *Beternak Ayam Petelor*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Riduwan, MBA. 2005. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta. Bandung.
- Rusli, R. K. 2011. *Pemberian Campuran Dedak dan Ampas Tahu Fermentasi dengan Monascus Purpureus Terhadap Performa dan Kualitas Telur Ayam*. E-Jurnal. Universitas Andalas Padang.
- Saraswati, T. R. 2015. *Optimalisasi Fungsi Reproduksi Puyuh dan Biosintesis Kimiawi Bahan Pembentuk Telur*. Penerbit Leskonfi : Depok.

- Schiffman dan Kanuk. 2001. *Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudaryani. 2003. *Kualitas Telur*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sugiarto, dkk. 2007. *Ekonomi Mikro (sebuah kajian komprehensif)*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.
- Sukirno, Sadono. 2010. *Makro Ekonomi, Teori Pengantar*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suprijatna, E. U, Atmomarsono. R, Kartasudjana. 2005. *Ilmu Dasar Ternak Unggas*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Swiatkiewicz, S., J. Koreleski., and A. Arczewska. 2010. *Laying performance n Strategi*. Universitas Airlangga. Surabaya.
- & egg shell quality in laying hens fed diets supplemented with prebiotics and organic acids. *Czech Journal of Animal Science*, 55(7):294-304.
- Syafriardi, R dan Iskandar, I. 2006. *Analisis Pemasaran Telur di Kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam*. *Jurnal Peternakan Indonesia*. 11(1): 79-101.
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Widyantara, I. N. P. dan Ardani, I. G. A. S. 2017. *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM (Studi Kasus di Desa Pesedahan dan Desa Bugbug, Kabupaten Karangasem)*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 7, 2017: 3766-3793 ISSN : 2302-8912.
- Yunus, M. 2016. *Strategi dan Kajian*