

STRATEGI PENGEMBANGAN PABRIK PAKAN TERNAK AYAM RAS PETELUR DI KECAMATAN BLANG BINTANG KABUPATEN ACEH BESAR (STUDI KASUS PADA UPTD BALAI TERNAK NON RUMINANSIA)

(Strategy Development of Cattle Feed Factory in the Village of the Chicken in the Blang Bintang District of Aceh Besar (Case Study on Livestock Feed Factory UPTD Non Ruminant Livestock Hall)

Muhammad Nizam Auza¹, Otto Nur Abdullah¹, T. Fauzi^{1*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

*Corresponding author:tfauzi@unsyiah.ac.id

Abstrak. Provinsi Aceh melakukan impor pakan dari luar daerah, khususnya dari Medan. Dikarenakan ketergantungan pakan yang berasal dari luar daerah, Aceh tidak dapat mengontrol harga pakan yang beredar sehingga harga pakan yang ada berfluktuasi. Pasar pakan sendiri dikuasai oleh dua perusahaan besar, seperti yang dikutip dari dinas peternakan Aceh. Harga pakan di Aceh yaitu sebesar 7.200 rupiah per kilogramnya. UPTD Balai Ternak Unggas Non Ruminansia yang mulai beroperasi sejak tahun 2013 dengan total anggaran untuk pembangunan pabrik sebesar 4,5 miliar rupiah. Maka dari itu perlu dilakukannya pengembangan terhadap pabrik dengan mengetahui strategi-strategi yang tepat, guna keberlangsungan untuk terus bereproduksi. Penelitian strategi pengembangan pabrik pakan ternak bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal apa yang mempengaruhi pengembangan pabrik pakan, serta untuk mengetahui strategi pengembangan yang menjadi alternatif pada Pabrik Pakan Ternak Ayam Ras Petelur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kunci internal pada kekuatan yang dimiliki adalah keuangan/modal yang mencukupi, manajemen usaha yang teratur, bahan baku yang telah tercukupi, kualitas dan mutu produk yang mumpuni, lokasi usaha yang strategis, promosi melalui media cetak dan faktor internal pada kelemahan terdiri dari sumberdaya manusia yang masih kurang, produksi yang terbatas, belum adanya label, dan merek dan harga yang belum ditetapkan. Faktor Eksternal pada peluang adalah pangsa pasar yang besar, kerjasama dengan pemasok, harga bahan baku yang stabil, kebijakan pemerintah yang sangat mendukung, sosial ekonomi masyarakat dan hubungan yang baik dengan konsumen dan faktor eksternal pada ancaman terdiri dari permintaan yang belum bisa disanggupi, persaingan yang banyak, kurangnya bahan konsentrat dan perubahan selera konsumen. Pabrik pakan ternak dalam pengembangan usahanya berdasarkan hasil analisis SWOT berada pada kuadran I yang berarti strategi agresif (Sstrategi SO) yaitu strategi memperluas jaringan dan pemanfaatan pangsa pasar. Dan strategi ini terdapat 5 strategi pengembangan, yaitu : 1) Menggunakan modal dengan efektif dan meningkatkan produksi guna memenuhi permintaan pasar yang besar; 2) Mempererat kerjasama dengan produsen dan konsumen sehingga pabrik dapat beroperasi dengan stabil; 3) Menetapkan harga jual karena stabilnya harga bahan baku; 4) Meningkatkan kualitas dan mutu produk agar dapat bersaing dengan produk lainnya; 5) Meningkatkan produksi untuk dapat memenuhi permintaan konsumen.

Kata kunci : Strategi, Pengembangan, Pabrik, Pakan Ternak.

Abstract. The province of Aceh to import feed from outside the area, particularly from Medan. Due to the dependence of feed originating from outside the area, Aceh can not control the price of feed which is circulated so the price of feed fluctuates. Market feed itself controlled by two large companies, As in the quotation from the department of animal husbandry Aceh. The price of feed in Aceh that is similar to the 7200 in Indonesian rupiah per kilogram. UPTD Tenak the Poultry Non Ruminant has been operating since 2013 with a total budget for the construction of the plant amounted to 4.5 billion rupiah. So it's necessary to do the development of the plant by knowing the right strategies, in order to keberlangsungan to continue to reproduce. Research strategy the development of a livestock feed factory aims to determine the internal and external factors that affect the development of the feed mill, as well as to determine the development strategy be an alternative in Livestock Feed Factory Laying Chicken. The results showed that the key factors of internal on the strength of which is owned by the finance/insufficient capital, business management regular, raw materials which have been fulfilled, the quality and the quality of the product mumpuni, strategic business location, promotion through print media and internal factors on the weakness consists of the human resources are still lacking, limited production, the absence of label, and the brand and the price has not been established. Factors Eksternal on opportunities is a large market share, cooperation with suppliers, raw material prices stable, government policies are very supportive, the social economy of the community and a good relationship with consumers and external factors on the threat consists of requests that could not be promised, the competition that much, lack of concentrate and changes in consumer tastes. Animal feed factories in developing its business based on the results of the SWOT analysis is in quadrant I, which means an aggressive strategy (Sstrategi SO) is a strategy to expand the network and the utilization of market share. And this strategy there are 5 strategy development, namely : 1) Use the capital effectively and increase production to meet the huge market demand; 2) Strengthen cooperation with manufacturers and consumers so that the plant can operate stable; 3) Establish a selling price because of stabilizing raw material prices; 4) Improve the quality and the quality of products in order to compete with other products; 5) Increase production to meet consumer demand.

Keywords: Strategy, Development, Factory, Fodder

PENDAHULUAN

Pakan adalah semua bahan baku yang mengandung zat-zat yang diperlukan tubuh ternak seperti karbohidrat, lemak, protein, mineral, dan air (Nurmalina, *et al.* 2010). Pakan ternak harus terjaga kualitas dan kuantitasnya agar proses produksi yang dihasilkan menjadi baik (Anas *et al.* 2011).Kebutuhan pakan ternak akan pakan terdiri dari atas kebutuhan hidup pokok dan kebutuhan produksi. Ternak yang memperoleh makan yang hanya cukup untuk kebutuhan hidup pokok, bobot badannya akan tetap. Ternak yang memperoleh makanan lebih dari kebutuhan pokok, maka sebagian kelebihan makanan yang akan digunakan untuk kebutuhan produksi (Tillman *et al.* 1984).

Seperti yang dikutip dari medianbisnis daily bahwa kebutuhan telur ayam di Aceh yaitu sebesar 1,8 juta telur perhari, jadi dalam satu bulan maka diperlukan sebanyak 54 juta butir telur untuk memenuhi kebutuhan permintaan telur di Aceh. Untuk saat ini pemerintah Aceh hanya mampu memenuhi kebutuhan telur sebanyak 5% atau 38.000 telur ayam ras melalui peternakan ayam ras petelur yang ada di Gampong Data Makmu, Blang Bintang, Kabupaten Aceh Besar. Untuk memenuhi permintaan pakan yang ada maka didirikan pabrik pakan ternak ayam ras petelur.

Provinsi Aceh sendiri memiliki pabrik pakan ternak ayam ras peterlur yang berada di bawah UPTD Balai Tenak Unggas Non Ruminansia yang mulai beroperasi sejak tahun 2013 dengan total anggaran untuk pembangunan pabrik sebesar 4,5 miliar rupiah. Pada tiga tahun pertama sejak beroperasi (2013-2016), pabrik dikelola oleh pihak swasta namun tidak produktif sehingga pada tahun 2017 pabrik dikembalikan kepada Dinas Peternakan Aceh.Menurut Hasan dalam Serambinews pengoperasian pabrik pakan tersebut dapat menekan biaya pembelian pakan ayam hingga 30% lebih.Pabrik pakan tersebut mampu memproduksi pakan ayam siap saji sebanyak 6 juta ton perhari. Penekanan biaya pembelian pakan dapat dilakukan lebih apabila bahan baku yang digunakan dalam pembuatan pakan dapat mencukupi.

Ketersediaan bahan baku pakan merupakan salah satu faktor penting bagi industri pakan ternak dalam menjaga kualitas, kuantitas dan kesinambungan pakan. Bahan baku pakan yang sebagian besar mempunyai sifat musiman, ketersediaannya sering berfluktuasi sedangkan industri pakan ternak cenderung membutuhkan bahan baku dalam jumlah tetap. Dengan demikian ketersediaan bahan baku sangat menentukan terlaksananya proses produksi secara optimal, sehingga rencana produksi dapat direalisasikan. Mengingat industri pakan ternak memiliki potensi strategis dalam pembangunan usaha peternakan, perkembangan industri pakan harus didukung dengan pengadaan bahan baku yang tepat waktu, tempat, bentuk, jumlah dan harga, untuk memenuhi keperluan bahan baku pabrik masih harus perlu mengeksplor bahan baku dari Medan, Sumatera Utara.

Sejatinya pabrik pakan ayam ras petelur bisa berproduksi maksimal selama 8 jam sehari dapat menghasilkan sebesar 8 ton pakan, ataupun outpun yang dapat dihasilkan oleh pabrik yaitu untuk memenuhi kebutuhan pakan yang ada di area peternakan di Blang Bintang, dapat memenuhi kebutuhan pakan kepada peternak ayam ras petelur di Blang Bintang. Pabrik pakan yang baru berdiri pada tahun 2013, masih belum mampu bersaing dengan pabrik pakan lainnya yang sudah lebih lama berdiri dan terkenal di masyarakat.Maka dari itu perlu dilakukannya pengembangan terhadap pabrik dengan mengetahui strategi-strategi yang tepat, guna keberlangsungan untuk terus bereproduksi.

Menurut David (2011), manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi untuk mencapaitujuannya. Proses manajemen strategik itu sendiri terdiridari tiga tahap yaitu perumusan strategi, implementasistrategi dan evaluasi strategi. Manajemen strategik pada sektor publik didefinisikan sebagai integrasi pada semua level organisasi dari proses manajemen secara terus menerus dalam perumusan, implementasi dan evaluasi masa depan organisasi dengan di luar batasan tahun fiskal dan sistem manajemen operasi (Martin, 2012). Strategi merupakan suatu usaha untuk memadukan keahlian dan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi dengan peluang yang ada di luar lingkungan organisasi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pabrik pakan ternak ayam ras petelur dan Untuk mengetahui strategi pengembangan

pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia Kecamatan Blang Bintang Kabupaten Aceh Besar.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Di Kecamatan Blang Bintang Kabupaten Aceh Besar karna memiliki pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan dengan sengaja (*purpsive*) dengan adanya pertimbangan bahwa di kecamatan tersebut memiliki pabrik pakan ternak ayam ras petelur yang berada di bawah Dinas Peternakan Aceh.

Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia. Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah terbatas pada produksi dan strategi pengembangan.

Populasi dan Sampel

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Data yang digunakan adalah berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dan kuisioner dengan pihak Pabrik Pakan Ternak Ayam Ras Peterlur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia, yaitu kepala UPTD Balai Ternak Non Ruminansia dan Kepala Seksi bagian pakan. Peilihan responden adalah asumsi bahwa pihak-pihak tersebut merupakan pihak-pihak yang paling mengetahui tentang keadaan pabrik. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka, Dinas Peternakan Aceh, BPS dan Kementerian Pertanian.

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan menggunakan data primer dan data sekunder.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Adapun perencanaan strategi pengembangan melalui dua tahap, yaitu pertama tahap input atau pemasukan data menggunakan matriks IFE (Faktor Internal) dan matriks EFE (Faktor Eksternal). Dan kedua tahap pencocokan dengan menggunakan matriks IE (internal-eksternal) dan matriks SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor yang di analisis adalah faktor-faktor kunci internal usaha pabrik pakan ternak ayam petelur. Strategi ini merupakan faktor kekuatan dan kelemahan yang terdiri dari nilai bobot dan peringkat serta skor seperti pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Analisis Matriks Internal Pabrik Pakan Ternak Ayam Ras Petelur

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Peringkat	Skor
	Faktor Kekuatan			
1	Keuangan/modal yang mencukupi	0,105	4	0,420
2	Manajemen usaha yang teratur	0,120	3	0,360
3	Bahan yang telah tercukupi	0,105	3	0,315
4	Kualitas dan mutu produk yang mempuni	0,090	3	0,270
5	Lokasi usaha yang strategis	0,095	4	0,380
6	Promosi melalui media cetak	0,090	3	0,270
	Subtotal			2,015
	Faktor Kelemahan			
1	Sumberdaya manusia yang masih kurang	0,100	1	0,100
2	Produksi yang terbatas	0,110	2	0,220
3	Belum adanya label/merek	0,100	2	0,200
4	Harga yang belum diterapkan	0,085	2	0,170
	Subtotal			0,690
	Total	1,000		2,705

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 1 keseluruhan total nilai skor dari faktor-faktor internal pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia memberikan respon terhadap kekuatan dan kelemahan sebesar 2,705. Hal ini menunjukkan bahwa pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia mampu memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi kelemahannya dengan subtotal skor kekuatan 2,015 dan subtotal skor kelemahan lebih rendah yaitu sebesar 0,690.

Pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia memiliki keuangan/modal yang telah diberikan sehingga semua keperluan tercukupi dengan skor tertinggi yaitu 0,420 dan posisi kedua dengan skor 0,380 yaitu lokasi usaha yang strategis karna terletak jauh dari pemukiman warga dan sangat cocok untuk membuka usaha tersebut sehingga hal ini merupakan kekuatan yang harus di pertahankan. Faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan utama berdasarkan skor terendah adalah sumberdaya manusia yang masih kurang sehingga hanya memiliki skor sebesar terendah sebesar 0,100 dan kelemahan selanjutnya berupa harga yang masih belum diterapkan yaitu hanya memiliki skor sebesar 0,170 hal-hal ini merupakan kelemahan yang harus segera diatasi.

2. Analisis Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Analisis faktor eksternal mendefinisikan faktor peluang yang dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang harus di hadapi oleh Pabrik Pakan Ternak Ayam Ras Petelur. Faktor-faktor kunci eksternal yang terdiri dari nilai bobot dan peringkat serta skor seperti pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Analisis Matriks Eksternal Pabrik Pakan Ternak Ayam Ras Petelur

No	Faktor Kunci Eksternal Peluang	Bobot	Peringkat	Skor
1	Pangsa pasar yang besar	0,125	4	0,500
2	Kerjasama dengan pemasok	0,090	3	0,270
3	Harga bahan baku yang stabil	0,950	2	1,900
4	Kebijakan pemerintah yang mendukung	0,105	4	0,420
5	Sosial ekonomi masyarakat	0,110	3	0,330
6	Hubungan dengan konsumen	0,120	2	0,240
Subtotal				3,660
No	Ancaman	Bobot	Peringkat	Skor
1	Permintaan yang belum bisa disanggupi	0,055	4	0,220
2	Persaingan yang banyak	0,115	3	0,345
3	Kurangnya bahan konsentrat	0,100	2	0,200
4	Perubahan selera konsumen	0,050	2	0,100
Subtotal				0,865
Total		1,000		4,525

Pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia memiliki peluang besar terhadap harga bahan baku utama yaitu jagung dan dedak yang masih stabil harganya dengan skor tertinggi yaitu 1,900 dan posisi kedua dengan memiliki peluang yaitu permintaan pasar yang sangat tinggi dengan skor 0,500 karna pakan ayam merupakan kebutuhan pokok bagi peternak ayam ras petelur hal ini merupakan peluang yang sangat besar untuk dimanfaatkan dengan baik.

Faktor-faktor eksternal yang menjadi ancaman terbesar berdasarkan skor tertinggi adalah persaingan yang sangat banyak dari perusahaan sejenis lainnya karna adaperusahaan besar yang bergerak pada pakan ternak dan skor yang didapatkan yaitu sebesar 0,345 dan ancaman selanjutnya yaitu permintaan dari konsumen yang masih belum bisa di sanggupi oleh pabrik pakan ternak dengan skor yang sebesar 0,220 hal-hal ini merupakan ancaman yang harus dihadapi untuk keberlangsungan pengoperasian pabrik.

C. Tahap Pencocokan

Tahap pencocokan merupakan tahap kedua dalam proses perumusan strategi dan berfungsi untuk memadukan peluang dan ancaman dari lingkungan dengan kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada pabrik pakan ternak ayam ras petelur. Alat analisis yang digunakan adalah matriks IE (*Internal-External*) dan matriks SWOT (*Strengths Weakness Opportunities Threats*).

1. Matriks IE (*Internal-External*)

Matriks IE digunakan untuk melihat posisi perusahaan pada kondisi pertumbuhan dan persaingan usaha yang akan dihadapi perusahaan. Matriks IE menempatkan perusahaan dalam sembilan sel. Faktor-faktor yang mempengaruhi pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia dari internal dan eksternal telah teridentifikasi dan diberikan skor. Total skor IFE yang dimiliki oleh Pabrik Pakan Ternak Ayam Ras Petelur adalah 2,705 dan total skor EFE adalah 4,525. Total skor dari matriks EFE 4,525 menggambarkan respon yang diberikan lingkungan eksternal berada di atas rata-rata dalam memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman. Total skor IFE yaitu 2,705 menggambarkan Pabrik Pakan Ternak UPTD Balai Ternak Non Ruminansia berada pada kondisi internal rata-rata, hal ini dapat ditunjukkan pada koordinat 4,525; 2,705 atau pada matriks IE berikut :



Gambar 1. Digram Matriks IE (Internal-External)

Pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia berada pada kuadran II, yaitu kondisi tumbuh dan berkembang (*grow and built*). Strategi yang dapat dijalankan adalah strategi intensif dan integratif. Strategi intensif terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Strategi ini memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan distributor, pemasok, dan/atau pesaing (David, 2009).

2. Analisis SWOT (*Strength Weakness Opportunities Threats*)

Berbagai alternatif strategi dapat dirumuskan berdasarkan model analisis matriks SWOT. Alternatif strategi SWOT berdasarkan kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Strategi yang dapat dilakukan terdiri dari empat macam strategi, yaitu : strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT, maka alternatif strategi yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

a) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi yang dapat diterapkan pada pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia yaitu :

1. Menggunakan modal dengan efektif dan meningkatkan produksi guna memenuhi permintaan pasar yang besar.

Modal yang telah diberikan oleh Dinas Peternakan Aceh kepada pabrik adalah untuk mengoperasikan pabrik, dan meningkatkan produksi sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen terhadap pakan ayam ras petelur.

2. Mempererat kerjasama dengan produsen bahan baku dan konsumen yang akan sehingga pabrik dapat beroperasi dengan stabil.

Kerjasama adalah satu hal yang sangat diperlukan. Oleh karena itu kerjasama dengan produsen pemasok bahan baku adalah keperluan yang sangat perlu dilaksanakan untuk memenuhi suplai bahan baku. Dengan konsumen juga sangat perlu dalam melaksanakan kerjasama, karna dengan hal demikian akan membuat pakan yang telah dihasilkan bisa langsung dijual ke pembeli tetap.

b) Strategi S-T (*Strenght-Threats*)

Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman yang ada. Adapun strategi yang dapat diterapkan di pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia yaitu :

1. Meningkatkan kualitas dan mutu produk agar dapat bersaing dengan produk lainnya.

Kekuatan SDM dapat memberikan kontribusi kepada kualitas dan mutu produk yang diciptakan oleh pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia dengan menciptakan produk-produk baru dan menjaga stabilitas keunggulan produk, sehingga produk yang diciptakan oleh pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia dapat bersaing dengan produk sejenis yang diproduksi oleh pabrikan lainnya. Misalnya dengan memberikan identitas atau ciri-ciri pada setiap produk sehingga konsumen dapat mengenali produk yang dihasilkan.

Pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia bisa menggunakan bahan baku utama dan bahan konsentrad yang kualitasnya terbaik sehingga mampu menghasilkan produk pakan yang sangat berkualitas yang akan dijual ke konsumen nantinya. Dengan meningkatnya kualitas dan mutu produk maka kepercayaan dari konsumen akan terjaga.

c) strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi WO adalah strategi untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi yang dapat diteapkan pada pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia yaitu :

1. Menetapkan harga jual karna stabilnya harga bahan baku

Bahan baku adalah kebutuhan pokok dalam pembuatan pakan ternak, karna bahan baku adalah kebutuhan utama yang sangat diperlukan. Dengan menetapkan harga jual untuk di konsumsi oleh konsumen luar akan sangat berpengaruh kepada pengoperasian pabrik. Harga jual yang akan ditetapkan akan membuat pemasukan pabrik menjadi teratur karna hal ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan pabrik.

d) Strategi W-T (*Weakness-Opportunities*)

Strategi WT adalah strategi untuk mengatasi kelemahan internal dan meminimalkan ancaman yang ada. Adapun strategi yang dapat diterapkan oleh pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia yaitu :

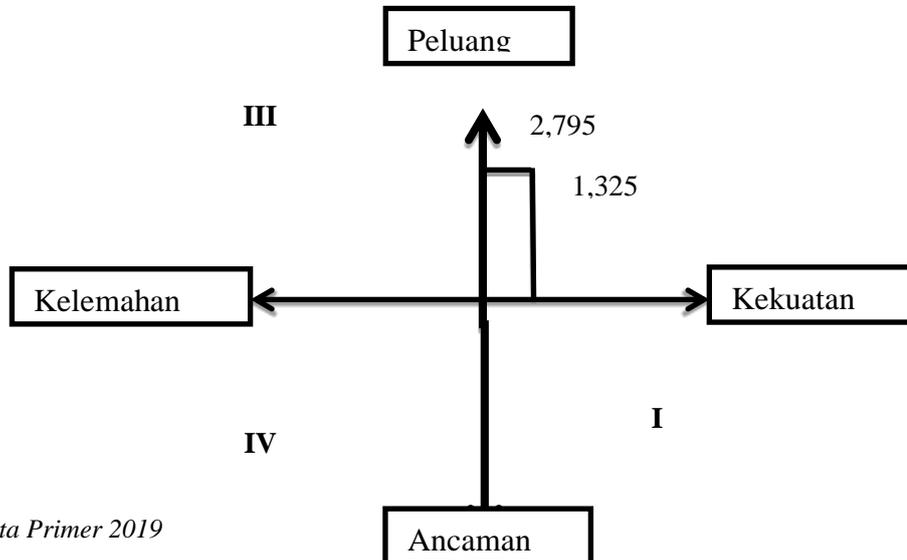
1. Meningkatkan produksi untuk memenuhi permintaan konsumen

Produksi yang masih terbatas menjadi masalah yang di pabrik, sedangkan permintaan konsumen yang banyak terhadap pakan yang dihasilkan. Oleh karena itu, strategi yang dapat ditereapkan yaitu dengan menambah jumlah produksi pakan, misal dalam sehari selama 8 jam pengopeasian bisa menghasilkan 30 ton pakan, maka produksi harus dilakukan atau pengoperasian pabrik harus dilakukan setiap hari, kecuali hari libur. Dengan produksi yang berkesinambungan maka permintaan konsumen akan kebutuhan pakan akan tercukupi dan pabrik pakan tidak akan pernah kekurangan dalam penyediaan pakan.

Diagram Matriks SWOT (*Strengths Weakness Opportunities Threats*)

Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan memiliki skor 2,015 dan kelemahan 0,690 dan jika dijumlahkan maka hasil selisih antara kekuatan dan kelemahan adalah sebesar 1,325, sedangkan peluang dengan total skor 3,66 dan ancaman dengan total skor 0,865 dan jika dijumlahkan maka hasil selisih antara peluang dan ancaman adalah sebesar 2,795. Selanjutnya kedua hasil analisis

penjumlahan tersebut diletakkan pada diagram analisis SWOT. Skor faktor internal menjadi titik pada sumbu X dan skor faktor eksternal menjadi titik pada sumbu Y. Pertemuan antara titik pada sumbu X dan sumbu Y menggambarkan posisi pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia, posisi tersebut dapat dilihat pada gambar 2.



Sumber : Data Primer 2019

Gambar 2. Diagram Matriks SWOT Pabrik Pakan Ternak Ayam ras Petelur

Pada Gambar 2 terlihat bahwa pertemuan antara faktor internal dan faktor eksternal terletak pada titik koordinat (1,325;2,795), hal ini menunjukkan bahwa Pabrik Pakan Ternak UPTD Balai Ternak Non Ruminansia berada pada kuadran I. Kuadran I merupakan kekuatan strategi agresif, yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia memiliki kekuatan dan dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Output yang dapat dihasilkan dari strategi S-O ini adalah menggunakan modal dengan efektif dan meningkatkan produksi guna memenuhi permintaan pasar yang besardan memepererat kerjsama dengan produsen dan konsumen sehingga pabrik dapat beroperasi dengan stabil.

Hasil analisis SWOT pada pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kondisi Internal pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia dapat dilihat pada tabel 7 yang bernilai 2,750 diperoleh dari penjumlahan bobot item pada masing-masing indikator kekuatan dan kelemahan penilaian responde I ikalikan peringkat masing-masing indikator faktor kekuatan dan kelimaha. Kondisi pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia dinyatakan baik karena nilai-nilai faktor kekuatan lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata kelemahan. I
2. Kondisi eksternal pabrik pakan ternak ayam ras peletur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia dapat dilihat pada tabel 8 yang bernilai 4,525 diperoleh dari penjumlahan bobot item pada masing-masing indikator peluang dan ancaman penilaian responden dikalikan peringkat masing-masing indikator peluang dan ancaman.
3. Posisi pabrik berada pada posisi kuadran 1 yang menunjukkan pertumbuhan. Pada kuadran 1 matriks internal eksternal (IE) nilai internal dan eksternal pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia memiliki nilai lebih dari 3, sehingga dapat disimpulkan bahwa pabrik dalam posisi kuat dan peluang yang baik. Identifikasi pada faktor internal dan eksternal maka menciptakan empat strategi utama, yaitu strategi : SO (*strenght* dan *opportunities*), strategi WO (*weakness* dan *opportunities*), strategi ST (*strenght* dan *treats*) strategi WT (*weakness* dan *treats*) yang secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Matriks SWOT Pabrik Pakan Ternak Ayam Ras Petelur

Faktor Internal (IFE)	<i>Keukuatan/Strengths (S)</i> 1. Keuangan/modal yang mencukupi 2. Manajemen usaha yang teratur 3. Bahan baku yang telah tercukupi 4. Kualitas dan mutu produk yang mempuni 5. Lokasi usaha yang strategis 6. Promosi melalui media cetak	<i>Kelemahan/Weakness (W)</i> 1. Sumberdaya manusia yang masih kurang 2. Produksi yang terbatas 3. Belum adanya label/ merek 4. Harga yang belum ditetapkan
Faktor Eksternal (EFE)		
<i>Peluang/Opportunities (O)</i> 1. Pangsa pasar yang besar 2. Kerjasama dengan pemasok 3. Harga bahan baku yang stabil 4. Kebijakan pemerintah yang sangat mendukung 5. Sosial ekonomi masyarakat 6. Hubungan dengan konsumen	<i>Strategi S-O</i> 1. Menggunakan modal dengan efektif dan meningkatkan produksi guna memenuhi permintaan pasar yang besar 2. Memperat kerjasama dengan produsen dan konsumen sehingga pabrik dapat beroperasi dengan stabil	<i>Strategi W-O</i> 1. Menetapkan harga jual karna stabilnya harga bahan baku
<i>Ancaman/Threats (T)</i> 1. Permintaan yang belum bisa disanggupi 2. Persaingan yang bany ak 3. Kurangnya bahan konsentrat 4. Perubahan selera konsumen	<i>Strategi S-T</i> 1. Meningkatkan kualitas dan mutu produk agar dapat bersaing dengan produk lainnya	<i>Strategi W-T</i> 1. Meningkatkan produksi untuk dapat memenuhi permintaan konsumen

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia berupa faktor kekuatan terdiri dari : a. Faktor internal terdiri dari:
 - Faktor kekuatan terdiri dari: 1) keuangan/modal yang mencukupi; 2) manajemen usaha yang teratur; 3) bahan baku yang telah tercukupi; 4) kualitas dan mutu produk yang mempuni; 5) lokasi usaha yang strategis; 6) promosi melalui media cetak..
 - Faktor kelemahan terdiri dari : 1) sumberdaya manusia yang masih kurang; 2) produksi yang terbatas; 3) belum adanya label/merek; 4) harga yang belum ditetapkan.
- b. Faktor eksternal yang mempengaruhi usaha minyak nilam terdiri dari:
 - Faktor peluang yang terdiri dari : 1) pangsa pasar yang besar; 2) kerjasama dengan pemasok; 3) harga bahan baku yang stabil; 4) kebijakan pemerintah yang sangat mendukung; 5) sosial ekonomi masyarakat; 6) hubungan dengan konsumen.
 - Faktor ancaman terdiri dari : 1) permintaan yang belum bisa disanggupi; 2) persaingan yang banyak; 3) kurangnya bahan konsentrat dan 4) perubahan selera konsumen
2. Strategi pabrik pakan ternak ayam ras petelur berdasarkan analisis SWOT berada pada kuadran I yaitu berarti strategi strategi agresif (SO) (menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang) dan terdapat 5 strategi untuk pengembangan berdasarkan prioritas, yaitu :
 - a. Menggunakan modal dengan efektif dan meningkatkan produksi guna memenuhi permintaan pasar yang besar;
 - b. Memperat kerjasama dengan produsen dan konsumen sehingga pabrik dapat beroperasi dengan stabil;

- c. Menetapkan harga jual karna stabilnya harga bahan baku;
- d. Meningkatkan kualitas dan mutu produk agar dapat bersaing dengan produk lainnya;
- e. Meningkatkan produksi untuk dapat memenuhi permintaan konsumen.

Saran

Adapun saran untuk pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia adalah:

Sebaiknya melakukan strategi prioritas seperti meningkatkan kapasitas produksi guna dapat memenuhi permintaan pasar yang semakin bertambah dan melakukan kerjasama dengan distributor untuk memenuhi kebutuhan bahan baku dan kerjasama dengan konseumen sehingga dapat menjual apakan secara efektif mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pabrik pakan ternak ayam ras petelur UPTD Balai Ternak Non Ruminansia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aedah, S. 2016. Perancangan Strategi Bersaing Industri Unggas Ayam Kampung (Studi Kasus PT. Dwi dan Rachmat Farm, Bogor). Tesis. Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Alamsyah R. 2005. *Pengolahan Pakan Ayam dan Ikan Secara Modern*. Jakarta (ID): Penebar Swadaya.
- Anas S, Zubair A, Rohmadi D. 2011. Kajian pemberian pakan kulit kakao fermentasi terhadap pertumbuhan sapi bali. *Agrisistem*. 7(2):79-86.
- Handoyo.2013. Produksi Pakan Bisa Tunbuh 12% di Tahun Ini.Kontan.14 Januari 2013. Hal 5
- Hasibuan, N. 1993.*Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli dan Regulasi*. LP3ES, Jakarta.
- Hunger JD, Wheelen TL. 2001. *Manajemen Strategis*. Andi.Yogyakarta.
- Jauch Lawrence R. & Glueck William F. (1989).*Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. Erlangga. Jakarta.
- Kementerian Perindustrian Republik Indoensia. Berita: Pertumbuhan Industri Pakan Ternak Melambat. [http://kemenperin.go.id/artikel/7974-Pertumbuhan-Industri-Pakan-Ternak Melambat](http://kemenperin.go.id/artikel/7974-Pertumbuhan-Industri-Pakan-Ternak-Melambat). Diakses tanggal 24 Mei 2019.
- Kementerian Pertanian RI. 2015. Outlook Komoditas Pertanian Subsektor Tanaman Pangan : Jagung 2015. Pusat Data dan Sistem Informasi, Kementerian Pertanian RI., Jakarta.
- Khazali, R. 1992. *Manajemen Periklanan, Konsep, dan Aplikasinya di Indonesia*. PT Pustaka Utama Graviti. Jakarta
- Kinnear, T. C., & Taylor, R (1998) *Riset Pemasaran*.Jakarta; Erlangga.
- Ling, A. 2013.Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Mengah (Studi Deskriptif pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya). Jurnal Agora. 1: 1 (1).
- Marimin, M. 2008. *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan Dalam Manajemen Rantai Pasok*. Bogor: IPB Press.
- Martin, S,M dan Anwar, Y. 2012. *Impact of Corporate Social Responsibility Toward Firm Value and Profitability*. The Business Review. Cambridge: Vol 19
- Nurmalina, et al. 2010. Studi Kelayakan Bisnis. Bogor : Departemen Agribisnis FEM-IPB.Parakkasi
- A. 1999. *Ilmu Nutrisi dan Makanan Ternak Ruminansia*.Universitas Indonesia Pr. Jakarta.
- Purba H J. 1999. *Keterkaitan Pasar Jagung dan Pakan Ternak yam Ras di Indonesia: Suatu Analisis Simulasi*.Tesis.Program Pascasarjana.Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Ramli, H. 2018. Pabrkkik Pakan Ayam Kembali Beroperasi. Serambi Indonesia: 09 Agustus 2018. Hal 17.
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rasyid, M.M. 2017. Strategi Pemasaran Ayam Buras di Desa Tugondeng Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba.Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar.

- Reksohadiprodjo, S. 2003, Manajemen Strategi, Edisi Keempat. BPFE Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Retnani Y. 2011. *Proses Produksi Pakan Ternak*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.
- Rosmiati. 2017. Analisis Kelayakan Pabrik Pakan Ternak Dengan Pemanfaatan Limbah Pertanian dan Agroindustri di Kecamatan Cigugur Kuningan. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Setyoeini, H. *et al.* (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. Vol. 5. No 1 : 46:53. ISSN 2252-7877
- Sugiono, S dan Bambang H. 2013. Manajemen Bisnis dan Pengembangan fungsi produksi/operasi bisnis pakan ternak unggas pada PT. XYZ unit gedangan di Siduarjo. *Jurnal Agora*. 1: 1
- Suharno, B dan Nazaruddin., 1994. *Ternak Komersial*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suprijatna, E., Umiyati Atmomarsono, Ruhayat Kartasudjana. 2008. *Ilmu Dasar Ternak Unggas*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Tillman A, *et al.* 1984. *Ilmu Makanan Ternak Dasar*. Gajah Mada University Pr. Yogyakarta.
- Tsaniyah L, Hartisari Hardjomidjojo dan Sapta Raharja. 2014. Optimisasi Model Keamanan Pangan Pada Sistem Manajemen Industri Pakan Unggas. *Proceed. Seminar Nasional IDEC 2014-Surakarta*.
- Yunianto, A. F. 2015. Urgensi Tradisi *Gaduh* Bagi Hasil Hewan Ternak Dalam Kaitannya Dengan Peningkatan Pendapatan Masyarakat Di Dusun Jeruk Wangi Desa Bedono Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Skripsi. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Yunus, A. 2009. *Guru dan Pembelajaran Bermutu*. Rizki Press. Bandung.