STRATEGI BISNIS USAHA PETERNAKAN BROILER
(Studi Kasus: Usaha Peternakan Broiler Neka Group
di Jorong Ampang Gadang Kecamatan Gugak Kabupaten 50 Kota)

SKRIPSI

Oleh :

YUDHI SAPHUTRA
01 164 097

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS ANDALAS
UPT PERPUSTAKAAN

FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008

STRATEGI BISNIS USAHA PETERNAKAN BROILER
(Studi Kasus Usaha Peternakan Broiler Neka Group di Jorong Ampang Gadang Kecamatan Guguk Kabupaten 50 Kota)

Yudhi Saphutra, di bawah bimbingan
Bapak Rahmad Syafriardi, SP, MM dan Ibu Jumatri Yusri,SPt, MM
Program Studi Sosial Ekonomi, Jurusan Produksi Ternak Fakultas Peternakan
Universitas Andalas Padang 2008

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada usaha peternakan broiler Neka Group yang berada di Jorong Ampang Gadang Kenagarian Tujuh Koto Talago Kecamatan Guguak Kabupaten Lima Puluh Kota. Penelitian ini dilakukan dari tanggal 29 Mei 2008 sampai 10 Juni 2008.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan), dan lingkungan ekternal (peluang dan ancaman), serta merumuskan strategi bisnis peternakan broiler Neka Group.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive). Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung dan wawancara dengan pimpinan perusahaan dan karyawan Neka Group. Data sekunder didapat dari instansi-instansi pemerintah yang terkait dengan penelitian ini.

Dari hasil penelitian dapat dirumuskan beberapa strategi yaitu: meningkatkan produksi dengan membangun kandang baru, mendirikan poultri shop untuk meningkatkan posisi tawar terhadap pemasok, mempekerjakan pegawai khusus menangani urusan pemasaran untuk memotong jalur distribusi produk ke konsumen, pengembangan pasar dengan menjual produk ke daerah baru, meningkatkan frekwensi pemberian pakan dan pengamatan broiler dan memperbaiki sistim pengorganisasian perusahaan, membentuk suatu wadah kerja sama antara peternak mandiri dalam memasarkan produk serta dalam mendapatkan pasokan input produksi, dan mendirikan usaha yang dapat memberikan nilai tambah pada broiler. Strategi prioritasnya adalah meningkatkan produksi dengan membangun kandang baru.

Kata Kunci: Strategi, broiler

I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Usaha peternakan ayam ras pada umumnya dan usaha broiler pada khususnya mulai dari tahun 1998 sampai sekarang adalah usaha yang tak putus diterpa badai resesi. Mulai dari krisis moneter sampai kenaikan harga BBM sehingga banyak para peternak yang mengalami kebangkrutan, namun masih ada yang mampu bertahan dan masih tetap exits sampai saat ini. Sebab produk yang dihasilkan usaha ini sangat komersil selain harga yang cukup terjangkau kandungan gizinya juga sangat baik.

Daging merupakan bahan pangan protein hewani yang sampai saat ini masih sangat banyak dikonsumsi dan disukai oleh masyarakat. Daging broiler adalah salah satu produk daging yang banyak dikonsumsi masyarakat. Broiler mengambil peranan yang penting dalam penyediaan dan pemenuhan gizi masyarakat khususnya protein hewani. Pasca kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) berdampak pada penurunan tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk daging. Produk daging seperti daging ayam, masih memiliki peluang untuk dikonsumsi oleh seluruh lapisan konsumen karena daging ayam memiliki keunggulan dibanding daging ruminansia antara lain harga masih cukup terjangkau.

Konsumsi daging broiler di Sumatera Barat saat ini cenderung terus semakin meningkat yaitu 7.792.558 kg (Dinas Peternakan 2006) yang mana tahun 2005 konsumsi daging broiler sebesar 7.770.043 kg (Dinas Peternakan 2005). Oleh karena itu bisnis broiler merupakan peluang bisnis yang cukup baik. Hal ini

dapat menjadi faktor pendorong bagi munculnya perusahaan peternakan broiler untuk meningkatkan produksinya.

Peningkatan permintaan daging broiler terutama di Sumatera Barat merupakan peluang. Peluang ini mendorong pengusaha untuk masuk kedalam usaha perternakan broiler, sehingga persaingan dalam memenuhi permintaan pasar akan semakin ketat. Semakin ketatnya persaingan akan menuntut setiap perusahaan untuk menganalisis setiap perubahan dalam lingkungan usahanya untuk menetapkan strategi yang tepat dalam menjalankan kegiatan usahanya. Bertambahnya perusahaan dan industri akan menimbulkan perubahan dalam struktur persaingan. Perubahan ini akan meningkatkan persaingan diantara perusahaan–perusahaan yang ada. Persaingan menuntut perusahaan melakukan penyesuaian yang cepat dan terencana.

Strategi bisnis merupakan upaya untuk mencapai posisi dalam industri yang dimasuki agar bisa memenangkan persaingan. Strategi bisnis juga di perlukan dalam mengembangkan perusahaan. Strategi perusahaan akan berpengaruh dalam jangka panjang dalam kelangsungan usaha. Oleh karena itu perusahaan memerlukan suatu perumusan strategi bisnis untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan peternakan yang lain. Kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang mempengaruhi baik dari lingkungan internal maupun lingkungan ekternal perusahaan menuntut adanya proses manajemen strategis dalam perusahaan.

Perusahaan peternakan broiler dalam menetapkan strategi bersaing yang tepat membutuhkan analisis mengenai lingkungan usahanya. Analisis ini meliputi lingkungan internal dan lingkungan ekternal perusahaan. Melalui analisis usaha,

V. PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada usaha peternakan broiler Neka Group dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yaitu:

1. Strategi SO (kekuatan-peluang)

a. Meningkatkan produksi dengan membangun kandang baru

b. Mendirikan poultri shop untuk meningkatkan posisi tawar terhadap pemasok

c. Mempekerjakan pegawai khusus menangani urusan pemasaran untuk memotong jalur distribusi produk ke konsumen.

2. Strategi WO (kelemahan-peluang)

a. Pengembangan pasar dengan menjual produk ke daerah baru.

b. Meningkatkan frekwensi pemberian pakan dan pengamatan broiler dan memperbaiki sistim pengorganisasian perusahaan

3. Strategi WT (kelemahan-ancaman)

a. Membentuk suatu wadah kerja sama antara peternak mandiri dalam memasarkan produk serta dalam mendapatkan pasokan input produksi.

4. Strategi ST (kekuatan - ancaman)

a. Mendirikan usaha yang dapat memberikan nilai tambah pada broiler.

Dari alternatif-alternatif strategi di atas dapat dipilih strategi prioritas yaitu Meningkatkan produksi dengan membangun kandang baru

B. SARAN

Untuk mengembangkan usaha peternakan Neka Group dimasa yang akan datang, diharapkan agar pemilik peternakan lebih memperhatikan lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Karena lingkungan sangat berpengaruh pada

perusahaan baik secara langsung ataupun tidak. Pengaruhnya bisa timbul dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Aronaga, P. 1997. Manajemen Bisnis. Rineka Cipta, Jakarta.

Assouri, S. 1993. Manajemen Produksi dan Operasi. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Card, L. E and M. C. Nesheim. 1972. Poutry Production. Lea and Febinger, Philadelpia.

David, F. R. 2004. Manajemen Strategis, Edisi Tujuh. PT. Prehallindo, Jakarta.

Dinas Peternakan 2005. Data Base Peternakan Sumatera Barat. Dinas Peternakan, Padang.

_____ 2006. Data Base Peternakan Sumatera Barat. Dinas Peternakan, Padang.

Direktorat Bina Usaha Petani Ternak dan Pengolahan Hasil Peternakan. 1989. Usaha Peternakan Perencanaan Usaha, Analisa dan Pengelolaan. Departemen Pertanian, Jakarta.

Downey, D dan S. P. Erickson. 1992. Manajemen Agribisnis. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Harahap, S. S. 1994. Akuntansi Aktiva Tetap. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

----------, 2001. Analisa Kritis Atas Analisa Keuangan. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Haryono, J. 1981. Dasar-Dasar Akuntansi. Akademi Akuntansi YKPN, Yogyakarta.

Jauch, L. R dan W. F. Glueck. 1993. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan. Erlangga, Jakarta.

Kadarsan, H. 1995. Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kartasapoetra, A. G. 1988. Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian. Bina Aksara, Jakarta.

Kusnadi, 2000. Pengantar Manajemen Strategi. Universitas Brawijaya, Malang.

Kotler, P. 1997. Dasar-dasar Pemasaran, Jilid I. Erlangga, Jakarta.

---------- 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi 2. Milenium. Erlangga, Jakarta