

ANALISIS EKONOMI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TELUR AYAM RAS DI KABUPATEN PONOROGO

Iis Eka Suliana

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jl. Brawijaya (Lingkar Selatan), Tamantirto, Ksihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183
Email : iisekasuliana12gmail.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Pengembangan Usaha Telur Ayam Ras di kabupaten Ponorogo. Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Dalam penelitian ini sampel berjumlah tujuh responden yang dipilih dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) pada tahap input, matriks IE (*Internal External*) dan SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada tahap pencocokan. Berdasarkan matriks SWOT, strategi yang perlu dilakukan adalah meningkatkan produktivitas telur, meningkatkan jumlah karyawan, meningkatkan pelayanan serta meningkatkan teknologi.

Kata kunci : Industri Telur Ayam Ras, Matriks IFE, matriks EFE, matriks IE dan matriks SWOT.

ABSTRACT

This study aims to analyse the business development strategy of broiler egg in Ponorogo district. The subjects in this study are broiler egg entrepreneurs in Ponorogo district. The sample in this study are seven respondents which are selective by using purposive sampling method. Analysis tool used in this study is the IFE (Internal Factor Evaluation) matrix and EFE (External Factor Evaluation) matrix in input stage, IE (Internal External) matrix and SWOT (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats) matrix in matching stage. Based on SWOT matrix, the main strategy are increase egg productivity, increase employees, improve service and increase technology.

Keywords : Broiler Industries, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix and SWOT Matrix

PENDAHULUAN

Usaha ternak merupakan salah satu usaha subsektor pertanian yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Selain berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, usaha ini juga berperan dalam mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Dengan adanya usaha ternak dapat menambah pendapatan, sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat menjadi meningkat. Tujuan dari adanya usaha peternakan adalah untuk mencukupi kebutuhan protein-hewani masyarakat, membentuk dan mengembangkan industri perdagangan yang berasal dari ternak, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat khususnya masyarakat petani-peternak, memenuhi kebutuhan pekerja pembantu untuk usaha pertanian dan pengangkutan serta meningkatkan nilai guna tanah (Undang-undang No. 6 Tahun 1967 pasal 8).

Komoditas unggas di negara Indonesia mempunyai prospek pasar yang sangat baik karena produk tersebut merupakan salah satu kebutuhan masyarakat. Komoditas ini merupakan penyedia kebutuhan protein hewani. Harga yang relatif murah serta mudah diperoleh merupakan faktor komoditas unggas banyak diminati oleh masyarakat. Jumlah konsumsi yang rendah dan tidak diimbangi dengan banyaknya jumlah penduduk menjadikan usaha unggas memiliki peluang yang tinggi. Ada

beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis, yaitu iklim Indonesia yang lembab dan panas serta adanya persaingan dengan produk luar negeri (Rustanto, 2016).

Telur ayam ras merupakan salah satu sumber protein hewani yang sering dikonsumsi oleh masyarakat. Rasanya yang enak dan mudah diolah merupakan faktor komoditas telur banyak dikonsumsi masyarakat dibandingkan sumber protein hewani lainnya. Komoditas ini mudah ditemukan dan harganya yang relatif lebih murah daripada jenis telur lainnya. Berikut merupakan perbandingan jumlah konsumsi perkapita telur ras dengan jenis telur lainnya pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 1
Rata – Rata Perbandingan Konsumsi Telur Perkapita
Tahun 2015-2016

No	Komoditas	Tahun Konsumsi Telur (Butir)	
		2015	2016
1	Telur ayam ras	97.398	99.796
2	Telur ayam kampung	3.754	3.546
3	Telur itik	2.138	1.981
4	Telur puyuh	6.674	7.769

Sumber : Susenas (Maret, 2017)

Berdasarkan tabel tersebut jumlah konsumsi perkapita paling tinggi adalah komoditas telur ayam ras yang mengalami kenaikan sebesar 2.398 butir telur dari tahun 2015 ke tahun 2016. Urutan ke dua adalah telur puyuh yang mengalami kenaikan sebesar 1.095 butir. Urutan ketiga adalah telur ayam kampung yang mengalami kenaikan sebesar 208 butir. Di urutan terakhir adalah telur itik yang mengalami kenaikan konsumsi sebesar 157 butir. Dengan demikian jenis telur yang banyak

dikonsumsi adalah telur ayam ras dan yang kurang diminati oleh masyarakat adalah telur itik.

Telur ayam ras adalah ayam ras betina dewasa yang dipelihara dengan penanganan khusus untuk diambil telurnya. Menjalankan usaha telur ayam ras sendiri memiliki berbagai macam tantangan yang dihadapi. Diantaranya adalah pemeliharaan yang membutuhkan penanganan ayam khusus, adanya fluktuasi harga telur maupun ayam, fluktuasi harga sarana produksi, ketidakpastian waktu dalam penjualan, keuntungan yang rendah, ketergantungan sarana produksi terhadap barang impor serta adanya persaingan baik itu di dalam negeri maupun di luar negeri. Namun semua permasalahan tersebut dapat ditangani jika pelaku usaha menjalankan bisnisnya dengan terstruktur dan menggunakan strategi yang tepat untuk memasarkan hasil produksi. Dengan demikian telur ayam ras dapat memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis (Rohani dan Susanti, 2011).

Salah satu usaha ternak yang sangat berpotensi dilakukan di wilayah kabupaten Ponorogo adalah usaha telur ayam ras. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat yang tinggal di pedesaan berprofesi sebagai petani, sehingga banyak lahan yang digunakan untuk usaha pertanian. Dengan demikian usaha telur ayam ras dapat dilakukan sebagai usaha sampingan para petani untuk meningkatkan pendapatan. Lahan yang jauh dari pemukiman merupakan kawasan yang strategis digunakan untuk usaha ini.

Tabel 1.4
Jumlah Produksi Telur Berdasarkan Jenis Unggas di Kabupaten Ponorogo
Tahun 2016

No	Jenis unggas	Jumlah (Kg)
1	Ayam kampung	355.521
2	Ayam ras	2.093.986
3	Itik	374.643

Sumber : BPS Kabupaten Ponorogo (2018)

Berdasarkan data tersebut jumlah produksi telur ayam ras di kabupaten Ponorogo merupakan komoditas yang paling banyak jumlahnya daripada usaha telur ayam kampung dan itik. Kondisi tersebut dapat menjadikan peluang komoditas telur ayam ras sebagai komoditas unggulan di kabupaten Ponorogo. Dengan meningkatkannya produktivitas ini, maka pendapatan daerah juga mengalami peningkatan. Namun kondisi tersebut juga mengakibatkan banyaknya persaingan dalam pemasaran telur di kabupaten Ponorogo.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan eksternal serta strategi pengembangan usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Objek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo karena banyak pelaku usaha yang kurang memahami strategi yang perlu dilakukan dalam menghadapi persaingan usaha telur ayam ras.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif eksploratif. Obyek dalam penelitian ini dilakukan di kabupaten Ponorogo, yang merupakan salah satu kabupaten yang banyak berkembang usaha telur ayam ras, khususnya di wilayah kecamatan Balong, Slahung dan Jetis. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikelompokkan dalam data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisisioner dan wawancara terhadap pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui Badan Pusat Statistik kabupaten Ponorogo. Responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Pengambilan sampel diambil secara *Purposive Sampling*.

Metode untuk mengolah dan menganalisis data adalah menggunakan pendekatan konsep manajemen strategis. Data dan informasi yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif. Terdapat tiga tahapan dalam menentukan strategi alternatif, yaitu tahap input, menentukan bobot serta menentukan keputusan strategi pengembangan. Alat analisis yang digunakan untuk menentukan strategi input menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Untuk tahap penentuan strategi alternatif menggunakan analisis IE (*Internal Eksternal*) dan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Faktor Internal

Faktor Strategi Internal	Bobot Rata - Rata	Rating Rata - Rata	Bobot Skor Rata –Rata
Kekuatan	-	-	-
Penggilingan pakan dilakukan sendiri	0,142	3,571	0,507
Lahan kandang ayam memiliki bangunan yang luas	0,142	3,571	0,507
Telur yang dihasilkan berkualitas baik	0,159	4,000	0,636
Memiliki hubungan yang baik dengan konsumen	0,159	4,000	0,636
Memiliki hubungan yang baik dengan perbankan untuk mendukung usaha	0,142	3,571	0,507
Jumlah			2,793
Kelemahan	-	-	-
Produksi belum memenuhi permintaan konsumen	0,073	1,857	0,135
Memiliki sistem pencatatan keuangan / akuntansi	0,039	1,000	0,039
Karyawan yang kurang profesional dapat mengurangi efisiensi produksi	0,051	1,285	0,065
Promosi belum dilakukan secara maksimal	0,039	1,000	0,039
Pengelolaan ayam belum menggunakan teknologi	0,051	1,285	0,065
Jumlah			0,343
Total			3,136

Sumber : Hasil Olah Data

Berdasarkan hasil pendapat responden terhadap faktor strategi internal, maka kekuatan utama usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo adalah menghasilkan telur dengan kualitas baik serta memiliki hubungan yang baik dengan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan skor bobot rata – rata sebesar 0,636, di mana angka tersebut merupakan angka tertinggi pada variabel kekuatan. Sedangkan kelemahan utama usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo adalah hasil produksi telur yang belum mampu memenuhi permintaan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan skor bobot rata – rata sebesar 0,135, di mana angka tersebut merupakan angka tertinggi pada variabel kelemahan. Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	Bobot Rata – Rata	Rating Rata - Rata	Bobot Skor Rata –Rata
Peluang	-	-	-
Belum memenuhi permintaan telur yang cukup tinggi	0,114	3,571	0,396
Kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi cukup tinggi	0,100	3,142	0,314
Kebijakan pemerintah terkait perunggasan dapat mendukung usaha telur ayam ras	0,045	1,428	0,064
Kemudahan komunikasi dan informasi	0,128	4,000	0,512
Usaha telur ayam ras dapat bertahan dalam keadaan krisis ekonomi	0,077	2,428	0,186
Jumlah			1,472
Ancaman	-	-	-
Fluktuasi harga pakan maupun harga telur	0,100	3,142	0,314
Pendatang baru mudah masuk ke dalam usaha telur ayam ras	0,110	3,428	0,377

Serangan penyakit terhadap ayam ras	0,082	2,571	0,210
Pelanggan mudah berpindah ke pengusaha lain	0,123	3,857	0,474
Kenaikan harga BBM	0,114	3,571	0,407
Jumlah			1,782
Total			3,254

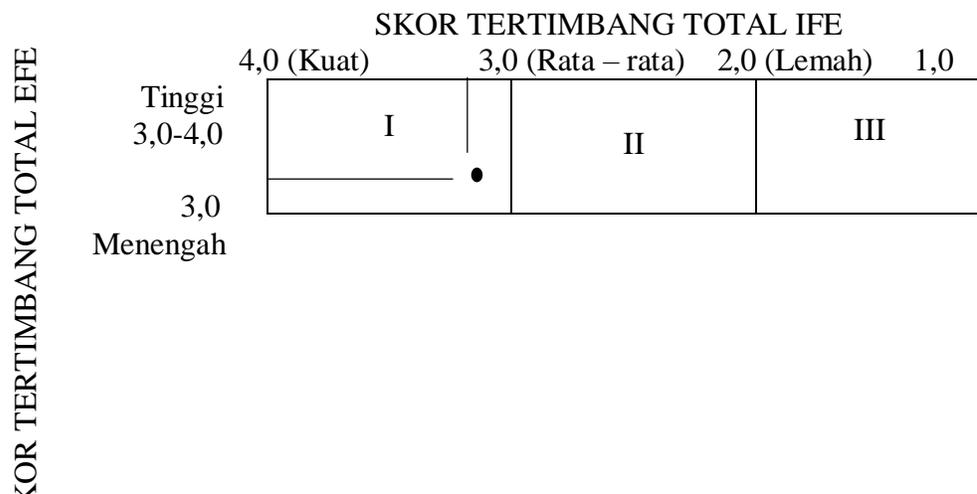
Sumber : Hasil Olah Data

Berdasarkan hasil pendapat responden terhadap faktor strategi eksternal, maka peluang utama usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo adalah kemudahan komunikasi dan informasi. Hal ini ditunjukkan dengan skor bobot rata – rata sebesar 0,512 , di mana angka tersebut merupakan angka tertinggi pada variabel peluang. Sedangkan ancaman utama usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo adalah mudahnya pelanggan yang berpindah ke pelaku usaha lain. Hal ini ditunjukkan dengan skor bobot rata – rata sebesar 0,474, di mana angka tersebut merupakan angka tertinggi pada variabel ancaman.

2. Strategi Alternatif IE (Internal-Eksternal)

a. Matriks IE

Hasil Matriks IE



2,00-2,99 2,0	IV	V	VI
Menengah 2,00-2,99 1,0	VII	VIII	IX

Sumber : Hasil Olah Data

Berdasarkan hasil dari analisis IE, maka dapat diketahui nilai pada sumbu X sebesar 3,254 dan nilai pada sumbu Y sebesar 3,136. Hal ini menunjukkan bahwa usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo berada pada sel I, yang berarti usaha ini masih pada tahap pertumbuhan dan pengembangan dalam pemasaran. Pada kondisi ini usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo umumnya belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang cukup tinggi. Terdapat dua strategi yang perlu dilakukan untuk mengembangkan usaha ini, yaitu dengan strategi intensif dan strategi integratif.

Strategi intensif merupakan strategi yang dilakukan dengan memperbaiki posisi kompetitif usaha dengan produk yang ada. Strategi ini dapat dilakukan dengan tiga cara. Strategi pertama dilakukan dengan penetrasi pasar, yaitu meningkatkan pangsa pasar dari telur yang dihasilkan saat ini dengan meningkatkan pemasaran secara besar - besaran. Salah satu cara untuk meningkatkan pemasaran adalah dengan menambah kapasitas ayam sehingga jumlah telur yang dihasilkan menjadi meningkat. Strategi kedua dilakukan

dengan pengembangan pasar, yaitu memperluas penjualan telur. Selama ini, penjualan telur hanya berkisar di wilayah desa atau kecamatan.

Strategi integratif merupakan strategi yang dilakukan dengan tiga cara, yaitu integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horizontal. Integrasi ke depan dilakukan dengan meningkatkan kontrol terhadap pengecer telur atau distributor. Hal ini dapat dilakukan terhadap pelanggan tetap yaitu penjual di warung maupun minimarket setempat. Beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, banyaknya pesanan pelanggan serta memastikan bahwa pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan. Integrasi ke belakang dilakukan dengan meningkatkan kontrol terhadap pemasok, yaitu pemasok pakan serta pemasok ayam. Integrasi horizontal dilakukan dengan meningkatkan kontrol terhadap sesama pelaku usaha telur ayam ras, terutama dalam satu kawasan.

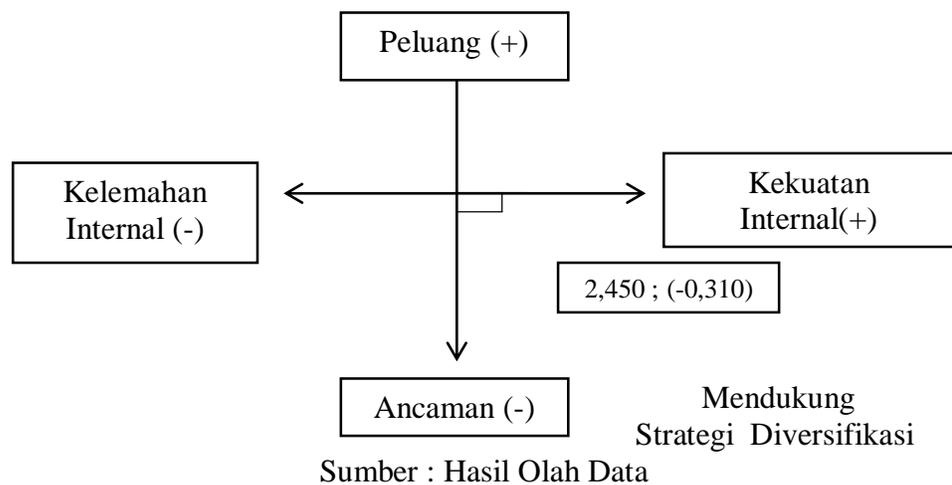
b. Analisis SWOT

Untuk mengetahui posisi kuadran pada diagram analisis SWOT usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo dilakukan dengan menghitung selisih faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Hasilnya sebagai berikut :

$$\text{Kekuatan} - \text{Kekurangan} = 2,793 - 0,343 = 2,450$$

$$\text{Peluang} - \text{Ancaman} = 1,472 - 1,782 = (-0,310)$$

Hasil Analisis SWOT



Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas menunjukkan bahwa titik potong berada pada (2,450 ; (-0,310)) yang artinya usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo beradapada posisi kuadran II, yaitu mnedukung strategi diversifikasi. Posisi ini menunjukkan bahwa usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo berada pada kondisi di mana usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman, namun masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan mendukung strategi diversifikasi.

Strategi diversifikasi adalah strategi yang dilakukan dengan menambah kapasitas produksi telur. yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan. Berdasarkan kekuatan yang dimiliki, usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo untuk menghadapi ancaman adalah dengan meningkatkan produktivitas telur dengan menambah populasi ayam.

c. Matriks SWOT

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (Strengths- S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Penggilingan pakan dilakukan sendiri 2) lahan kandang ayam memiliki bangunan yang luas 3) Telur yang dihasilkan berkualitas baik 4) Memiliki hubungan yang baik dengan konsumen 5) Memiliki hubungan yang baik dengan perbankan untuk mendukung usaha 	<p>Kelemahan (Weaknesses-W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Produksi belum memenuhi permintaan konsumen 2) Memiliki sistem pencatatan keuangan/akuntansi 3) Karyawan yang kurang profesional dapat mengurangi efisiensi produksi 4) Promosi belum dilakukan secara maksimal 5) Pengelolaan ayam belum menggunakan teknologi
<p>Faktor Eksternal</p>	<p>Peluang (Opportunities-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Belum memenuhi permintaan telur yang cukup tinggi 2) Kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi cukup tinggi 3) Kebijakan pemerintah terkait perunggasan dapat mendukung usaha telur ayam ras 	<p>Meningkatkan produktivitas telur dengan menambah populasi ayam (S3, S4, S5, O2, O5)</p> <p>Meningkatkan jumlah karyawan (W1, W2, W3, O1, O2, O3,O4)</p>

<p>4) Kemudahan komunikasi dan informasi</p> <p>5) Usaha telur ayam ras dapat bertahan dalam keadaan krisis ekonomi</p>		
<p>Ancaman (<i>Threats</i> – T)</p> <p>1) Fluktuasi harga pakan maupun harga telur</p> <p>2) Pemandang baru mudah masuk ke dalam usaha telur ayam ras</p> <p>3) Serangan penyakit terhadap ayam ras</p> <p>4) Pelanggan mudah berpindah ke pengusaha lain</p> <p>5) Kenaikan harga BBM</p>	<p>Meningkatkan pelayanan dengan menyediakan stok tepat waktu dan sesuai dengan pemesanan (S3, S4, S5, T2, T4)</p>	<p>Meningkatkan teknologi untuk promosi dan meningkatkan produktivitas telur (W1, W3, W5, T1, T2, T4, T5)</p>

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, maka strategi alternatif yang dapat dilakukan pelaku usaha telur ayam ras adalah sebagai berikut :

a. Strategi S-O

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kekuatan dengan peluang yang ada dalam usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan produktivitas telur.

Meningkatkan produktivitas telur dapat dilakukan pelaku usaha dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki, yaitu dengan menambah kapasitas ayam serta memperluas lahan untuk kandang ayam, mengingat di wilayah pedesaan banyak lahan yang kosong. Strategi ini dilakukan mengingat banyaknya permintaan telur ayam ras namun belum seluruhnya terpenuhi. Jika strategi ini dilaksanakan, maka beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu menjaga kualitas telur, menjalin hubungan yang baik dengan konsumen serta memanfaatkan pinjaman modal dari perbankan.

b. Strategi W-O

Strategi ini dilakukan dengan mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada dalam usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan jumlah karyawan.

Upaya meningkatkan jumlah karyawan usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang ada, yaitu memenuhi permintaan telur yang tinggi, mencari informasi dan komunikasi terkait dengan pengelolaan ayam hingga menghasilkan telur yang banyak dengan kualitas yang baik. Mengingat beberapa pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo tidak menggunakan jasa

karyawan, maka dalam hal ini jasa karyawan sangat diperlukan untuk efisiensi.

c. Strategi S-T

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman dalam usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.

Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen merupakan strategi yang dapat dilakukan untuk menghadapi ancaman banyaknya pelaku usaha telur ayam ras. pelayanan yang baik dapat dilakukan dengan menyediakan pasokan telur sesuai permintaan dengan tepat waktu. Menghasilkan telur dengan kualitas yang baik serta memberi diskon harga juga merupakan strategi yang dapat dilakukan untuk memuaskan konsumen. Dengan demikian konsumen tidak mudah berpindah ke produsen lain.

d. Strategi W-T

Strategi ini dilakukan dengan menghindari ancaman untuk mengurangi kelemahan yang ada dalam usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan penggunaan teknologi.

Penggunaan teknologi dalam pengelolaan ayam dapat meningkatkan efisiensi. Beberapa teknologi yang dapat mendukung kegiatan usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo adalah mesin penetas telur, mesin penggiling pakan serta timbangan digital. Penggunaan timbangan digital agar penimbangan telur menjadi lebih akurat. Dengan adanya teknologi tersebut kegiatan pengelolaan ayam dan telur menjadi lebih efisien.

Pemanfaatan teknologi juga dapat dilakukan dengan promosi untuk memperluas pemasaran. Promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan sosial media, sehingga usaha telur ayam ras dapat diketahui oleh masyarakat luas, baik di wilayah kabupaten Ponorogo maupun di luar wilayah kabupaten Ponorogo.

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut adalah berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan internal pada usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo, maka diperoleh kekuatan dan kelemahan. Kekuatan utama adalah menghasilkan telur dengan kualitas baik serta hubungan yang baik dengan konsumen. Sedangkan kelemahan utama usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo adalah hasil produksi telur yang belum mampu memenuhi permintaan konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan eksternal usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo, maka diperoleh peluang dan ancaman. Peluang utama adalah mudahnya komunikasi dan informasi, sedangkan ancaman utamanya adalah mudahnya konsumen untuk pindah ke produsen lain.

Perumusan alternatif strategi dengan menggunakan matriks internal eksternal maka diperoleh strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo, yaitu strategi intensif dan strategi integratif. Strategi intensif dilakukan dengan memperbaiki posisi usaha telur. Strategi integratif dilakukan dengan meningkatkan kontrol terhadap pengecer, pemasok pakan serta terhadap sesama pelaku usaha telur ayam ras. Sedangkan perumusan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT, maka diperoleh strategi pengembangan yang dapat dilakukan, yaitu dengan meningkatkan produktivitas telur, meningkatkan jumlah karyawan, meningkatkan pelayanan terhadap konsumen serta memanfaatkan teknologi untuk promosi.

B. Saran

Bagi pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo diharapkan untuk dapat meningkatkan produktivitas telur sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen serta memasarkan telur di luar wilayah kabupaten Ponorogo. Dengan meningkatnya produksi telur maka dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha serta PDRB (Pendapatan Domestik Regional Bruto) di kabupaten Ponorogo.

Bagi pemerintah diharapkan untuk melakukan sosialisasi atau penyuluhan untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat Ponorogo mengenai

pengembangan usaha telur ayam ras. Untuk mendukung peningkatan populasi jumlah telur, Pemerintah Kabupaten Ponorogo dapat membuat kebijakan terkait dengan peminjaman modal untuk pelaku usaha. Pinjaman tersebut diberikan pemerintah dari APBD dan dikembalikan oleh pelaku usaha secara berangsur.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan strategi pengembangan usaha telur ayam ras, khususnya di wilayah kabupaten Ponorogo. Hal ini dapat dijadikan acuan bagi pelaku usaha telur aya ras untuk mengembangkan usahanya serta dijadikan peerintah untuk menentukan kebijakan terkait dengan sektor perunggasan.

C. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prosedur,akan tetapi masih memiliki keterbatasan, yaitu pada stampel penelitian yang hanya terbatas pada pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo, sehingga belum mewakili masyarakat sekitar serta pelanggan tetap.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajizah dkk, 2018, "Strategi Pengembangan Ternak Ayam Ras di Kabupaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu". Jurnal Agribisnis. JIA, Volume 6, No.1.
- Al-Khamaiseh, 2014. "Analysis of Egg Production System at Al-Karak Governote in Jordan", Annual Research and Review in Biology, ISSN:2347-565X, Vol,4, ISSUE.:19
- David F.D, 2016, "Manajemen Strategik : Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing – Konsep". Edisi 15, Jakarta , Salemba Barat.
- Dharmawan, 2014 , "Budidaya Ayam Ras Petelur (Gallus Sp)", DKP-3, Kota Cirebon.
- Direktorat Jenderal Kesehatan Masyarakat Direktorat Gizi Masyarakat, "Permenkes Tentang Gizi", Kementerian Kesehatan RI.
- Djarmiko, 2018, "Ratusan Peternak Tak Kantongi Ijin Lingkungan", <https://jendelakabar.com/ratusan-peternak-ayam-di-ponorogo-tak-kantongi-ijin-lingkungan/> Diakses Pada Sabtu, 10 November 2018.
- Faturohman, dkk., 2016, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Mas di Kecamatan Banjar Kabupaten Pandeglang". Jurnal Perikanan Kelautan Vol VII No. 2/Desember 2016 (103-110).
- Heinke, et al., 2015. "The Poultry Market in Nigeria : Market Structures and Potential for Investment in the Market". Vouolume 18 Special Issue A.
- Hery, et al., 2017. "Determination of Pegagan Duck of Agroindusry Policies Priority and Development Strategies. (Conservation of Native Pegagan Duck in Indonesia)", Jurnal Internasional Penyuluhan Pertanian dan Studi Pembangunan Pedesaan. Vol.5, No.4, pp.43-54.
- Kabupaten Ponorogo dalam Angka, 2017, "Produksi Susu dan Telur Menurut Kecamatan dan Jenis Ternak dan Unggas di Kabupaten Ponorogo, 2016", Badan Pusat Statistik Kabupaten Ponorogo.
- Kementerian Kesehatan RI, 2010, "Tanya Jawab Seputar Telur Sumber Makanan Bergizi", Kementerian Pertanian RI.
- Khusna, dkk., 2016. "Pengembangan Strategi Agribisnis Sapi Potong di Kabupaten Bondowoso", Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JPI), Vol. 2(2): 69-75.
- Kuncoro, 2009. "Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis ?", Edisi Ketiga. Erlangga. Yogyakarta.
- Kusumayana, dkk., 2017, "Strategi Pengembangan Ternak Itik Petelur di Desa Kamayahan Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara. Jurnal Daun, Vol 4 No.1, hal 55-62.

- Menteri Pertanian Republik Indonesia, “Peraturan Menteri No.61/Permentan/PK.230/12/2016 Tentang Penyediaan, Peredaran dan Pengawasan Ayam Ras”, Jakarta
- Newsletter Data Makro Survei Sosial Ekonomi Nasional, 2017, “Konsumsi Periode Tahun 2016 Edisi : 01/konsumsi/03/2017”, Sekretariat Ditjen PKH, Bagian Evaluasi Layanan Rekomendasi Gd. C Lt. 7.
- Nugroho, dkk., 2017, “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar dan Ikan Hias Air Tawar pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor”, Jurnal Manajemen. (127-136) ISSN 2085-8418, Vol 12 No 2.
- Parimatha, dkk., 2016, “Analisis Strategi Bisnis Sapi Potong pada PT Lembu Jantan Perkasa, Jakarta”, Jurnal Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Pelafu, dkk., 2018, “Potensi Pengembangan Peternakan Ayam Ras Petelur di Kabupaten Halmahera Barat”, Jurnal Zootex. Vol 38 No.1 : 209-219.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2013 Tentang Angka Kecukupan Gizi Yang Dianjurkan Bagi Bangsa Indonesia, Kementerian Kesehatan.
- Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No 13 Tahun 2010 tentang Upaya Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Upaya Pemantauan Lingkungan Hidup, Dinas Lingkungan Hidup.
- Presiden Republik Indonesia, 1967, “Keputusan Presiden No. 6 Tahun 1967 tentang Ketentuan – Ketentuan Pokok Peternakan dan Kesehatan Hewan”, Sekretariat Kabinet RI, Jakarta.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal, 2017, “Outlook Telur Komoditas Pertanian Sub Sektor Peternakan 1990-2017”, Kementerian Pertanian 2017.
- Putritamara, dkk. 2018. “Strategi Pemasaran Sapi Potong di PT Tunas Jaya Raya ,Abadi Nganjuk”, Jurnal Ilmu Peternakan 28(2):96-104.
- Pusat Pengkajian Perdagangan Dalam Negeri., 2018, “Analisis Perkembangan Harga Bahan Pangan Pokok di Pasar Domestik dan Internasional”, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Rahayu dan Suprayogi, 2017. “Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Pada Kelompok Ikan di Desa Jatisari Kecamatan Jatisrono Kabupaten Wonogiri”, Jurnal Dianmas, Vol 6, No.2, Oktober 2017.
- Rangkuti, 2013, “Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis”, Kompas Gramedia, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013.
- Rohani, dkk. 2011, “Profil Peternak Ayam Petelur Berdasarkan Skala Usaha di Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan”, Jurnal Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Hassanudin
- Rustanto, 2016, “Potensi Bisnis Unggas di Indonesia”, Humas Universitas Brawijaya.

Sabbag, 2014. “Strategic Planning For Dairy Cattle : SWOT Analysis Applied To A Property of A Farmer’s Association in Dracena, Sao Paulo State, Brazil. DOI:

Sarma and Raha, 2015, “Strategies of Beef Cattle Development Entreprose in Selected Areas of Bangladesh”, *Kemajuan dalam Ekonomi dan Bisnis* 3 (4): 124-132.

Satrio, dkk., 2015. “Analisis Pengembangan Usaha Ternak Itik di Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang”. *Animal Agriculture Journal* 4(2): 256-259, Juli, 2015.

Sudarmono, A. S., 2003, “Pedoman Pemeliharaan Ayam Petelur”, Kanisius, Yogyakarta.

Sugiyono, 2010, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D”, Alfabeta, Bandung.

www.eastjava.com/tourism/ponorogo/ina/map.html. Diakses Pada Jum’at, 4 Januari 2019.