

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit – unit usaha yang semakin bertambah baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor usaha sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Disisi lain persaingan saat ini sangat ketat. Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan perindustrian.

Kemajuan teknologi dan informasi yang sekarang semakin berkembang membuat perusahaan berusaha meningkatkan kualitas produknya agar menjadi lebih baik. Keadaan ini membuat dampak yang baik bagi kehidupan manusia terutama didalam dunia usaha pada saat ini. Oleh karena itu manajemen strategi perusahaan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan barang dengan efektif.

Setiap organisasi bisnis dihadapkan kepada dua jenis lingkungan, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Makin besar suatu perusahaan, atau organisasi, makin kompleks pula bentuk, jenis dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi kedua jenis lingkungan tersebut. Salah satu implikasi

kompleksitas itu ialah proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan dan rumit. Untuk itulah diperlukan manajemen strategi. Setiap manajer pasti menyadari bahwa mengelola dan beraneka ragam kegiatan dengan berbagai seginya secara internal hanyalah sebagian dari tanggung jawab yang harus dipikul oleh pimpinan puncak organisasi betapa pentingnya kegiatan tersebut (Sabic 2017:2)

Sedangkan pemasaran merupakan kriteria sukses dari suatu perusahaan, bahkan manajemen pemasaran merupakan *benefit generating process*. Bagi perusahaan, sedangkan fungsi manajerial yang lainya adalah *cost generating process*. Pemasaran merupakan solusi baik bagi perusahaan agar bisnisnya terus berkembang maupun masyarakat konsumen yang terpenuhi kebutuhan, keinginan dan permintaanya (Sabic 2017:2)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Gresik pada tahun 2016, Peternakan merupakan sebuah kesatuan unit usaha yang menjalankan suatu aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk menghasilkan suatu produk yang berdomisili pada suatu tempat atau lokasi tertentu dan memiliki catatan administrasi masing-masing. Salah satu sektor usaha yang menjadi menarik perhatian pemerintah adalah usaha peternakan. Hal ini dapat dilihat di tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah daftar pengusaha ternak kab Gresik tahun 2017

Kecamatan	Ayam Buras	Ayam Petelur	Ayam Broiler	Itik	Entok
Wringinanom	57 655		100 000	550	1 425
Driyorejo	35 802	1 500	11 000	485	550
Kedamean	48 470	4 700	74 500	425	16 350
Menganti	65 433		12 500	590	575
Cerme	35 445		10 700	915	475
Benjeng	20 349	70 500	329 500	1 350	575
Balong Panggang	55 539	26 800	351 500	550	970
Duduk Sampeyan	17 528	1 500	156 000	920	755
Kebomas	17 187		6 600	1 850	255
Gresik	13 413			400	125
Manyar	29 682		10 900	850	950
Bungah	34 425	7 500	75 000	6 250	470
Sidayu	36 720		280 000	1 550	375
Dukun	48 909	13 000	284 400	2 750	1 325
Panceng	46 053	26 800	454 700	1 710	565
Ujungpangkah	21 573		449 000	2 325	1 475
Sangkapura	58 242			3 975	2 875
Tambak	60 945			2 725	1 225
Jumlah	703 370	152 300	2 606 300	30 170	31 315

sumber : BPS Gresik 2017

Peternakan merupakan sektor yang diharapkan dapat menciptakan kesempatan kerja karena pada sektor ini teknologi yang digunakan dalam proses produksinya lebih banyak menggunakan tenaga kerja manusia sehingga diharapkan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga memberikan dampak yang positif dalam perekonomian di Indonesia karena menjadi salah satu upaya dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan.

Peternakan adalah bagian dari agribisnis yang mencakup usaha-usaha atau tingkah laku bisnis pada usaha pengelolaan budidaya peternakan, proses atau penanganan selama masa pemeliharaan dalam peternakan, penanganan pasca

panen dan pemasaran (Suharno, 2002:9). Salah satunya peternakan ayam pedaging (broiler). Ayam pedaging (Broiler) adalah ayam yang pertumbuhannya sangat cepat 4-6 minggu sehingga dapat menghasilkan daging untuk dikonsumsi dalam waktu yang relatif singkat.

Ayam Broiler ini adalah sejenis ayam yang dibudidayakan khusus untuk komersial. Di Indonesia ayam broiler termasuk komoditas ternak yang relatif baru jika dibandingkan dengan usaha ternak sapi, ternak kambing dan usaha ternak itik. Usaha peternakan ayam broiler ini dapat melibatkan masyarakat multinasional maupun masyarakat kecil, karena usaha ini modal dan semua aspek lain yang diperlukan tergantung pada peternak itu sendiri. Usaha ayam pedaging (broiler) merupakan salah satu jenis usaha yang sangat potensial dikembangkan. Beberapa faktor pendukung usaha budidaya ayam pedaging sebenarnya masih dapat terus dikembangkan, antara lain karena permintaan konsumen terhadap ayam pedaging masih sangat besar. Hal ini bertujuan agar para peternak atau produsen tidak mengalami kerugian besar dalam usahanya. Jika tidak, maka usaha ternak yang memiliki manajemen dan strategi yang baik saja yang mampu bertahan dan mampu berkembang. Untuk dapat bertahan atau dapat berkembang suatu usaha peternakan membutuhkan strategi – strategi tertentu (Muhammad Rasyaf).

Analisis SWOT menurut Pearce II, dan Robinson, (2014 : 156) merupakan analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif di

turunkan dari kesesuaian yang baik dari sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan)

Tabel 1.2
Jumlah Omset per Periode
CV. Rizki Jaya

Tahun	Omset per Periode (Tiap panen / 2 bulan)						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
2017	32 juta	32 juta	30 juta	34 juta	34 juta	31 juta	193 juta
2016	31 juta	31 juta	30 juta	35 juta	34 juta	30 juta	191 juta
2015	30 juta	29 juta	32 juta	30 juta	33 juta	32 juta	186 juta

Sumber :CV.Rizki Jaya (data diolah 2018)

CV. Rizki Jaya merupakan usaha yang bergerak di bidang peternakan dan penjualan yang berlokasi di Desa Pucung Kecamatan Balongpanggung Kabupaten Gresik. Jumlah peternak ayam di Desa Pucung terdapat 32 peternak ayam yang sama. Dalam proses pengembangan usaha guna menunjang meningkatkan penjualan pada unit usahanya maka CV. Rizki Jaya memerlukan strategi pemasaran serta manajemen yang baik dalam rangka mempertahankan eksistensinya. Dengan demikian maka CV Rizki jaya diperlukan kriteria khusus guna menentukan faktor yang mampu menunjang peningkatan penjualan pada ayam broiler sehingga perusahaan mampu meraih profit maksimal. Sesuai dengan latar belakang tersebut maka penulis berkeinginan untuk mengambil judul

“ Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Broiler di CV RIZKI JAYA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pengembangan usaha yang tepat untuk diterapkan pada peternakan ayam broiler di CV Rizki Jaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang tepat untuk diterapkan pada peternakan ayam broiler di CV Rizki Jaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi mengenai pengaruh strategi yang tepat.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh peneliti selama mengikuti perkuliahan demi permasalahan yang sebenarnya sehingga memperoleh gambaran yang jelas sejauh mana tercapainya keselarasan antara pengetahuan secara teori dan prakteknya.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi dan pengetahuan bagi pembaca yang ingin membahas masalah mengenai manajemen strategi yang berhubungan dengan metode analisis SWOT.

4. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai wacana keputusan yang memadai serta memberikan wahana pengetahuan yang sangat berarti bagi ilmu pengembangan ilmu pengetahuan.