

ANALISIS USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN AYAM PETELUR PADA AFR FARM DI DESA NGRUNO KECAMATAN PENGASIH KABUPATEN KULON PROGO

Januar Setyo Basuki¹, Widya Setiafindari²

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains & Teknologi
Universitas Teknologi Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal yang mempengaruhi pemasaran telur dan menganalisis strategi pemasaran telur pada Peternakan Ayam Ras Petelur Di Desa Ngruno, Kecamatan Pengasih, Kabupaten Kulon Progo. Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kualitatif jika ditinjau dari pendekatan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan analisis SWOT (IFE,EFE,dan Matriks SWOT). Peternakan di Desa Ngruno Kecamatan Pengasih yang bertahan sampai saat ini hanya satu peternakan yaitu peternakan ayam ras petelur milik AFR Farm dengan kapasitas awal 1500 ekor ayam didalamnya. Dalam perkembangannya, peternakan tersebut saat ini memiliki 3000 ekor ayam dalam kurun waktu 2 tahun dan memiliki 4 tenaga kerja (bagian pemberian pakan dan vaksin, pengepul/pengumpul telur, penyortiran telur, pemasaran). Harga bibit ayam ras petelur yang dibeli rata-rata Rp 11.000/ekor. Hasil Penelitian diketahui hasil analisis faktor internal *strategic factor analysis summary* (IFAS), faktor kekuatan memiliki nilai sebesar 1,968 dan kelemahan dengan nilai 0,669. Sedangkan pada faktor external *strategic factor analysis summary* (EFAS) terlihat faktor peluang dengan nilai 1,768 sedangkan faktor ancaman sebesar 1,629 berdasarkan faktor yang mempengaruhi setrategi pengembangan ayam ras petelur di Kabupaten Kulon Progo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ternak ayam ras petelur skala besar, skala menengah, dan skala kecil adalah layak dan menguntungkan untuk dikembangkan dan sensitif terhadap kenaikan biaya pakan, kenaikan biaya vaksin, dan penurunan harga jual telur. Usaha ternak ayam ras petelur berada pada kuadran II dengan strategi pertumbuhan secara agresif. Peningkatan kapasitas Produksi dengan skor 6,194. Peningkatan produksi dapat dilakukan dengan penambahan kandang,karena pemilik masih memiliki lahan kosong yang dapat dimanfaatkan. Berdasarkan penelitian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran telur ayam di Desa Ngruno mengalami peningkatan yang pesat. Oleh karena itu, peternakan ayam petelur harus memperhatikan kualitas telur untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Kata kunci : analisis finansial, ayam ras petelur, strategi pengembangan

BUSINESS ANALYSIS AND MARKETING STRATEGY OF LAYERS AT AFR FARM IN NGRUNO VILLAGE, PENGASIH DISTRICT, KULON PROGO REGENCY

Januar Setyo Basuki¹, Widya Setiafindari²

¹ *Industrial Engineering Study Program, Faculty of Science & Technology
University of Technology Yogyakarta*

ABSTRACT

This study aims to identify the external and internal environmental factors that affect egg marketing and analyze egg marketing strategies at Laying Chicken Farms in Ngruno Village, Pengasih District, Kulon Progo Regency. This research is classified as a qualitative research if viewed from the approach. The analytical method used in this research is descriptive analysis with SWOT analysis (IFE, EFE, and SWOT Matrix). The only farm in Ngruno Village, Pengasih Subdistrict that has survived until now is the layer chicken farm owned by AFR Farm with an initial capacity of 1500 chickens inside. In its development, the farm currently has 3000 chickens within 2 years and has 4 workers (feeding and vaccine division, egg collectors/collectors, egg sorting, and marketing). The price of laying hens purchased is an average of IDR 11,000/head. The results of the study show that the results of the internal strategic factor analysis summary (IFAS) factor, the strength factor has a value of 1.968 and a weakness of 0.669. Meanwhile, the external strategic factor analysis summary (EFAS) shows the opportunity factor with a value of 1.768 while the threat factor is 1.629 based on factors that influence the laying hens development strategy in Kulon Progo Regency. The results showed that large-scale, medium-scale, and small-scale laying hens business was feasible and profitable to develop and sensitive to increases in feed costs, increases in vaccine costs, and decreases in egg selling prices. The business of laying hens is in quadrant II with an aggressive growth strategy. Increased Production capacity with a score of 6,194. Increased production can be done by adding cages, because the owner still has vacant land that can be used. Based on this research, it can be concluded that the marketing of chicken eggs in Ngruno Village has increased rapidly. Therefore, laying hens must pay attention to egg quality to maintain consumer confidence.

Keywords: *financial analysis, laying hens, development strategy*