

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus berlangsung, sektor ekonomi juga mengalami kemajuan seiring waktu. Beriringan dengan perkembangan dan adaptasi gaya hidup masyarakat yang modern, permintaan akan makanan yang kaya nutrisi terutama dari sumber hewan seperti daging, susu, telur, dan ikan, juga meningkat. (Nawawi & Andayani, 2017). Oleh karena itu, sektor peternakan pun mulai mengembangkan produk-produknya dengan fokus pada kandungan gizi, ukuran, rasa, serta inovasi dan pengembangan lainnya, dengan tujuan meningkatkan nilai jual produk mereka.

Persaingan di sektor peternakan sendiri cukup ketat karena pada umumnya produk yang dihasilkan memiliki bentuk yang serupa, yaitu produk mentah yang diperoleh langsung dari hewan ternak yang dimiliki oleh para peternak. Hal ini menyebabkan pasar produk peternakan cenderung homogen karena termasuk ke dalam kebutuhan pokok masyarakat. Faktor utama yang membedakan antara satu peternakan dengan peternakan lainnya adalah kualitas produk yang dihasilkan.

Jika dilihat dari berbagai jenis unggas yang menjadi komoditas di peternakan, ayam merupakan pilihan yang paling banyak dipilih oleh para peternak. Di provinsi Jawa Barat, ayam masih menjadi pilihan utama dibandingkan dengan bebek, itik, dan burung puyuh. Komoditas yang dihasilkan dari unggas ayam adalah telur dan daging. Populasi ayam ras pedaging di Jawa Barat mencapai sekitar sembilan juta ekor pada tahun 2019-2020. Pertumbuhan populasi ayam ras pedaging ini memiliki persentase yang tinggi dibandingkan dengan provinsi lain di Indonesia, dan merupakan populasi ayam ras petelur terbesar di provinsi tersebut (BPS, 2022). Berikut ini adalah data populasi ayam ras pedaging di lima provinsi di Pulau Jawa berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS).



**Gambar 1.1** Grafik Perbandingan Populasi Ayam Pedaging di Daerah Jawa (Sumber: BPS 2022)

Menurut dari grafik terlihat jelas bahwa provinsi Jawa Barat memiliki populasi ras ayam pedaging yang tinggi dibandingkan provinsi lain. Salah satu peternakan di wilayah Ciseeng, Jawa Barat adalah Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi. Peternakan ini didirikan sejak tahun 2020 dan khusus fokus pada pemeliharaan ayam pedaging. Di bawah ini terdapat informasi tentang penjualan dari Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi.

**Tabel 1.1** Data Penjualan dan Persentase Kematian Bibit CV Cipta Sama Abadi

Tahun	Bulan	Bibit Awal (Ekor)	Selisih (Bibit Mati)	Penjualan (Ekor)	Persentase Bibit Mati
2022	Januari	10000	217	9783	2.17%
	Februari	10000	463	9537	4.63%
	Maret	10000	476	9524	4.76%
	April	10000	351	9649	3.51%
	Mei	10000	340	9660	3.40%
	Juni	10000	244	9756	2.44%
	Juli	10000	172	9828	1.72%
	Agustus	10000	196	9804	1.96%
	September	10000	137	9863	1.37%
	Oktober	10000	214	9786	2.14%
	November	10000	179	9821	1.79%
	Desember	10000	130	9870	1.30%
2023	Januari	10000	186	9814	1.86%
	Februari	10000	503	9497	5.03%

(Sumber: Data Perusahaan CV Cipta Sama Abadi Januari 2022-Februari 2023)

Berdasarkan tabel yang menampilkan bibit awal, penjualan, dan selisih dari Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi, dapat dilihat bahwa terdapat kematian bibit ayam yang terjadi setiap bulannya. Kematian bibit ayam berkisar diantara 1%-5%. Bagi Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi Kematian bibit ayam di atas 2% memiliki dampak kerugian berupa *lost sales* kepada perusahaan. Hal ini menjadi

salah satu faktor ancaman bagi perusahaan.

Semenjak didirikan, Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi selalu melakukan strategi manajemen usaha yang sudah ada yaitu dengan membeli bibit dengan kuantitas yang sama lalu menjual ke mitra saat panen. Selama menjalankan strategi tersebut, terdapat beberapa masalah yang terjadi pada Peternakan Ayam CV Cipta Abadi. Untuk menanggulangi masalah tersebut diperlukan adanya strategi pengembangan bisnis agar tetap bisa berjalan dan menghadapi keadaan seperti kondisi pasar dengan harga jual yang fluktuatif dan kematian bibit yang dapat mengurangi profit. Harga jual yang fluktuatif disebabkan karena adanya supplier lain khususnya di luar Jawa Barat yang menawarkan harga jual yang rendah dari harga jual di pasaran. Sedangkan kematian bibit dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti kondisi cuaca yang tidak menentu dan penyakit bawaan pada bibit yang sudah di beli. Salah satu metode analisa strategi pengembangan usaha yang dapat digunakan adalah *Internal Factor Evaluation Matrix (IFE)*, *External Factor Evaluation Matrix (EFE)*, *Internal External Matrix (IE Matrix)*, *Strength Weakness Opportunity Threats (SWOT Matrix)*, *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*.

Penerapan metode-metode tersebut melibatkan tiga tahap utama, yaitu Tahap *Input*, Tahap *Matching*, dan Tahap *Decision*. Pada Tahap *Input*, dibutuhkan data internal (*Internal Factor Evaluation*) dan eksternal (*External Factor Evaluation*) dari perusahaan yang kemudian diberi bobot. Setiap perusahaan memiliki keunggulan dan kelemahan dalam berbagai aspek fungsional bisnisnya, serta terdapat faktor-faktor lingkungan eksternal yang tidak terkendali oleh perusahaan dan melibatkan pengambilan keputusan, struktur organisasi, dan proses internal perusahaan. Dalam keseluruhan proses ini, penggunaan metode-metode tersebut membantu perusahaan berguna sebagai penemuan atas kekuatan dan kelemahan internal mereka, dan juga mengenali peluang dan ancaman eksternal yang berdampak pada kinerja dan kesuksesan bisnis mereka. Dengan demikian, langkah-langkah hal ini menjadi krusial dalam merencanakan strategi-strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan (David, 2011). Selanjutnya, pada Tahap Pencocokan, metode yang digunakan adalah matriks IE (*Internal-External*) dan matriks SWOT. Matriks SWOT berisi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang,

dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan, yang memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan operasionalnya. Dari analisis ini, empat jenis strategi dapat dihasilkan, yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*), WO (*Weakness-Opportunity*), ST (*Strength-Threat*), dan WT (*Weakness-Threat*) (Setyorini et al., 2016).

Pada tahap Decision, akan melalui perhitungan menggunakan matriks QSPM, hasil QSPM adalah usulan strategi yang menjadi prioritas, secara keseluruhan akan bisa diidentifikasi dan diprioritaskan untuk implementasi. QSPM dilakukan untuk mengevaluasi implementasi dan kelangsungan dari pendekatan yang direkomendasikan saat menghadapi kondisi lingkungan yang ada (Widiyarini & Hunusalela, 2019). QSPM dirancang dengan tujuan untuk menentukan tingkat daya tarik secara relatif dan menilai evaluasi berbagai opsi strategi lain yang bisa diimplementasikan, berdasarkan faktor keberhasilan internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya dalam matriks EFE dan IFE. QSPM adalah bagian terakhir dari kerangka analisis formulasi strategi (Dewi et al., 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis bermaksud melaksanakan penelitian dengan judul "Analisis Strategi Pengembangan Usaha menggunakan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) pada Peternakan Ayam Pedaging CV Cipta Sama Abadi."

## 1.2 Perumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan konteks yang telah dijelaskan, rumusan masalah yang dihasilkan dapat diringkas sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) apa yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha peternakan ayam CV Cipta Sama Abadi?
2. Bagaimana kondisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi berdasarkan metode IE matriks dan matriks SWOT?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha peternakan ayam CV Cipta Sama Abadi berdasarkan metode QSPM?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, antara lain:

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada dalam usaha peternakan ayam pedaging CV Cipta Sama Abadi.
2. Merumuskan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi sesuai dengan kondisi perusahaan berdasarkan metode IE matriks dan matriks SWOT.
3. Menentukan strategi pengembangan usaha yang paling sesuai atau optimal untuk peternakan ayam pedaging CV Cipta Sama Abadi dengan menggunakan metode matriks QSPM.

### 1.4 Batasan Masalah

Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan untuk memastikan bahwa penelitian dapat menghasilkan output yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Berikut adalah batasan-batasan masalah penelitian ini:

1. Penelitian ini akan dilakukan secara langsung di lingkungan Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi.
2. Strategi pengembangan yang akan diteliti akan difokuskan pada faktor internal dan eksternal dari Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi, serta tetap memperhatikan aspek lain yang relevan.
3. Penelitian ini akan melibatkan wawancara langsung dan penggunaan kuesioner yang tersedia di Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi.
4. Data variabel kuesioner akan diperoleh berdasarkan asumsi dari pemilik Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi.
5. Penelitian ini akan menghasilkan usulan strategi perbaikan yang dapat diterapkan untuk menghadapi kondisi saat ini di Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peternakan Ayam CV Cipta Sama Abadi:

Peternakan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang posisi pasar dari usaha yang sedang dijalankan. Peternakan dapat menerapkan strategi terbaik untuk menghadapi permasalahan yang sedang dihadapi saat ini dan untuk tahun-tahun mendatang.

2. Bagi Peneliti:

Peneliti dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dalam penelitian ini secara praktis, terutama terkait dengan tujuan penelitian untuk menganalisis kelayakan usaha dan menentukan strategi usaha yang sesuai dengan kondisi lapangan.

3. Bagi Universitas:

Penelitian ini akan menghasilkan literatur yang dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan permasalahan serupa. Penelitian ini dapat menjadi sumber pembelajaran tambahan bagi mahasiswa dan menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu di bidang tersebut.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunannya, penelitian ini disusun dengan sistematika agar dapat menjelaskan penelitian secara rinci dan komperhensif. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan, peneliti menguraikan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini yang merupakan tugas akhir.

### **BAB 2 TINJAUAN PUSATAKA**

Pada bab tinjauan Pustaka, peneliti melampirkan teori- teori dan referensi yang berdasar dari disiplin ilmu tertentu yang dijadikan dasar pada penelitian ini. Adapun teori dan referensi tersebut didapatkan dari studi literatur yang bersumber pada buku, jurnal, serta artikel ilmiah lainnya dengan yang dapat dipastikan kredibilitasnya.

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Pada bab metode penelitian, peneliti menjelaskan mengenai tahapan dan langkah

pendekatan objek penelitian secara sistematis. Tahapan penelitian yang dimaksud dimulai dari persiapan dan perumusan masalah, studi literatur, pengumpulan data, pengolahan data menggunakan metode yang sesuai, hasil serta analisis, dan alternatif penyelesaian masalah dari penelitian yang dilakukan.

#### **BAB 4 PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab pembahasan dan hasil penelitian, peneliti melampirkan hasil pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis dari penelitian yang dilakukan sesuai dengan tahapan yang sudah dirumuskan pada metode penelitian.

#### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab kesimpulan dan saran, peneliti melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu peneliti juga memberikan masukan berupa saran yang diberikan untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.