

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI MIKRO KECIL MENENGAH
(STUDI KASUS INDUSTRI PEMOTONGAN AYAM PEDAGING) DI
KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU**

Aldo Bonggal Prima Wibowo. S¹⁾, Azwar Harahap²⁾, Deny Setiawan²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

Email : 4ldobonggal@gmail.com

*The Development Of Small Industries (Case Study Broiler Slaughtering Industry) In
Tampan District, Pekanbaru City*

ABSTRACT

This research was purpose to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats of developing the chicken slaughtering business in Tampan District, Pekanbaru City are. And to know the Strategy for the Development of Broiler Slaughtering Business in Tampan District, Pekanbaru City. This research uses primary data and secondary data. Data collection techniques in this study were observation, interviews and questionnaires. The method used in this research is quantitative descriptive analysis with the SWOT analysis technique. The results of this research show that the results of the evaluation of internal factors using the IFAS matrix, obtained a total score of 3,130 in the strength factor and 3,446 in the weakness factor, which means that the score obtained is above the average 2.5 This shows that the broiler slaughtering business in Tampan District, Pekanbaru City is able to optimize its strengths, namely good relations with labor, conducting market research, good product quality, affordable prices and meeting production capacity so that it can cover existing weaknesses. within the business unit. The results of the evaluation of the EFAS matrix above show that the total score on the opportunity factor is 3,335 and the threat factor is 3,491, which means that the score obtained is above the average of 2.5. This shows that the broiler slaughtering business in Tampan District, Pekanbaru City takes advantage of existing opportunities such as supportive economic conditions, market demand, healthy lifestyles, population development and technological developments for production so as to overcome threats within the business unit. From the results of the Cartesian diagram in research with the title of the development strategy of small and medium micro industry (Case Study of Chicken Slaughtering Industry) in Tampan District, Pekanbaru City, the position is in the B quadrant which means Quadrant B shows the factors that are considered important, management has been successfully implemented as desired / hope and very satisfying so that it must be maintained.

Keywords: Micro, Small and Medium Industry, Chicken Slaughtering

PENDAHULUAN

Program pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan kebijakan bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah untuk diimplementasikan oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Program ini berorientasi pada kebutuhan nyata Usaha Mikro

Kecil Menengah dengan memprioritaskan pada peningkatan efisiensi dan daya saing sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan memberi nilai tambah (*value added*). (Nurjannah, 2014).

Pembangunan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di

Kota Pekanbaru yang perkembangannya terus meningkat. Hal ini tercermin dengan makin banyaknya pusat pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tersebar di berbagai tempat dengan bermacam macam produk. Berikut ini disajikan tabel perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tahun 2010 sampai dengan tahun 2017 Kota Pekanbaru mengalami fluktuatif, begitu juga dengan jumlah tenaga kerja dan investasinya. Pada tahun 2010 jumlah industri sebesar 163 dan mengalami peningkatan pada tahun 2011 yaitu sebesar 178.

Salah satu jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang banyak yang ada di Kota Pekanbaru ialah usaha pemotongan ayam pedaging. Usaha ini bila ditinjau dari aspek finansial merupakan salah satu usaha di bidang agribisnis yang memberikan keuntungan.

Permintaan pasar yang cukup kuat dan sarana distribusi yang tersebar di mana-mana seperti pasar tradisional, warung-warung pinggir jalan, pedagang sayur keliling hingga supermarket, merupakan salah satu alasan mengapa usaha ini tetap diminati.

Beberapa alasan yang menyebabkan permintaan daging ayam cukup besar ialah daging ayam relatif murah dibandingkan daging lainnya, mengandung lebih sedikit lemak dan kaya protein dibandingkan daging sapi, kambing atau babi, tidak ada larangan agama manapun dalam mengkonsumsi daging ayam dan mempunyai rasa yang lebih dapat diterima banyak orang serta daging ayam cukup mudah diolah menjadi produk olahan yang bernilai tinggi, mudah disimpan dan mudah dikonsumsi.

Perkembangan populasi ayam pedaging di Kecamatan Tampan mulanya tahun 2013 sangat banyak yaitu sebesar 854.000 sedangkan pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 mengalami penurunan. Kemudian pada

tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 150.000. Penurunan populasi ayam pedaging di kecamatan tampan memang tidak terjadi dalam waktu singkat. Namun terjadi penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini terjadi karena berbagai faktor, seperti kondisi alam yang tidak stabil yang dapat menyebabkan ayam pedaging terserang penyakit yang dapat meningkatkan kematian pada ayam pedaging tersebut dan tingginya fluktuasi harga pada daging ayam pedaging di pasaran.

Selain sebagai sumber penghasilan bagi masyarakat, sektor peternakan juga merupakan sektor yang sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan hewani bagi masyarakat. Usaha peternakan yang banyak diminati oleh masyarakat saat ini salah satunya adalah usaha pemotongan ayam pedaging. Hal ini disebabkan usaha pemotongan ayam pedaging dapat diusahakan mulai dari skala usaha rumah tangga hingga skala besar dan memiliki peluang pasar (Daryanto, 2009).

Usaha pemotongan ayam pedaging di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru berjumlah 10 unit usaha dengan jumlah produksi perkilo masing-masing usaha pemotongan ayam pedaging yang berbeda beda. Jumlah produksi perkilo pemotongan ayam pedaging dari tahun 2013 sampai pada tahun 2017 selalu mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013 jumlah produksi pemotongan ayam pedaging 560.507 kilogram. Pada tahun 2014 jumlah produksi pemotongan ayam pedaging menurun hanya berjumlah 560.132 kilogram. Sedangkan pada tahun 2015 jumlah produksi pemotongan ayam pedaging turun lagi menjadi 558.030 kilogram. Namun jika dilihat jumlah produksi pemotongan ayam pedaging pada tahun 2016 naik kembali menjadi 570.723. Begitu juga pada tahun 2017 jumlah produksi pemotongan ayam pedaging Kecamatan Tampan Kota

Pekanbaru kembali mengalami penurunan.

Dalam industri pemotongan ayam pedaging di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, terdapat permasalahan, salah satunya yaitu belum maksimalnya peralatan penunjang untuk proses pemotongan, karena teknologi produksi yang digunakan masih relatif sederhana yaitu menggunakan tangan dan dengan cara manual hal ini sangat berpengaruh karena ketika ada order yang banyak usaha pemotongan ayam pedaging mengalami kesulitan untuk memenuhi target yang sudah ditentukan.

Berdasarkan permasalahan diatas, perusahaan perlu memiliki strategi pengembangan usaha yang dapat digunakan untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan. Dalam menentukan dan menerapkan suatu strategi, perusahaan ayam pedaging perlu mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha, baik faktor eksternal maupun faktor internal. Oleh karena itu proses perumusan strategi sangat penting untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian dan Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Imam dan Adi,2009).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki beberapa pengertian dan kriteria yang berbeda satu dengan yang lainnya. Beberapa lembaga ataupun undang-undang memiliki perbedaan dalam

mendefinisikan dan memberikan kriteria tentang UMKM. Berdasarkan undang-undang terbaru, yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa kriteria dari masing-masing usaha tersebut adalah sebagai berikut:

Usaha Mikro

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha Kecil

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha Menengah

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Berbeda dengan pernyataan pemerintah di dalam undang-undang tentang UMKM tersebut ,Badan Pusat Statistik (BPS) menggolongkan UMKM berdasarkan pada jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Jumlah tenaga kerja yang

harus dipenuhi oleh masing-masing usaha adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro sebanyak dari 4 orang
- 2) Usaha kecil sebanyak 5 sampai 19 orang
- 3) Usaha menengah sebanyak 20-99 orang
- 4) Usaha besar sebanyak lebih dari 100 orang.

Strategi

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh atau terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Glueck dan Jauch, 2000). Menurut Deft (2003) pengertian strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktifitas-aktifitas untuk menggapai lingkungan dan membantu mencapai sasaran atau tujuan organisasi. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *costumer value* terbaik.

Konsep Pengembangan Usaha

Menurut Pambudy (2009), salah satu komponen utama dalam penyeimbang struktur usaha nasional adalah mengembangkan pengusaha kecil yang berorientasi produksi menjadi pengusaha-pengusaha kecil berorientasi bisnis atau berwawasan wirausaha.

Menurut Wibowo (2008), cara untuk memperluas dan memperbesar pasar yaitu dengan mengembangkan usaha yang sudah ada atau membeli perusahaan lain. Upaya-upaya tersebut harus dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dan pengelola serta situasi pasar. Pengembangan usaha dapat

dilakukan dengan beberapa cara diantaranya penetrasi pasar, perluasan pasar, diversifikasi produk, dan pengembangan produk.

a. Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar dilakukan dengan menjual jenis produk lama dalam jumlah besar ke pasar yang lama, jika produksi ditingkatkan jumlahnya, produk tersebut dapat diserap oleh pasar yang ada. Jika memang permintaan pasar yang dapat diambil ternyata lebih besar dari produksi, pengelola harus tanggap dan segera memanfaatkannya.

b. Perluasan Pasar

Strategi perluasan pasar berarti harus mencari wilayah pasar yang baru untuk jenis produk yang lama. Perluasan pasar dapat merupakan upaya untuk memasarkan kelebihan hasil produksi yang tidak terserap oleh pasar yang lama.

c. Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk akan menyangkut pasar dan produk secara langsung. Jika situasi pasar memungkinkan bagi produk yang baru, strategi pengembangan produk dapat dilakukan. Produk yang ditawarkan bukanlah produk yang lama tetapi produk baru atau produk yang diperbaharui. sar.

d. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk dan pasar bagaikan mendirikan perusahaan baru, yaitu dengan produk dan pasar yang baru. Dalam strategi ini, perusahaan membuat produk baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada.

e. Perluasan Tingkat Nasional dan Internasional.

Bagi perusahaan kecil perluasan tingkat nasional jauh lebih mudah dari pada perluasan keluar negeri, namun peluang pasar dalam negeri relatif terbatas dan laju perkembangan pasar pun lebih lambat.

Analisis Lingkungan Usaha

Analisis Lingkungan Internal

Analisis internal memberikan lebih banyak peluang untuk pihak yang berpartisipasi guna memahami bagaimana pekerjaan, departemen, dan divisi mereka merupakan bagian dari perusahaan secara keseluruhan. Menurut David (2009), faktor-faktor internal yang dianalisis mencakup:

1. Faktor Manajemen. Manajemen merupakan suatu tingkatan sistem pengaturan organisasi yang mencakup sistem produksi, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia dan keuangan. Fungsi manajemen terdiri dari lima aktivitas dasar yaitu perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penunjukan staf dan pengendalian.
2. Faktor Pemasaran. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan sebaik mungkin, sehingga produk atau jasa itu sesuai dengan keinginan pelanggan.
3. Faktor Keuangan. Kondisi keuangan sering dianggap ukuran tunggal terbaik dari posisi bersaing perusahaan dan daya tarik bagi investor.
4. Faktor Produksi atau Operasi. Fungsi produksi terdiri atas aktivitas mengubah masukan menjadi barang dan jasa. Manajemen produksi dan operasi menangani masukan pengubahan dan keluaran yang bervariasi antar industri dan pasar.
5. Faktor Sumber Daya Manusia. Strategi yang terbaik sekalipun menjadi tidak berarti apabila manusia yang dipekerjakannya tidak memiliki keterampilan memadai untuk melakukan tugas-tugas tersebut.

Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan suatu faktor di luar perusahaan akan dihadapi pada lingkungan yang dinamis dan berubah cepat dengan interaksi yang kompleks.

Menurut David (2009) ada lima faktor eksternal yang mempengaruhi yaitu:

1. Faktor Ekonomi. Faktor ini berkaitan dengan sifat dan arah sistem ekonomi tempat suatu perusahaan beroperasi. Karena pola konsumsi dipengaruhi oleh kesejahteraan relatif berbagai segmen pasar, dalam perencanaan strategiknya setiap perusahaan harus mempertimbangkan kecenderungan ekonomi di segmen-segmen yang mempengaruhi industrinya.
2. Faktor Sosial. Kondisi sosial yang mempengaruhi suatu perusahaan diantaranya kepercayaan, nilai, sikap, opini, dan gaya hidup orang-orang dilingkungan eksternal perusahaan, yang berkembang dari pengaruh kultural, ekologi, agama, pendidikan, dan etnik.
3. Faktor Politik. Kegiatan politik memberikan pengaruh kepada perusahaan untuk dapat menentukan arah dalam merumuskan strategi perusahaan. Politik dibentuk oleh badan pemerintah dan kelompok tertentu dalam membatasi aktivitas dari perusahaan.
4. Faktor Teknologi. Teknologi yang berkembang pesat pada bidang bisnis dapat menciptakan produk baru, penyempurnaan pada produk yang sudah ada, atau penyempurnaan dalam teknik produksi dan pemasaran.
5. Faktor Pesaing. Menurut Porter, struktur persaingan dalam industri dapat dilihat sebagai kombinasi dari lima kekuatan yaitu persaingan di antara perusahaan dalam industri, ancaman pendatang baru, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok dan ancaman produk substitusi.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2001). Sedangkan menurut John A Pearce dalam Setiawan,

dkk (2014) analisa swot adalah akronim dari kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) internal dari suatu perusahaan serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan yang dihadapinya. Kekuatan (*strengths*) merupakan keunggulan sumber daya relatif terhadap para pesaing dari kebutuhan pasar yang dilayani atau diharapkan untuk dilayani oleh perusahaan.

Kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya yang menghambat kinerja efektif perusahaan. Peluang (*opportunities*) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam tingkat suatu perusahaan. Dan ancaman (*threats*) merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan (Mini, 2016).

Pendekatan kualitatif matriks SWOT menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling atas adalah kotak faktor eksternal (Peluang dan Tantangan) sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan). Empat kotak lainnya merupakan kotak isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal dan eksternal (Ratnasari, 2011).

Strategi yang dapat dihasilkan dari matriks SWOT antara lain :

1. Strategi SO (*Strengths Weaknesses-strategy*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan perikanan perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
2. Strategi ST (*Strengths Treaths-strategy*). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi

ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO (*Weaknesses Opportunities -strategy*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
4. Strategi WT (*Weaknesses Threats -strategy*). Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan internal serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini digunakan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti. (Sugiyono, 2013).
2. Wawancara, digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2013)
3. Kuesioner, yaitu suatu metode pengumpulan menjadi sasaran penelitian ini. kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan pertanyaan mengenai suatu masalah/ bidang yang akan diteliti atau suatu cara untuk memperoleh data secara tertulis dengan menyebarkan pertanyaan kepada responden

informasi yang berhubungan dengan penelitian (sugiono, 2013).

Analisa Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis SWOT.

HASIL PENELITIAN

Analisis SWOT

Analisa SWOT merupakan sebuah akronim dari huruf awalnya yaitu strength (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunity (kesempatan) dan threat (ancaman). Dalam melakukan perencanaan bisnis kita harus mengevaluasi faktor eksternal maupun faktor internal yang berhubungan dengan bisnis tersebut. Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, serta mengetahui kelemahan yang terdapat pada perusahaan itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus menghasilkan informasi kesempatan atau peluang yang terbuka bagi perusahaan serta dapat mengetahui pula ancaman yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan. Setelah kita mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan yang terbuka, serta ancaman-ancaman yang dialaminya, maka kita dapat menyusun suatu rencana atau strategi yang mencakup tujuan yang telah ditentukan perusahaan. Matriks SWOT pada intinya adalah mengkombinasikan peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dalam sebuah matriks.

Matrik SWOT digunakan untuk menetapkan strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Matrik ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi pengusaha pematongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Matrik diatas menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 1 Matrik SWOT Pada usaha pematongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Internal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan yang baik dengan tenaga kerja 2. Melakukan riset pasar 3. Kualitas produk yang baik 4. Harga yang terjangkau 5. Memenuhi kapasitas produksi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya pengembangan SDM/tenaga kerja 2. Kurangnya promosi 3. Kurangnya ketersediaan tenaga kerja 4. Fasilitas penelitian dan pengembangan produk tidak ada
Eksternal		
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi perekonomian yang mendukung 2. Permintaan pasar 3. Gaya hidup sehat 4. Perkembangan penduduk 5. Perkembangan teknologi untuk produksi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan hubungan yang baik dengan tenaga kerja dengan memanfaatkan gaya hidup sehat bagi pekerja sehingga tercipta suasana kerja yang kondusif bagi tenaga kerja (S1, O3) 2. Melakukan riset pasar untuk mengetahui permintaan pasar (S2, O2) 3. Meningkatkan kualitas produk yang baik dengan cara mengikuti perkembangan teknologi untuk produksi (S3, O5) 4. Menetapkan harga yang terjangkau dengan cara memperhatikan kondisi perekonomian yang mendukung (S4, O1) 5. Suku mematuhi kapasitas produksi dengan melihat perkembangan penduduk (S5, O4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pengembangan SDM/tenaga kerja dengan cara menerapkan gaya hidup sehat dan selalu mengikuti perkembangan teknologi untuk produksi (W1, O3, O5) 2. Meningkatkan kegiatan promosi dengan cara melihat permintaan pasar. Perlu dilakukan peningkatan promosi jika permintaan pasar cenderung menurun (W2, S2) 3. Merekrut tenaga kerja dengan memperhatikan fasilitas penelitian dan pengembangan produk dengan melihat kondisi perekonomian yang mendukung (W3, W4 dan O1)
Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan internet yang minim 2. Persaingan terhadap produk sejenis 3. Potensi masuknya pendatang baru 4. Kurangnya pengembangan produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan riset pasar dengan cara meningkatkan pemanfaatan internet dan memperhatikan persaingan terhadap produk sejenis (S2, T1, T2) 2. Meningkatkan kualitas produk yang baik dengan cara melihat pengembangan produk (S3, T4) 3. Pemerintah melakukan secara cermat dengan melihat potensi masuknya pendatang baru. (S4, T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pengembangan SDM/tenaga kerja dengan melihat potensi masuknya pendatang baru (W1, T3) 2. Meningkatkan kegiatan promosi dengan cara pemanfaatan internet yang optimal dan adanya persaingan terhadap produk sejenis (W2, T1, T2) 3. Meningkatkan atau meningkatkan fasilitas penelitian dan pengembangan produk (W4, T4)

Sumber : Hasil Penelitian

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan usaha pematongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru maka

ditemukan alternative strategi yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut:

Strategi S-O (Strength Opportunity) atau strategi kekuatanpeluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah :

1. Meningkatkan hubungan yang baik dengan tenaga kerja dengan memanfaatkan gaya hidup sehat bagi pekerja sehingga tercipta suasana kerja yang kondusif bagi tenaha kerja
2. Melakukan riset pasar untuk mengetahui permintaan pasar
3. Meningkatkan kualitas produk yang baik dengan cara mengikuti perkembangan teknologi untuk produksi
4. Menetapkan harga yang terjangkau dengan cara memperhatikan kondisi perekonomian yang mendukung
5. Selalu memperhatikan untuk memenuhi kapasitas produksi dengan melihat perkembangan penduduk

Strategi W-O (Weakness Opportunity) atau strategi kelemahan peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah :

1. Melakukan pengembangan SDM/tenaga kerja dengan cara menerapkan gaya hidup sehat dan selalu mengikuti perkembangan teknologi untuk produksi.
2. Meningkatkan kegiatan promosi dengan cara melihat permintaan pasar. Perlu dilakukan peningkatan promosi jika permintaan pasar cenderung menurun.
3. Merekrut tenaga kerja dengan memperhatikan fasilitas penelitian dan pengembangan produk dengan melihat kondisi perekonomian yang mendukung

Strategi S-T (Strength-Threat) atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan

internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah :

1. Melakukan riset pasar dengan cara meningkatkan pemanfaatan internet dan memperhatikan persaingan terhadap produk sejenis
2. Meningkatkan kualitas produk yang baik dengan cara melihat pengembangan produk
3. Penetapan harga dilakukan secara cermat dengan melihat potensi masuknya pendatang baru.

Strategi W-T (Weakness-Threat) atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi W-T yang dapat dirumuskan adalah :

1. Meningkatkan pengembangan SDM/tenaga kerja dengan melihat potensi masuknya pendatang baru.
2. Meningkatkan kegiatan promosi dengan cara pemanfaatan internet yang optimal dan adanya persaingan terhadap produk sejenis.
3. Menambah atau meningkatkan fasilitas penelitian dan pengembangan produk.

Sebelumnya berikut dapat dilihat pemberian rating dari faktor internal dan eksternal dalam usaha pematangan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru:

Tabel 2 Pemberian Nilai Rating Terhadap Variabel Penelitian Faktor Internal (Kekuatan) Dan Faktor Internal (Kelemahan)

NO	FAKTOR INTERNAL (KEKUATAN)	SKALA				Jlh
		SS (4)	S (3)	KS (2)	TS (1)	
1	Hubungan yang baik dengan tenaga kerja	7	3	-	-	10
	Skor	28	9	-	-	37
	Rata-rata	37/10				3,7
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	37 / 40 / 5				0,185
2	Melakukan riset pasar	2	5	3	-	10
	Skor	8	15	6	-	29
	Rata-rata	29/10				2,9
	Rating	Pembulatan				3
	Bobot	29 / 40 / 5				0,145
3	Kualitas produk yang baik	6	4	-	-	10
	Skor	24	12	-	-	36
	Rata-rata	36/10				3,6
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	36 / 40 / 5				0,180
4	Harga yang	7	3	-	-	10

	terjangkau					
	Skor	28	9	-	-	37
	Rata-rata	37/10				3,7
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	37 / 40 / 5				0,185
5	Memenuhi kapasitas produksi	5	3	2	-	10
	Skor	20	9	4	-	33
	Rata-rata	33/10				3,3
	Rating	Pembulatan				3
	Bobot	33 / 40 / 5				0,165
Skor						172
Skor Tertinggi	5 x 4 x 10 = 200					
Skor Terendah	5 x 1 x 10 = 50					
Skor Keseluruhan						0,86
NO	FAKTOR INTERNAL (KELEMAHAN)	SKALA				Jlh
		SS (4)	S (3)	KS (2)	TS (1)	
1	Kurangnya pengembangan SDM/tenaga kerja	8	2	-	-	10
	Skor	32	6	-	-	38
	Rata-rata	38/10				3,8
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	38 / 40 / 4				0,238
2	Kurangnya promosi	7	3	-	-	10
	Skor	29	9	-	-	38
	Rata-rata	38/10				3,8
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	38 / 40 / 4				0,238
3	Kurangnya ketersediaan tenaga kerja	5	3	2	-	10
	Skor	20	9	4	-	33
	Rata-rata	33/10				3,3
	Rating	Pembulatan				3
	Bobot	33 / 40 / 4				0,206
4	Fasilitas penelitian dan pengembangan produk tidak ada	7	3	-	-	10
	Skor	28	9	-	-	37
	Rata-rata	37/10				3,7
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	37 / 40 / 4				0,231
Jumlah Skor						146
Skor Tertinggi	4 x 4 x 10 = 160					
Skor Terendah	4 x 1 x 10 = 40					
Skor Keseluruhan						0,91

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Analisis lingkungan internal dan eksternal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Kekuatan perusahaan merupakan sumberdaya, keterampilan atau keunggulan relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Kelemahan perusahaan adalah keterbatasan atau kekurangan sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang serius menghambat kinerja efektif usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Faktor-faktor yang termasuk dalam faktor internal usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru adalah hubungan yang baik dengan tenaga kerja, melakukan riset pasar, kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau dan memenuhi kapasitas produksi. Sementara faktor eksternal usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

adalah kurangnya pengembangan SDM/tenaga kerja, kurangnya promosi, kurangnya ketersediaan tenaga kerja dan fasilitas penelitian dan pengembangan produk tidak ada.

Dalam analisis SWOT terdapat empat strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mempunyai empat strategi seperti yang di jelaskan diatas, perlu di ketahui apa saja strategi yang perlu di lakukan oleh usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yaitu faktor kekuatan internal yang terdiri dari kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness). Berikut ini pemberian rating variabel penelitian faktor eksternal (peluang) dan faktor eksternal (ancaman).

Tabel 3 Pemberian Nilai Rating Terhadap Variabel Penelitian Faktor Eksternal (Peluang) Dan Faktor Eksternal (Ancaman)

NO	FAKTOR EKSTERNAL (PELUANG)	SKALA				Jlh
		SS (4)	S (3)	KS (2)	TS (1)	
1	Kondisi perekonomian yang mendukung	8	2	-	-	10
	Skor	32	6	-	-	38
	Rata-rata	38/10				3,8
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	38 / 40 / 5				0,190
2	Permintaan pasar	9	1	-	-	10
	Skor	36	3	-	-	39
	Rata-rata	39/10				3,9
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	39 / 40 / 5				0,195
3	Gaya hidup sehat	4	5	1	-	10
	Skor	16	15	2	-	33
	Rata-rata	33/10				3,3
	Rating	Pembulatan				3
	Bobot	33 / 40 / 5				0,165
4	Perkembangan penduduk	8	2	-	-	10
	Skor	32	6	-	-	38
	Rata-rata	38/10				3,8
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	38 / 40 / 5				0,190
5	Perkembangan teknologi untuk produksi	6	4	-	-	10
	Skor	24	12	-	-	36
	Rata-rata	36/10				3,6
	Rating	Pembulatan				3
	Bobot	36 / 40 / 5				0,180
Jumlah Skor						184
Skor Tertinggi	5 x 4 x 10 = 200					
Skor Terendah	5 x 1 x 10 = 50					
Skor Keseluruhan						0,92
NO	FAKTOR EKSTERNAL (ANCAMANN)	SKALA				Jlh
		SS (4)	S (3)	KS (2)	TS (1)	

1	Pemanfaatan internet yang minim	8	2	-	-	10
	Skor	32	6	-	-	38
	Rata-rata	38/10				3,8
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	38 / 40 / 4				0,238
2	Persaingan terhadap produk sejenis	10	-	-	-	10
	Skor	40	-	-	-	40
	Rata-rata	40/10				4,0
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	40 / 40 / 4				0,250
3	Potensi masuknya pendatang baru	7	2	1	-	10
	Skor	28	6	2	-	36
	Rata-rata	36/10				3,6
	Rating	Pembulatan				4
	Bobot	36 / 40 / 4				0,225
4	Kurangnya pengembangan produk	6	2	2	-	10
	Skor	24	6	4	-	34
	Rata-rata	34/10				3,4
	Rating	Pembulatan				3
	Bobot	34 / 40 / 4				0,213
Jumlah Skor		148				
Skor Tertinggi		4 x 4 x 10 = 160				
Skor Terendah		4 x 1 x 10 = 40				
Skor Keseluruhan		0,93				

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Matrik IFAS disusun berdasarkan faktor internal yaitu kekuatan (Strenghts) dan kelemahan (Weakness) yang dimiliki usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, serta matrik EFAS disusun berdasarkan faktor eksternal yaitu peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) yang dimiliki oleh usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Tabel 4 Matrik IFAS dan EFAS

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	Bobot	Rating	Skor
1	2	3	(2 x 3)
KEKUATAN :			
1. Hubungan yang baik dengan tenaga kerja	0,185	4	0,740
2. Melakukan riset pasar	0,145	3	0,435
3. Kualitas produk yang baik	0,180	4	0,720
4. Harga yang terjangkau	0,185	4	0,740
5. Memenuhi kapasitas produksi	0,165	3	0,495
Jumlah	0,86		3,130
KELEMAHAN			
1. Kurangnya pengembangan SDM/tenaga kerja	0,238	4	0,952
2. Kurangnya promosi	0,238	4	0,952
3. Kurangnya ketersediaan	0,206	3	0,618
	0,231	4	0,924

4. tenaga kerja Fasilitas penelitian dan pengembangan produk tidak ada			
Jumlah	0,91		3,446
KEKUATAN + KELEMAHAN (X)			6,576
FAKTOR EKSTERNAL			
PELUANG			
1. Kondisi perekonomian yang mendukung	0,190	4	0,760
	0,195	4	0,760
	0,165	3	0,495
2. Permintaan pasar	0,190	4	0,760
	0,180	3	0,540
3. Gaya hidup sehat			
4. Perkembangan penduduk			
5. Perkembangan teknologi untuk produksi			
Jumlah	0,92		3,335
ANCAMAN			
1. Pemanfaatan internet yang minim	0,238	4	0,952
	0,250	4	1,000
	0,225	4	0,900
2. Persaingan terhadap produk sejenis	0,213	3	0,639
3. Potensi masuknya pendatang baru			
4. Kurangnya pengembangan produk			
Jumlah	0,926		3,491
PELUANG + ANCAMAN (Y)			6,826

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Hasil analisis matriks usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel diatas. Hasil evaluasi faktor internal dengan menggunakan matriks IFAS, diperoleh total skor pada faktor kekuatan sebesar 3,130 dan faktor kelemahan sebesar 3,446, yang berarti skor yang diperoleh berada diatas rata-rata 2,5 (jika nilainya berada dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan adalah lemah, sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang kuat). Hal ini menunjukkan bahwa usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mampu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki yakni hubungan yang baik dengan tenaga kerja, melakukan riset pasar, kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau dan memenuhi

kapasitas produksi sehingga dapat menutupi kelemahan yang ada di dalam unit usaha.

Juga dari hasil evaluasi matrik EFAS diatas diketahui total skor pada faktor peluang sebesar 3,335 dan faktor ancaman sebesar 3,491, yang berarti skor yang diperoleh berada diatas rata-rata 2,5 (jika nilainya berada dibawah 2,5 menandakan bahwa secara eksternal perusahaan adalah lemah, sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang kuat). Hal ini menunjukkan bahwa usaha pemotongan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru memanfaatkan peluang yang ada seperti kondisi perekonomian yang mendukung, permintaan pasar, gaya hidup sehat, perkembangan penduduk dan perkembangan teknologi untuk produksi sehingga dapat mengatasi ancaman yang ada di dalam unit usaha.

Dengan diagram Kartesius yang merupakan suatu bangun persegi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x,y) di mana x merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan/kinerja seluruh faktor atau atribut dan y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi harapan sebagaimana gambar berikut ini:

1. Kuadran A menunjukkan faktor-faktor yang dianggap sangat penting, namun pihak Manajemen belum melaksanakan sesuai keinginan / harapan.
2. Kuadran B menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting, telah berhasil dilaksanakan manajemen sesuai keinginan/ harapan dan sangat memuaskan sehingga wajib dipertahankan.
3. Kuadran C menunjukkan faktor-faktor yang dianggap kurang penting, pelaksanaannya dijalankan oleh manajemen secara cukup atau biasa-biasa saja.

4. Kuadran D menunjukkan faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan/sangat memuaskan

Dari hasil diagram kartesius dalam penelitian dengan judul strategi pengembangan industri mikro kecil menengah (Studi Kasus Industri Pemotongan Ayam) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru maka posisi berada pada kuadran B yang berarti Kuadran B menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting, telah berhasil dilaksanakan manajemen sesuai keinginan/ harapan dan sangat memuaskan sehingga wajib dipertahankan. Sehingga strategi pengembangan industri mikro kecil menengah yang telah diterapkan selama ini dianggap baik dan diharapkan strategi yang diterapkan dapat dipertahankan.

SIMPULAN DAN SARAN

simpulan

Berikut ini dapat diambil kesimpulan hasil penelitian terdahulu :

1. Analisis SWOT terdapat empat strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Strategi S-O (Strength Opportunity) atau strategi kekuatan peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah : Meningkatkan hubungan yang baik dengan tenaga kerja dengan memanfaatkan gaya hidup sehat bagi pekerja sehingga tercipta suasana kerja yang kondusif bagi tenaga kerja, melakukan riset pasar untuk mengetahui permintaan pasar, meningkatkan kualitas produk yang baik dengan cara mengikuti perkembangan teknologi untuk produksi, menetapkan harga yang terjangkau dengan cara memperhatikan kondisi

- perekonomian yang mendukung dan selalu memperhatikan untuk memenuhi kapasitas produksi dengan melihat perkembangan penduduk
2. Strategi W-O (Weakness Opportunity) atau strategi kelemahanpeluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah : melakukan pengembangan SDM/tenaga kerja dengan cara menerapkan gaya hidup sehat dan selalu mengikuti perkembangan teknologi untuk produksi, meningkatkan kegiatan promosi dengan cara melihat permintaan pasar. Perlu dilakukan peningkatan promosi jika permintaan pasar cenderung menurun, merekrut tenaga kerja dengan memperhatikan fasilitas penelitian dan pengembangan produk dengan melihat kondisi perekonomian yang mendukung.
 3. Strategi S-T (Strength-Threat) atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah melakukan riset pasar dengan cara meningkatkan pemanfaatan internet dan memperhatikan persaingan terhadap produk sejenis, meningkatkan kualitas produk yang baik dengan cara melihat pengembangan produk dan penetapan harga dilakukan secara cermat dengan melihat potensi masuknya pendatang baru.
 4. Strategi W-T (Weakness-Threat) atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi W-T yang dapat dirumuskan adalah meningkatkan pengembangan SDM/tenaga kerja dengan melihat potensi masuknya pendatang baru, meningkatkan kegiatan promosi dengan cara pemanfaatan internet yang optimal dan adanya persaingan terhadap produk sejenis, menambah atau meningkatkan fasilitas penelitian dan pengembangan produk.
 5. Hasil evaluasi faktor internal dengan menggunakan matriks IFAS, diperoleh total skor pada faktor kekuatan sebesar 3,130 dan faktor kelemahan sebesar 3,446, yang berarti skor yang diperoleh berada diatas rata-rata 2,5 (jika nilainya berada dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan adalah lemah, sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang kuat). Hal ini menunjukkan bahwa usaha pematangan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mampu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki yakni hubungan yang baik dengan tenaga kerja, melakukan riset pasar, kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau dan memenuhi kapasitas produksi sehingga dapat menutupi kelemahan yang ada di dalam unit usaha
 6. Hasil evaluasi matrik EFAS diatas diketahui total skor pada faktor peluang sebesar 3,335 dan faktor ancaman sebesar 3,491, yang berarti skor yang diperoleh berada diatas rata-rata 2,5 (jika nilainya berada dibawah 2,5 menandakan bahwa secara eksternal perusahaan adalah lemah, sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang kuat). Hal ini menunjukkan bahwa usaha pematangan ayam pedaging yang ada di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru memanfaatkan peluang yang ada seperti kondisi perekonomian yang mendukung, permintaan pasar, gaya hidup sehat,

perkembangan penduduk dan perkembangan teknologi untuk produksi sehingga dapat mengatasi ancaman yang ada di dalam unit usaha.

7. Dari hasil diagram kartesius dalam penelitian dengan judul strategi pengembangan industri mikro kecil menengah (Studi Kasus Industri Pemotongan Ayam) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru maka posisi berada pada kuadran B yang berarti Kuadran B menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting, telah berhasil dilaksanakan manajemen sesuai keinginan/harapan dan sangat memuaskan sehingga wajib dipertahankan. Sehingga strategi pengembangan industri mikro kecil menengah yang telah diterapkan selama ini dianggap baik dan diharapkan strategi yang diterapkan dapat dipertahankan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran-saran dari peneliti demi penyempurnaan dan perbaikan strategi pengembangan industri mikro kecil menengah (Studi Kasus Industri Pemotongan Ayam) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru sebagai berikut :

1. Untuk Industri Pemotongan Ayam di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru diharap untuk meningkatkan proses manajemen agar dalam mengelola keuangan akan lebih jelas lagi untuk pengembangan usahanya.
2. Industri Pemotongan Ayam di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru diharap melakukan inovasi yang baru agar dapat mendapatkan konsumen yang lebih banyak lagi.
3. Dari hasil kuadran diharapkan kepada pihak Industri Pemotongan Ayam di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru membuat kebijakan yang lebih baik lagi, agar lebih

memuaskan pelanggan yang sedang transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayudhia, Viona, dkk. 2017. Analisis Bauran Pemasaran Pada UMKM Kota Salatiga. *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Daryanto, dkk. 2009. Strategi Peningkatan Daya Saing Rumah Potong Ayam PT XYZ. *Bogor: Universitas Pertanian Bogor*.
- David, F.R. (2009). Manajemen Strategis. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Ekapriyatna, 2016. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging (Broiler) Ananta Guna Di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi Volume: 7 Nomor: 2 Tahun: 2016*
- Freddy, Rangkuti. 2015. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Hidayati, 2017. Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Ras di Kabupaten Probolinggo Jawa Timur. *Jurnal Program Studi Peternakan Volume I Nomor 1 2017*.
- Isyanto, 2017. Strategi Pengembangan Ayam Sentul di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Agribisnis Volume 3, Nomor 1, halaman 1-12*.
- Kurniawan, 2011. Strategi Pengembangan Ayam Ras Petelur Di Kota Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Peternakan Vol. 35 No. 1, halaman 57-63*

- Lapani, 2014. Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Ud. Putra Tamago Di Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. *Jurnal Agribisnis Vol. 2 No.1, halaman 96-100, tahun 2014.*
- Mayasari. 2008. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Kekuatan dan Kelemahan Persaingan. *Jakarta: Salemba Empat.*
- Nurdin, 2017. Strategi Pengembangan Usaha Ayam Arab Pedaging Di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Program Studi Agribisnis Universitas Hasanuddin Makassar.*
- Nurjannah, Siti. 2014. Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Kewirausahaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Pekanbaru. *Pekanbaru: Universitas Riau.*
- Pambudy, dkk. 2009, Bisnis dan Kewirausahaan Dalam Sistem Agribisnis Pustaka Wirausaha Muda, *Bogor: Institut Pertanian Bogor.*
- Rauf, 2014. Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Pedaging Di Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Program Studi Agribisnis Volume. 21 Nomor. 1 halaman 22-28, tahun 2014*
- Rusmiyati, 2017. Strategi pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging (Broiler) di Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Pertanian Volume 6 Nomor 1, halaman 59-73*
- Sufyandi, 2012. Strategi Pengembangan Bisnis Ayam Ras Pedaging Perusahaan Kawali Poultry Shop Kabupaten Ciamis. *Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi.*
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RXD. *Bandung: Alfabeta.*
- Wibowo, S, 2008. Pedoman Mengelola Perusahaan Kecil, *Penebar.*