BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merpati hias adalah jenis varietas merpati karang yang dijinakkan. Hewan ini umumnya dibesarkan oleh para peternak atau penyuka merpati untuk alasan-alasan seperti ukuran, bentuk, warna, dan perilakunya yang khas. Merpati ini sering kali ditampilkan di pameran merpati, perlombaan, dan pameran hewan peliharaan lainnya (Blecman, Andrew. 2007). Ada sekitar 800 jenis merpati, dan diperkirakan terdapat sekitar 1100 keturunan merpati di seluruh dunia. Di Eropa,terdapat kurang lebih 500 jenis merpati hias. Charles Darwin diketahui telah melakukan persilangan merpati hias, khususnya merpati es, untuk mempelajari variasi pada spesies tersebut.

Burung merpati adalah termasuk jenis burung yang akrab dengan manusia. Merpati tak hanya dipelihara sebagai satwa kesayangan, yaitu sebagai ternak hias dan balap. Ternak Merpati dijadikan sebagai lambang kesetiaan (sifat monogamous = satu pasangan) dan juga sebagai lambang perdamaian. Merpati juga termasuk salah satu penghasil daging yang cukup baik. Diantara kelebihan merpati dibandingkan dengan binatang lain adalah kemampuan mengenali medan, tidak banyak menuntut persyaratan khusus untuk kelangsungan hidupnya, makanan dan perawatannya cukup mudah, gampang dikembangbiakkan, termasuk ternak yang mudah untuk dijinakkan, dan juga keragaman jenisnya.

Manajemen pemeliharaan burung Merpati secara ekstensif yaitu dengan memberikan pakan seadanya seperti gabah, sisa nasi yang dikeringkan, dedak padi. Pada pemeliharaan yang sederhana ternyata burung Merpati masih berproduksi tapi tidak optimal. Burung Merpati termasuk pemakan biji-bijian dan pakan yang umum diberikan kepada burung Merpati pada pemeliharaan semi intensif adalah jagung dan untuk memenuhi kekurangan nutrisinya burung Merpati akan mencari di sekitarnya. Pakan menjadi permasalahan jika burung merpati dipelihara secara intensif. Pemberian jagung saja pada semi intensif tidak akan cukup memenuhi kebutuhan nutrisinya, apa lagi jika burung Merpati dipelihara secara intensif.

Merpati hias ini sudah banyak dikembangkan di indonesia. khususnya di Kabupaten Sidenreng Rappang, sudah ada komunitas pecinta dan pelestari merpati hias. Perkembangan merpati hias di Kabupaten Sidenreng Rappang sangat cepat, namun penjualan masih rendah. Promosi merpati hias masih belum efektif karena target penjualan masih pada sesama anggota komunitas. Melihat adanya permasalahan tersebut, peneliti ingin melihat strategi yang perlu dikembangkan untuk usaha ternak merpati hias ini.

Tingginya populasi burung merpati pada setiap daerah di Kabupaten Sidenreng Rappang mencerminkan bahwa jenis satwa ini sangat digemari oleh masyarakat, baik yang memelihara sebagai hobi maupun sebagai sumber mata pencaharian. Sejauh ini, penelitian

mengenai usaha budidaya burung merpati sebagai salah satu sumber mata pencaharian masyarakat masih sangat kurang. Oleh karna itu, dipandang perlu untuk dilakukan penelitian, terutama yang terkait dengan pengembangan budidaya burung merpati hias.

Dengan melihat latar belakang tersebut, maka perlu untuk dilakukan suatu penelitian mengenai **"Strategi Pengembangan Usaha Merpati Hias di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa saja faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman pada pengembangan usaha merpati hias di Kecematan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang.
2. Bagaimana strategi yang tepat diterapkan pada pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang.

2. Menentukan strategi yang tepat diterapkan terhadap pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dilaksanakannya dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi pengembangan usaha mepati hias.
2. Bagi pemerintah Kabupaten Sidenreng Rappang, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam hal pengembangan usaha merpati hias.
3. Bagi responden, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta menjadi masukan untuk peningkatan usaha.
4. Bagi pembaca, untuk menambahkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan informasi untuk penelitian dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini terdapat penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan referensi dalam penulisan sebagai berikut.

Mila Fitriani (2018), melakukan penelitian tentang Analisis kelayakan budidaya burung merpati di Kabupaten Lombok Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kelayakan dan nilai rentabilitas serta bagaimana pendapatan usaha budidaya burung merpati di Kabupaten Lombok Barat. Penelitian dilakukan pada bulan Juli - agustus 2018, dengan menggunakan metode survai. Jumlah peternak sampel adalah sebanyak 30 orang yang ditetapkan secara purposive. Data yang terkumpul dianalisis dengan analisis biaya dan pendapatan, analisis BCR ,dan analisis rentabilitas. Hasil penelitian menunjukkan : (1) Usaha budidaya burung merpati di Kabupaten Lombok Barat mengalami kerugian. Hal ini disebabkan karna para peternak responden tidak menggunakan prinsip-prinsip ekonomi dalam usaha budidaya burung merpati, karena motivasi mereka memelihara burung merpati hanya dijadikan sebagai hobi saja, sehingga dalam pemeliharaannya para peternak jarang memperhitungkan keuntungannya. Akan tetapi dapat dimaklumi bahwa, kegiatan hobi juga tidak identik dengan keuntungan, karena hobi juga bersifat kesenangan. Sedangkan untuk nilai Rentabilitas usaha budidaya burung merpati di Kabupaten Lombok Barat adalah -

52,8%. Hal ini berarti, para peternak lebih untung menyimpan dananya di bank dalam bentuk deposito maupun tabungan biasa. (2) pendapatan yang didapatkan dalam usaha budidaya burung merpati ini, yaitu untuk pendapatan kotor rata-rata sebesar Rp. 1.676.166,67 per tahun dan untuk pendapatan bersih rata-rata sebesar Rp. -1.872.214,44 per tahun.

2.2 Jenis – jenis Merpati Hias Yang Populer di Indonesia

Menurut Permana (2018), jenis dari burung merpati hias yang dapat dipelihara untuk memanjakan mata, berikut adalah penjelasannya.

1. Lahore

Merpati lahore ini berasal dari Negara Timur Tengah, yaitu Negara Pakistan. Di Negara Pakistan sendiri, burung ini dikenal dengan nama burung Shiraz. Ciri-cirinya antara lain mempunyai warna putih dari leher sampai buntut ujung bagian bawah. Sementara itu untuk bagian atas dihiasi warna lainnya misalnya warna hitam. Namun, anda tidak perlu untuk jauh-jauh ke Pakistan untuk mendapatkan burung dara atau merpati jenis Lahore ini. Sebab sekarang ini sudah banyak peternak lokal yang mulai mengembangbiakkan burung merpati lahore ini.



Sumber: lapaksatwa.co.id

Gambar 2.1 Merpati Lahore

2. Gondok

Merpati gondok ini adalah salah satu merpati hias yang paling banyak disukai oleh para pecinta burung hias.

Pada saat ini, kalian sudah dapat dengan mudah menemukan burung merpati hias jenis ini di pasaran lokal sebab sudah banyak dari peternak lokal yang mengembangbiakkan merpati jenis ini.



Sumber: Dadan Eka Permana, Mei 2016

Gambar 2.2 Merpati Gondok

3. Jacobin Pigeon

Salah satu ciri khas yang unik dari burung dara jenis ini yaitu bulu-bulunya yang tebal. Uniknya lagi, bulu-bulu ini mengintari kepalanya seolah membentuk topi yang digunakan oleh para pendeta Jacobin. Jadi, karena itulah burung ini dinamai dengan sebutan jacobin pigeon.



Sumber: Dadan Eka Permana, Mei 2016

Gambar 2.3 Merpati Jacobin

4. Merpati Kipas

Burung dara atau merpati kipas ini berasal dari Negara India dan juga Negara Tiongkok.

Salah satu ciri khas yang juga sudah menjadi keunikan dari burung ini yaitu warnanya yang cukup mencolok dan juga ekornya yang mengembang menyerupai kipas. Keunikan lain dari burung dara jenis ini yaitu jika beranak, anaknya harus diasuh oleh induk burung lainnya.



Sumber: Pawirobirdfarm.com

Gambar 2.4 Merpati Kipas

5. Satinette Oriental Frill

Jangan terkecoh dengan namanya ya. Burung dara yang satu ini ternyata tidak berasal dari Negara oriental misalnya Tiongkok, melainkan berasal dari Turki. Adapun Ciri khas yang ada pada burung ini yaitu mempunyai badan berwarna putih dengan garis-garis yang terletak pada bahu dan juga sayap.

Sementara itu, ekor pada burung ini juga dihiasi dengan warna hitam, biru dan abu-abu kecokelatan. Menurut cerita yang ada, konon burung ini adalah burung kesultanan di Turki.



Sumber: Dok. Akbar Makmur

Gambar 2.5 Merpati Santinette Oriental frill

6. Old Dutch Capuchine

Old Dutch Capuchne adalah salah satu jenis burung dara atau merpati yang mewah yang suidah dikembangkan selama bertahun-tahun dengan jenis metode perkembangbiakan yang cukup selektif.

Keunikan dari burung ini yaitu tumbuhnya surai atau bulu jambul yang padat pada bagian kepala dan juga berbentuk lonjok di kedua sisi lehernya. Pencetus dari perkembangbiakan varietas ini tidak lain dilakukan oleh Henk Moezelaar.



Sumber: Jualayamhias.com

Gambar 2.6 Merpati Old Dutch Capuchine

7. Modena

Jenis merpati Modena ini terkenal sebagai burung ternak yang baik. Salah satu jenisnya yang paling terkenal yaitu Gazzi Modena dengan ciri khas badan putih dan kepala, sayap dan juga ekor yang berwarna-warni.

Burung dara atau merpati Modena ini termasuk ke dalam jenis burung hias yang mempunyai badan kecil dengan ukuran panjang kurang lebih 25 cm. Namun, meskipun bentuk dari badannya yang terbilang padat dan gemuk, burung hias yang satu ini tetap saja terlihat anggun dan siap untuk memikat hati para pecinta burung hias di Indonesia.



Sumber: Lindsay Maher

Gambar 2.7 Merpati Modena

8. Nun Pigeon

Burung ini adalah salah satu jenis burung dara atau merpati yang paling cantik. Karena, selain mempunyai warna yang menawan dan terlihat ganas, burung ini juga mempunyai kemampuan terbang yang sangat menarik.



Sumber: Wanais, Juli 2012

Gambar 2.8 Merpati Nun Pigeon

9. Polish Helmet

Dari namanya saja, pasti Kalian sudah dapat menebak dari mana asal burung ini. Polish Helmet adalah jenis burung dara atau merpati yang berasal dari Negara Polandia.

Ciri khas dari burung ini yaitu mempunyai tubuh berwarna putih. Hanya saja pada bagian ekor dan kepala saja yang dihiasi dengan warna lain.



Sumber: Dadan Eka Permana, Mei 2016

Gambar 2.9 Merpati Polish Hermet

10. Maltase

Masih berada di kawasan Eropa, burung dara atau merpati Maltese ini berasal dari Negara Italia Utara dekat dengan Modena.

Burung ini mempunyai ciri khas pada bagian leher yang panjang dan juga tubuhnya yang berwarna hitam hampir di semua bagian.



Sumber: Wanais, Juli 2012

Gambar 2.10 Merpati Maltase

2.3 Usaha Ternak Merpati Hias

Burung merpati atau yang dikenal dengan burung dara adalah salah satu jenis burung yang mudah ditemui di Indonesia. Burung merpati memiliki keunikan tersendiri jika dibandingkan dengan jenis burung lainnya. Burung merpati cenderung setia dan tidak dapat dipisahkan dengan pasangannya. Ternak burung merpati membutuhkan waktu yang lama sehingga sering dihindari oleh berbagai kalangan masyarakat secara luas. Produksi burung merpati dapat ditingkatkan dengan waktu yang singkat. Peningkatan produksi burung merpati dapat dilakukan dengan menggunakan sistem babuan. Dengan menggunakan babuan proses pengeraman akan berjalan dengan lancar dan menghasilkan telur dengan

cepat. Burung merpati merupakan salah satu jenis burung yang mudah dalam perawatnnya.

Soesono A (2003), Ternak burung merpati dapat dilakukan dengan sistem umbar namun Anda juga harus menyediakan kandang. Ternak burung merpati meliputi beberapa langkah. Mempersiapkan kebutuhan modal untuk membeli burung merpati, memastikan dan mengkalkulasi jumlah burung merpati, memperhatikan proses pembuatan kandang, menyediakan pakan berkualitas untuk burung merpati, melakukan perawatan untuk kandang. Adapun langkah-langkah tersebut untuk lebih jelasnya dapat lihat di bawah ini.

1. Kebutuhan Modal untuk Membeli Burung Merpati

Langkah pertama untuk ternak burung merpati yaitu dengan menyiapkan modal untuk membeli burung merpati. Burung merpati hias belum banyak di pasarkan di penjual burung sehingga untuk mendapatkannya, masuk di komunitas pecinta dan pelestari merpati hias yang ada di Kabupaten Sidenreng Rappang. ternak burung merpati dalam skala yang besar sebaiknya membeli burung merpati hias secara borongan supaya mendapatkan harga yang lebih murah. Sebaiknya membeli burung merpati yang sudah jodoh agar tidak membutuhkan waktu lama menunggu masa perjodohan.

2. Pembuatan Kandang

Sangkar atau kandang burung merpati dapat dibuat dengan menggunakan papan dari kayu atau triplek yang dibentuk kotak kemudian

diberi sekat. Dalam setiap sekatan beri lubang untuk pintu masuk ataupun keluar.

3. Menyediakan Pakan Berkualitas

Pakan yang cocok untuk burung merpati yaitu biji-bijian. Untuk pakan yang efisien untuk digunakan yaitu jagung dan biji padi. Ternak burung merpati secara umbaran hanya perlu merawat kandangnya saja.

4. Perawatan Kandang

Kandang atau sangkar burung merpati harus dibersihkan secara teratur. Kandang yang berish akan membuat burung merpati semakin nyaman. Kandang yang dibuat juga harus aman dari serangan predator. Predator yang sering mengganggu yaitu tikus dan kucing.

Beberapa langkah yang perlu diperhatikan dalam menjalankan peluang bisnis ternak burung merpati dapat Anda perhatikan di atas. Usia panen burung merpati yang efisien yaitu berumur 10 hari.. Burung merpati biasanya dijual di pasaran dan di anggota komunitas.

2.4 Strategi Pengembangan Usaha Ternak

Pengertian strategi secara umum dapat diartikan sebagai upaya seseorang, atau organisasi membuat skema untuk mencapai sasaran yang hendak dituju. Dengan kata lain, strategi sebagai seni seseorang ataupun organisasi memanfaatkan seni, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai sasaran lewat cara-cara yang lebih efektif dan efisien demi mencapai keuntungan yang diharapkan.

Pengertian strategi dapat pula diartikan sebagai tindakan yang menyesuaikan diri terhadap reaksi ataupun situasi lingkungan yang terjadi. Baik itu situasi yang didasari ataupun yang tidak disadari. Jadi buat kamu yang memiliki yang besar ataupun kecil, untuk meminimalisir terjadinya kegagalan, wajib membuat strategi, untuk meminimalisir dan membuka peluang keberhasilan.

Menurut Hamel dan Prahalad strategi sebagai tindakan yang bersifat *incremental,* yang mana tiap waktu mengalami peningkatan, semua tergantung pada sudut pandang yang akan terjadi di masa datang.

2.5 Analisis SWOT

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang paling cocok (Rangkuti, 2008). SWOT terdiri dari kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) merupakan faktor internal serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) merupakan faktor eksternal.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal dan eksternal dengan asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti *dalam* Wahyuni, 2016).

Menganalisis faktor-faktor eksternal yaitu berupa peluang dan ancaman serta faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

Setelah menganalisis dengan IFAS dan EFAS kemudian memasukkan faktor-faktor tersebut kedalam analisis SWOT .

Tabel 2.1 Matrik SWOT

IFAS / EFAS	*Strengths* (S) • Kekuatan Internal	*Weaknesses* (W) • Kelemahan Internal
Opportunities (O) • Peluang Eksternal	Strategi SO • Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO • Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) • Ancaman Eksternal	Strategi SO • Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi SO • Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2008)

Keterangan:

1. S = menentukan 5 – 10 faktor-faktor kekuatan internal
2. W = menentukan 5 – 10 faktor-faktor kelemahan internal
3. O = menentukan 5 – 10 faktor-faktor ancaman eksternal
4. T = menentukan 5 – 10 faktor-faktor ancaman eksternal
5. SO = menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang

6. WO = menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
7. ST = menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman
8. WT = menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman

2.5.1 Analisis Lingkungan Internal

Analisis internal adalah kajian terhadap kekuatan dan kelemahan organisasi. Analisis ini mengidentifikasi kuantitas dan kualitas sumber-sumber yang tersedia bagi organisasi. Komponen ini melibatkan sejumlah alternatif strategi dalam upaya pencapainan tujuan organisasi. Kajian ini melibatkan analisis kritis terhadap kondisi kekuatan dan kelemahan internal, peluang dan ancaman eksternal. Perbandingan kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesess*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threaths*) dikenal sebagai analisis SWOT. Suatu analisis SWOT menghasilkan sejumlah *alternative strategi*. Untuk memilih alternatif tersebut organisasi mengevaluasi satu sama lain dengan memperhatikan kemampuan untuk mencapai tujuan.

Lingkungan internal merupakan suatu kondisi yang ada didalam organisasi yang tercipta karena proses kerja sama atau karena proses komplik yang ada di dalam organisasi. Proses komplik dapat bersifat disfungsional atau bersifat fungsional. Lingkungan internal akan ada disetiap fungsi dan bagian. Oleh karena itu lingkungan internal harus

diperhatikan. Lingkungan internal bersifat dapat dikendalikan dibandingkan dengan lingkungan eksternal. Jika lingkungan internal sudah tidak dapat dikendalikan maka perusahaan terancam mengalami kebangkrutan. Analisis lingkungan internal bersumber pada sumber daya perusahaan yang mencakup faktor SDM, sumber daya organisasi dan sumber daya fisik. Faktor pertama berkenaan dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan SDM, seperti pengalaman, reputasi, kapabilitas, pengetahuan dan wawasan. Keahlian dan kebijakan perusahaan terhadap hal ihwal ketenagakerjaan. Faktor kedua berkaitan dengan sistem dan proses yang dianut perusahaan termasuk didalamnya strategi , struktur organisasi, budaya, manajemen pembelian, operasi atau produksi, keuangan, penelitian dan pengembangan, pemasaran, sistem informasi dan sistem pengendalian. Faktor ketiga meliputi perlengkapan, lokasi,geografis, akses terhadap sumber bahan mentah, jaringan distribusi dan teknologi.

Tabel 2.2 Analisis IFAS (*Internal Strategis Factor Analysis Summary*)

Faktor Strategi Internal (1)	Bobot (1)	Rating (3)	Skor (4)	Komentar (5)
Strenghts (Kekuatan)				
Kolom ini berisi kekuatan dari uasaha ternak merpati hias di Kecamatan Baranti				
Weaknesess (Kelemahan)				
Kolom ini berisi kelemahan dari usaha ternak merpati hias di Kecamatan Baranti				
Total Skor				

Sumber : Ismail Solihin (2012:7)

2.5.2 Analisis lingkungan eksternal

Kondisi lingkungan yang dihadapi oleh setiap perusahaan saat ini berbeda dengan kondisi di masa lalu, banyak perusahaan kini bersaing dalam pasar global, bukan lagi dalam pasar logistik. Perubahaan teknologi dan peningkatan kemampuan untuk memperoleh serta lebih tepat waktu dan efektif. Perubahan sosiologis yang pesat yang terjadi di banyak negara mempegaruhi ketenagakerjaan, disamping sifat produk yang diinginkan konsumen semakin berpariasi. Kebijakan dan hukum yang digariskan pemerintah mempengaruhi pilihan perusahan mengenai dimana dan bagaimana mereka berusaha dan bersaing. Perusahaan harus waspada dan menyadari dampak dari kenyataan lingkungan ini, sehingga menjadi pelaku dalam persaingan yang efektif dalam perekonomian global.

Kebanyakan perusahaan menghadapi lingkungan eksternal yang berkembang secara tepat, kompleks dan global, yang membuatnya semakin sulit di interpretasikan. Untuk menghadapi data lingkungan yag sering kali tidak lengkap, perusahaan dapat menempuh cara yang disebut analisis lingkungan eksternal *(external environmental analysis).*

Tabel 2.3 Analisis EFAS (Eksternal Strategic Factors Analysis Summary)

Faktor Strategi Eksternal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (4)	Komentar (5)
Opportunities (Peluang)				
Kolom ini berisi peluang dari usaha ternak merpati hias di Kecamatan Baranti				
Threats (Ancaman)				
Kolom ini berisi ancaman dari usaha ternak merpati hias di Kecamatan Baranti				
Total Skor				

Sumber : Ismail Solihin (2012:76)

BAB III

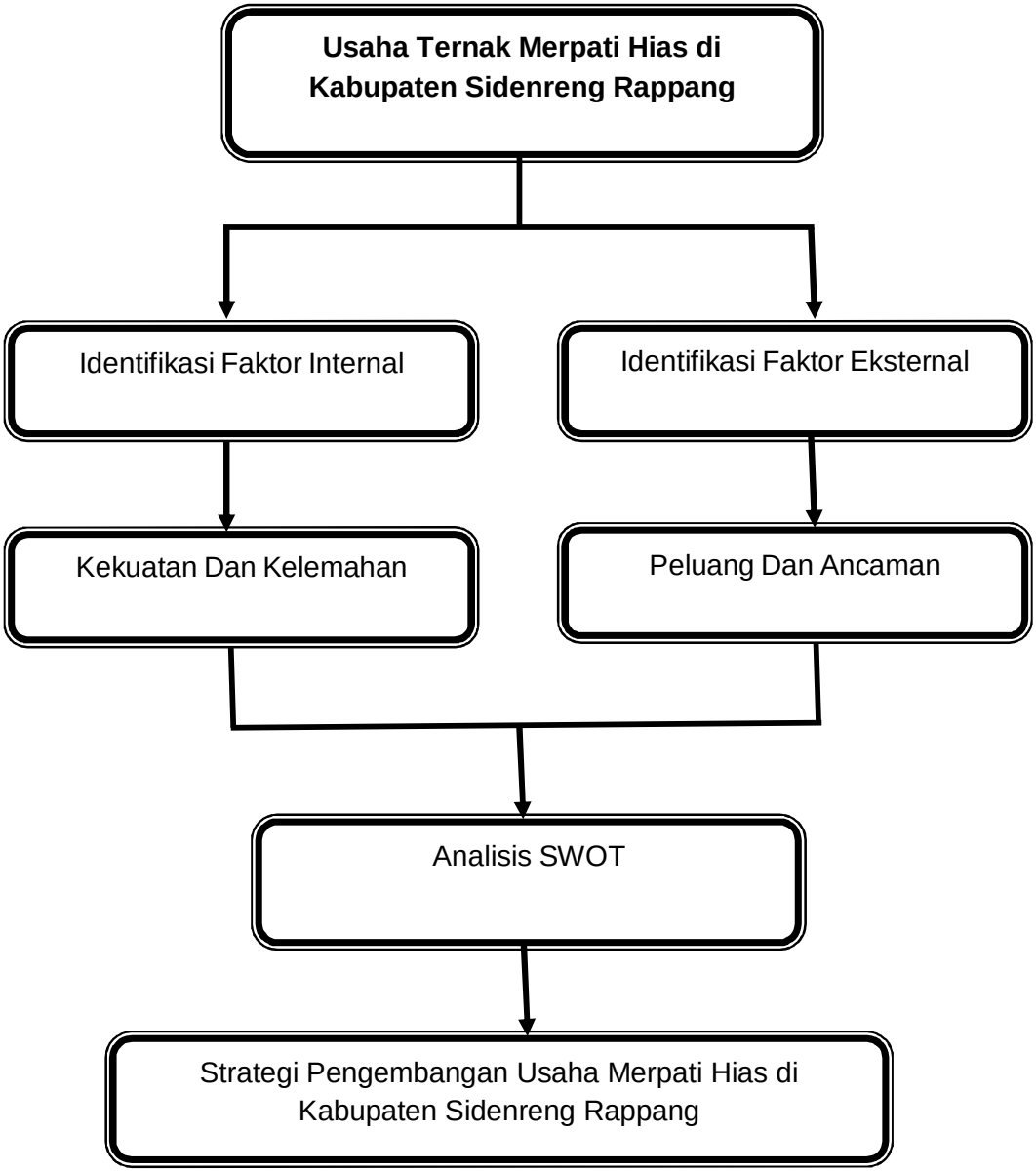
KERANGKA PIKIR

3.1 Kerangka Pikir

Merpati hias adalah jenis varietas merpati karang yang dijinakkan. Hewan ini umumnya dibesarkan oleh para peternak atau penyuka merpati untuk alasan-alasan seperti ukuran, bentuk, warna, dan perilakunya yang khas. Merpati ini sering kali ditampilkan di pameran merpati, perlombaan, dan pameran hewan peliharaan lainnya. Ada sekitar 800 jenis merpati, dan diperkirakan terdapat sekitar 1100 keturunan merpati di seluruh dunia. Di Eropa , terdapat kurang lebih 500 jenis merpati hias. Charles Darwin diketahui telah melakukan persilangan merpati hias, khususnya merpati es, untuk mempelajari variasi pada spesies tersebut. maka dari itu penulis bermaksud untuk mengetahui strategi yang harus dilakukan oleh pemilik usaha ternak merpati hias agar usaha ini dapat meningkat.

Langkah awal yang harus dilakukan dalam strategi pengembangan usaha ternak merpati hias ini yaitu mengetahui kondisi dan keadaan umum pelaku usaha merpati hias yang ada di kabupaten Sidenreng Rappang. Langkah selanjutnya mengidentifikasi faktor eksternal dan internal dari beberapa sampel yang telah ditentukan. Kemudian hasil dari identifikasi faktor internal dan faktor ekternal akan muncul beberapa faktor, faktor internal akan muncul beberapa faktor mengenai kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal akan muncul beberapa faktor peluang dan ancaman dari usaha merpati hias di kabupaten Sidenreng Rappang.

Kemudian langkah selanjutnya yaitu memasukkan hasil tersebut kedalam matrik SWOT, setelah itu kita tentukan yang mana alternatif strategi yang tepat digunakan dalam usaha merpati hias di kabupaten Sidenreng Rappang. Adapun kerangka pikir penelitian ditunjukkan pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Kerangka Pikir Penelitian

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Tempat dan waktu

Penelitian ini akan dilaksanakan kurang lebih 1 bulan yaitu mulai bulan September sampai dengan Oktober 2023, dengan lokasi penelitian di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang.

4.2 Populasi dan sampel

Dalam bahasa penelitian seluruh sumber data yang mungkin untuk memberi informasi yang berguna dalam mengungkap masalah penelitian dapat disebut populasi. Populasi adalah keseluruhan dari objek suatu penelitian. Sedangkan, sampel merupakan sebagian dari populasi penelitian yang diteliti dan mewakili populasi tersebut. adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha ternak merpati hias yang ada di Kecamatan Baranti yang berjumlah 9 orang/kandang yang tersebar di 4 desa dan 5 kelurahan. Arikunto (2002) menyatakan jika jumlah populasi <100 maka jumlah sampel sama dengan jumlah populasi, sedangkan jika jumlah populasi >100 maka sampel dapat diambil sebanyak 10-15%. Jadi sampelnya adalah 9 orang

4.3 Teknik pengambilan data

Dalam hal ini teknik pengambilan data dilakukan dalam pengambilan data primar. Adapun cara pengambilan data sebagai berikut:

1. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti. Adapun objek yang diteliti adalah segala aktifitas pelaku usaha merpati hias saat berada di dalam kandang.
2. Interview, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara responden, sehingga antara peneliti dengan responden dapat berkomunikasi secara langsung. Adapun para respondennya adalah pelaku usaha merpati hias tersebut.

4.4 Jenis dan sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui berbagai cara yaitu dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan pelaku usaha merpati hias dengan menyebar daftar pertanyaan atau kuisioner. Data sekunder diperoleh dari kantor kecamatan atau kantor Desa atau instansi terkait maupun aparat pemerintah yang mempunyai aktifitas yang terkait penelitian.

4.5 Teknik analisis data

Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini yakni Teknik Analisis SWOT *(Strenght, Weakness, Opportunity, and Treat)*. Setelah hasil data terkumpul, maka tabel SWOT dapat berisikan temtang kekuatan, kelemahan, peluang , serta ancaman. Sehingga nantinya akan muncul strategi-strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkannya.

4.5.1 Teknik Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal dan eksternal suatu organisasi atau perusahaan yang selanjutnyaakan digunakan untuk dasar merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian tentang faktor kekuatan *(Strength)* dam kelemahan *(weaknes).* Sedangkan analisis eksternal meliputi faktor peluang *(Opportunities)* dan ancaman (*threath).* Analisis ini menggunakan matriks SWOT, matriks IFAS dan matriks EFAS. Matriks Internal *factor analysis summary* (IFAS) yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks Extenal Factor Analisis Summary (EFAS) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor peluang dan ancaman yang akan dihadapi. Data faktor eksternal dicari untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan persoalan ekonomi, budaya, sosial, lingkungan, demografi, politik, hukum, pemerintahan, teknologi dan persaingan pasar.

4.5.2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-faktor strategi internal diidentifikasi pada suatu tabel IFAS *(Internal Strategy Factors Analysis Summary)* untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam rangka strength and weaknes. Dibawah ini adalah tabel IFAS.

Tabel 4.1 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor Strategi Internal (1)	Bobot (1)	Rating (3)	Skor (4)	Komentar (5)
Strenghts (Kekuatan)				
Kolom ini berisi kekuatan dari uasaha ternak merpati hias di Kecamatan Baranti				
Weaknesess (Kelemahan)				
Kolom ini berisi kelemahan dari uasaha ternak merpati hias di Kecamatan Baranti				
Total Skor				

Sumber : Ismail Solihin (2012:74)

Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi internal (IFAS). Dibawah ini merupakan cara-cara yang digunakan untuk penentuan faktor strategi internal (IFAS):

a. Susun dalam kolom 1 daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha yang terdiri dari beberapa faktor kekuatan *(Strength)* dan kelemahan *(Weakness).*
b. Berilah bobot dalam masing-masing kolom 2. Nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan kemungkinan pengaruh actot yang dibobot terhadap posisi perusahaan saat ini. Semakin tinggi bobot maka semakin penting pula pengaruh faktor tersebut. kisaran 0,0-1,0 dari yang tidak penting sampai sangat penting

c. Kolom 3 berisi tentang peringkat untuk masing-masing faktor perongkat berkisar 5,0-1,0 dari sangat baik sampai sangat buruk. Masing-masing peringkat menunjukkan pertimbangan yang diberikan responden tentang internal tentang usaha ternak merpati hias.
d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan masing-masing faktor. nilai tertimbang berkisar 5,0-1,0 sangat bagus sampai sangat buruk dengan nilai 3,0 menjadi nilai rata-rata
e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan ditetapkan.
f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini tentunya dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan lain dalam kelopok industri.

4.5.3 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Menurut Rangkuti (2005:98), sebelum membuat matriks factor strategy eksternal, kita perlu mengetahui faktor strategi eksternal (EFAS). Dibawah ini adalah Tabel matriks EFAS.

Tabel 4.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor Strategi Eksternal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Skor (4)	Komentar (5)
Opportunities (Peluang)				
Kolom ini berisi peluang dari usaha ternak merpati hias di Kecamatan Baranti				
Threats (Ancaman)				
Kolom ini berisi ancaman dari usaha ternak merpati hias di Kecamatan Baranti				
Total Skor				

Sumber : Ismail Solihin (2012:76)

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu kemumerupakan cara-cara yang digunakan untuk penentuan faktor strategi eksternal (EFAS):

a. Susunlah dalam kolom 1 daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha yang terdiri dari berbagai peluang *(Opportunity)* dan ancaman *(Threats).*
b. beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2. Nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan kemungkinanpengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi perusahaan saat ini. Semakin tinggi bobot semakin penting pengaruh faktor tersebut. kisaranbobot 0,0-1,0 dari angka tidak penting sampai sangat penting.

c. Kolom 3 berisi peringkat untuk masing-masing peringkat berkisar 5,0-1,0 dari sangat baik sampai sangat buruk. Masing-masing peringkat menunjukkan pertimbangan yang diberikan responden tentang faktor eksternal pada usaha ternak merpati hias.
d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh fakta pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor. Nilai tertimbang berkisar 5,0-1,0 dari sangat bagus sampai buruk dengan nilai 3,0 menjadi rata-rata.
e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya ditetapkan.
f. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi gerhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan dengan perusahaan lain dalam kelompok industri.

4.5.3 Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2005:103), alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Dibawah ini adalah tabel matriks SWOT.

Tabel 4.3 Matriks SWOT

IFAS / EFAS	*Strengths* (S) • Kekuatan Internal 1. Hobi 2. Dapat dijadikan bisnis 3. Perawatan mudah 4. Tingkat produksi yang tinggi 5. Tidak mudah terserang penyakit	*Weaknesses* (W) • Kelemahan Internal 1. Belum populer 2. Pemasaran masih sesama penghobi 3. Dikandangkan sepasang-sepasang 4. Teknologi belum memadai 5. Peralatan pengelolahan terbatas
Opportunities (O) • Peluang Eksternal 1. Kurangnya pesaing 2. Peminat selalu bertambah 3. Usaha yang baru 4. unik 5. diminati semua kalangan usia	Strategi SO • Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO • Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) • Ancaman Eksternal 1. Persaingan tidak sehat 2. Masuknya merpati impor 3. Harga pakan yang selalu naik 4. Persaingan dengan unggas lainnya 5. Cuaca dan iklim	Strategi SO • Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi SO • Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti (2008)

Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usaha ternak merpati hias dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternative strategis.

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.\

b. Strategi ST

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini berdasarkan pada meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman yang ada.

4.6 Definisi operasional

Defenisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Merpati hias adalah jenis varietas merpati karang yang dijinakkan. Hewan ini umumnya dibesarkan oleh para peternak atau penyuka merpati untuk alasan-alasan seperti ukuran, bentuk, warna, dan perilakunya yang khas.
2. Burung merpati adalah termasuk jenis burung yang akrab dengan manusia. Merpati tak hanya dipelihara sebagai satwa kesayangan, yaitu sebagai ternak hias dan balap, tapi juga diadikan sebagai daging konsumsi yang baik.
3. Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.

4. Lingkungan internal dan lingkungan eksternal merupakan suatu kondisi yang ada didalam organisasi yang tercipta karena proses kerja sama atau karena adanya konflik yang ada di dalam organisasi.
5. SWOT merupakan kepanjangan dari *Stengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*. Dimana S diartikan dari kekuatan, W adalah kelemahan, O adalah kesempatan atau peluan dan T adalah ancaman
6. IFAS *(Internal Strategic Factory Analysis Summary)* adalah ringkasan faktor-faktor strategi internal dalam kerangka kekuatan *(Strengths)* dan kelemahan *(Weaknesses).*
7. EFAS *(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary)* adalah ringkasan faktor-faktor strategi eksternal dalam kerangka peluang *(Opportunities)* dan ancaman *(Threats).*
8. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang langsung dalam bentuk tanya jawab dengan responden, instrument yang digunakan dalam kegiatan ini dalam konsuioner.
9. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung kegiatan yang dilakukan pada bjek penelitian sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai informasi tentang usaha ternah merpati hias.

BAB V

GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

5.1 Kondisi Geografis

Berdasarkan BPS Kabupaten Sidenreng Rappang (2020), Kecamatan Baranti merupakan salah satu bagian dari wilayah Kabupaten Sidenreng Rappang yang terdiri dari 5 Kelurahan dan 4 Desa, dengan luas wilayah sebesar 5389,00 km2 yang dihuni oleh beragam suku, baik penduduk asli maupun pendatang. Kecamatan Baranti berbatasan dengan wilayah lain di Kabupaten Sidrap, diantaranya :

1. Sebelah Utara : Kecamatan Kulo
2. Sebelah Timur : Kecamatan Panca Rijang
3. Sebelah Selatan : Kecamatan Watangpulu
4. Sebelah Barat : Kabupaten Pinrang

Kelurahan Baranti merupakan ibu kota Kecamatan Baranti. Selain Kelurahan Baranti, terdapat juga Kelurahan Manisa, Kelurahan Panreng, Kelurahan Duampanua, Kelurahan Benteng, Desa Passeno, Desa Tonrong Rijang, Desa Sipodeceng, dan Desa Tonronge.

5.2 Kondisi Umum Kecamatan Baranti

Kecamatan Baranti adalah penghasil beras dan telur ayam serta telur itik terbesar di Kabupaten Sidenreng Rappang. Sebagaimana Kabupaten Sidenreng Rappang yang merupakan kabupaten penghasil

beras dan telur terbesar di Indonesia Bagian Timur. Selain penghasil beras dan telur, kecamatan ini juga merupakan penghasil buah-buahan dari lahan kebun yang juga cukup luas dan digarap intensif oleh masyarakat. Hampir tidak ditemukan lagi masyarakat miskin di wilayah ini karena ketekunan kegotong-royongan penduduknya.

Seperti di seluruh wilayah nusantara yang dihuni mayoritas suku bugis, di kecamatan ini juga masyarakat ta'at beribadah dan menegakkan dengan teguh tradisi saling menghargai dan saling menolong, di mana-mana dengan mudah ditemukan bangunan masjid besar yang permanen dan dipadati jama'ah. Penduduk daerah ini tekun dalam menjalani mata pencaharian dan upaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Jiwa gotong royong masyarakat juga kompak terutama pada saat mendirikan rumah panggung atau bahasa Bugisnya *Mappatettong bola* dan saat membersihkan irigasi air

5.3 Keadaan Ekonomi

Bahan-bahan kebutuhan pangan pada umumnya dihasilkan sendiri seperti beras, sayur-mayur, minyak goreng, telur, ternak ayam dan sapi serta ikan di mana hampir setiap kepala keluarga di Kecamatan Baranti memiliki jala ataupun bubu untuk menangkap ikan. Sebagaimana suku bugis lainnya, mereka menjalani hidupnya secara teratur sehingga tanpa kesulitan hampir setiap keluarga memiliki rumah, kendaraan dan lahan pertanian sendiri. Keadaan seperti ini menjadi ciri khas suku bugis di

mana pun berada, hal tersebut membuat hubungan dengan pihak pemerintah dan pihak keamanan berlangsung damai.

5.4 Kependudukan

Jumlah penduduk di Kecamatan Baranti Berdasarkan BPS (2020) mencapai 33.256 jiwa, berdasarkan jenis kelamin terdiri dari laki-laki 16.462 jiwa dan perempuan 16.794 jiwa.

5.5 Pendididkan

Pendidikan di Kabupaten Sidenreng Rappang secara umum semakin membaik. Pada tahun 2021 jumlah sekolah di Kabupaten Sidenreng Rappang sebanyak 194 sekolah yang terdiri dari 102 Sekolah Dasar (SD), 56 Sekolah Menengah Tingkat Pertama (SMTP), dan 27 Sekolah Menengah Tingkat Atas (SMTA). Darisegi tenaga pengajar, seorang guru rata-rata mengajar 14 murid untuk jengjang SD, 12 murid untuk jenjang SMTP dan 13 murid untuk jenjang SMTA. Terkhusus di Kecamatan Baranti jumlah sekolah sebanyak 35 unit dengan rincian SD 26 unit, SMP/Mts Sederajat 6 unit, dan SMA/Man 3 unit. (BPS Kabupaten Sidenreng Rappang, 2021)

BAB VI

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian adalah dari seluruh perwakilan baik dari ketua dan anggota usaha merpati hias di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang. Data yang di hasilkan diperoleh dari proses wawancara, kusioner, dan observasi. Dimana hal ini akan menjelaskan mengenai hasil dan akan membahas pendapat dan sumber data dari responden dalam pengembangan usaha merpati hias. Karakteristik responden meliputi profil responden, jenis kelamin, umur, dan pengalaman usaha responden. Data seluruh responden akan dijelaskan sebagai berikut.

1.1.1 Profil Responden

Sampel yang digunakan dari populasi yang sudah terdata di instansi terkait dan berdasarkan pencaharian sumber data dengan usaha ini, ialah berjumlah 9 responden. Adapun profil responden dari pelaku usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6.1 Identifikasi Responden pada Usaha Merpati Hias di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang

No	Nama	Tempat/ Lokasi (Desa / Kelurahan)	Usia (Tahun)	Awal Usaha	Jumlah Populasi Merpati (Ekor)
1	Hamsah	Desa Tonronge	42	2019	30
2	Randi	Desa Tonronge	42	2019	40
3	Sadri	Desa Tonronge	47	2019	30
4	Fadry	Kel. Manisa	29	2019	30
5	Syukur	Kel. Manisa	48	2023	10
6	P. Ari	Kel. Manisa	61	2023	40
7	Taju	Kel. Manisa	32	2020	20
8	Artading	Kel. Baranti	28	2019	30
9	Dandy	Kel. Panreng	25	2022	30

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2023

1.1.2 Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dari seluruh perwakilan baik dari ketua kelompok dan anggota usaha merpati hias di Kecamatan Baranti. Sehingga jumlah responden sebanyak 9 orang diantarannya 9 berjenis kelamin laki-laki (100%) dan 0 berjenis kelamin wanita (0%). Mayoritas sampel penelitian pada usaha merpati hias di Kecamatan Baranti dominan berjenis kelamin laki-laki.

1.1.3 Umur Responden

Usia para responden usaha merpati hias di Kecamatan Baranti sangatlah beragam. Tabel 6.2 menunjukkan klasifikasi responden.

Tabel 6.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

No	Tingkat Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20 – 30	3	33,33
2	31 – 40	1	11,11
3	41 – 50	4	44,44
4	51 – 60	-	0
5	61 – 70	1	11,11
Total		9	100%

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan tabel menunjukkan jumlah responden berusia 20-30 tahun sebanyak 3 orang atau 33,33%, 31-40 tahun sebanyak 1 orang atau 11,11%, 41-50 tahun sebanyak 4 orang atau 44,44%, dan responden yang berusia 61-70 tahun sebanyak 1 orang atau 11,14%. Dari keseluruhan responden ini dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha merpati hias diminati oleh semua kalangan usia.

1.1.4 Pengalaman Usaha Responden

Tingkat pengalaman usaha responden berbeda-beda. Ada yang baru menekuninya dan ada pula yang yang sudah sangat berpengalaman dalam usaha merpati hias. Dari jumlah responden sebanyak 9 orang sehingga dapat dlihat pada tabel berikut:

Tabel 6.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pengalaman Usaha

No	Tingkat Pengalaman Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1 – 5 Tahun	9	100
2	> 5 Tahun	-	0
Total		9	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2023

Data pada tabel menunjukkan presentasi responden yang memiliki pengalaman usaha merpati hias di Kecamatan Baranti secara keseluruhan kurang dari 6 tahun lebih besar. Sehingga ini menunjukkan bahwa usaha merpati hias di Kecamatan Baranti masih baru.

1.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT akan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal usaha merpati hias di Kecamatan Baranti, sehingga dapat diketahui potensi-potensi yang mampu dikembangkan dimasa yang akan

datang dan mengatasi kekurangan-kekurangan yang dimiliki. Faktor internal akan dilihat kekuatan atau kelemahan yang dimiliki oleh usaha itu sendiri, sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman. Setelah mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, dilakukan perumusan terhadap strategi dengan menggunakan diagram swot (Rangkuti dalam Wahyuni, 2016)

Hasil dari analisis variabel tersebut diperoleh dari wawancara terhadap pelaku usaha, informan kunci baik instansi terkait dengan usaha ini dan juga observasi yang dilakukan sebelumnya sehingga akan dilihat apakah strategi-strategi yang dilakukan dapat mengatasi kelemahan dan ancaman dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki, maka kesimpulan mengenai kinerja pelaku usaha yang menjadi penilaian dalam mengambil keputusan. faktor-faktor yang dianalisis antara lain:

1.2.1 Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam lingkungan usaha itu sendiri. Dimana faktor penilaian terdiri dari kekuatan (*streanght*) dan kelemahan (*weaknesess*).

1. Kekuatan (*strength*)

a. Hobi

Hobi dapat diartikan dengan kegemaran, kesenangan istimewa pada waktu senggang, bukan sebagai pekerjaan utama. Tujuan hobi adalah untuk memenuhi keinginan danmendapatkan

kesenangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, usaha merpati hias juga termasuk dalam kategori hobi dikarenakan kesenangan tersendiri oleh pelaku usaha akan keindahan fisik dari merpati hias.

b. Dapat Dijadikan Bisnis

Selain hobi penghilang lelah ketika memandang kecantikan dan keindahan merpati hias, merpati hias juga bisa di jadikan peluang usaha atau bisnis yang menjanjikan. Adanya keunikan yang ada di merpati hias dapat menarik minat orang-orang yang melihatnya. Menurut responden, merpati hias dapat dijadikan bisnis dikarenakan peminat yang selalu bertambah serta siapapun yang melihatnya akan tertarik dan diminati oleh semua kalangan usia.

c. Perawatan Mudah

Merpati hias adalah Jenis unggas yang perawatannya terbilang mudah. Karena merpati hias adalah jenis unggas yang tahan dan tidak mudah terserang penyakit. Pemberian pakannya juga cukup 2 kali sehari begitu juga ketika sudah bertelur, merpati hias mampu merawat anaknya sendiri hingga mandiri.

d. Produktivitas Tinggi

Tingkat produktivitas merpati hias tergolong tinggi. Jika menggunakan merpati kolong atau merpati biasa sebagai bantuan mengerami telur dan merawat anak merpati hias hingga remaja

produktivitas merpati hias bisa mencapai 4 kali bertelur dalam 1 bulan.

e. Kurangnya Penyakit yang Menyerang

Merpati hias jenis unggas yang tahan dan tidak mudah sakit. Beda dengan beberapa unggas lainnya yang harus rutin vaksin. Merpati hias cukup siapkan bebrapa obat untuk pencegahan seperti *tetra clor* yang merupakan obat kemasan yang terjangkau (10 ribu) sudah bisa digunakan 1 bulan untuk populasi 30 ekor merpati.

2. Kelemahan (*weaknesess*)

a. Belum Populer Sebagai Hewan Ternak

Merpati hias belum terlalu populer dibandingkan jenis unggas hias lainnya. Sehingga butuh waktu panjang untuk mempromosikan untuk mencapai pembeli yang banyak. Sedangkan ketika kita berbicara tentang kelemahan tentu kurangnya pembeli adalah alasan utama sebagai kelemahan ternak merpati hias bagi pemula.

b. Pemasaran Masih Sesama Penghobi

Pasaran merpati hias belum bisa di masukkan dalam kios hobi. Karena merpati yang belum mandiri tentunya membutuhkan tenaga dan waktu untuk mengurusnya. Pasar merpati hias saat ini masih di antara sesama anggota komunitas saja dan beberapa pemula yang masuk di grup jejaring sosial maupun masuk di

komunitas daerah. Khususnya di sulawesi selatan sudah ada semua komunitas di semua daerah.

c. Merpati dikurung/dikandangkan

Unggas pada umumnya sangat muda diternak karena bisa sampai 3 ,4, dan bahkan 10 betina untuk satu pacekan/ pejantan. Namun merpati hias beda Karena setiap pasangan harus di kandang bersamaan tanpa ada merpati lain yang mengganggu. Sehingga dalam melestarikan merpati hias kita butuh kandang sekat dalam jumlah yang banyak.

d. Tidak bisa Memakai Teknologi Penetas Telur

Telur merpati hias tidak bisa di tetaskan dalam mesin karena piyikan merpati usia 1-6 hari butuh disuap langsung oleh indukannya. Cara lain untuk mempercepat berkembang biak dengan menggunakan merpati kolong sebagai babuan atau merpati untuk mengerami dan meloloh anakan merpati hias. Tentunya cara ini membutuhkan pakan tambahan untuk merpati yang dijadikan babuan.

e. Peralatan untuk Pengelolahan Terbatas

Dalam melestarikan merpati hias kita wajib masuk kandang 2 kali dalam sehari. Karena pemberian pakan harus rutin dan teratur jika ingin hasil ternak yang memuaskan. Dalam hal ini di tentukan merupakan salah satu kelemahan karena masih menyita

waktu. Kurangnya alat yang memadai sehingga jalan satu satunya masih membutuhkan tenaga manual.

1.2.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar lingkungan usaha, terdiri dari peluang (*opportunies*) dan ancaman (*threat*)

1. Peluang (*opportunies*)

a. Kurangnya Pesaing

Saat ini penghobi Merpati Hias masih sedikit, dikarenakan merpati hias ini merupakan komoditi baru dalam dunia unggas di Kabupaten Sidenreng Rappang dan belum banyak diketahui oleh masyarakat umum. Hal ini membuat kurangnya pesaing dalam proses penjualan/pemasaran.

b. Peminat selalu Bertambah

Peminat merpati hias salah satu hobi yang berkembang pesat sangat cepat, itu di buktikan dari selalunya bertambah anggota di komunitas tiap daerah. Contoh lain di grup media sosial yang selalu bertambah banyak . Mungkin ini dikarenakan penikmat merpati hias bukan saja dari kalangan anak muda tapi semua umur dan tentunya perempuan juga bnyak yang menyukai merpati hias.

c. Usaha yang Baru

Merpati Hias merupakan hal baru dalam kalangan pecinta unggas. Seiring perkembangan zaman, teknologi dan media sosial

tentunya hal-hal baru cepat menarik minat seseorang sehingga pelestari Merpati Hias mempunyai peluang bagus kedepannya dalam hal penjualan. Apalagi Merpati Hias ini diminati oleh semua kalangan usia baik anak-anak, dewasa maupun orang tua. Bahkan dalam komunitas per tahun 2023 sudah banyak juga prempuan yang tertarik akan kecantikan dan keunikan Merpati Hias.

d. Unik

Merpati hias merupakan jenis unggas hias yang baru dan memiliki bentuk yang menjadi daya tarik tersendiri bagi yang melihatnya baik secara langsung ataupun lewat poto di media sosial. Keunikan bentuk dan model merpati hias sangat lucu dan menggemaskan bagi yang melihatnya sehingga banyak yang baru melihatnya sudah ingin memiliki untuk hiasan dirumah.

e. Diminati semua Kalangan Usia

Merpati hias adalah salah satu hobi yang peminatnya bukan dari kalangan laki laki saja tapi banyak juga perempuan yang menyukai merpati hias dari bentuk dan keunikannya.

2. Ancaman (*threat*)

a. Persaingan tidak Sehat

Adanya beberapa oknum yang bukan dari kalangan penghobi atau anggota komunitas yang banyak terjadi memiliki merpati hias hasil dari pemberian dan tentunya tidak mengetahui harga pasar per jenis merpati hias. Sehingga kadang menjual

dengan harga murah dari harga pasaran pada umumnya. Pada akhirnya pelaku usaha merpati hias mengikuti harga dikarenakan pembeli sudah mengambil patokan harga.

b. Masuknya Merpati Impor

Pasar hewan dengan adanya media sosial yang memadai entunya mempermudah penghobi saling berkomunikasi walaupun beda daerah. Apalagi merpati hias termasuk jenis hewan dalam sistem pengirimannya mudah. Oleh karena itu beberapa penghobi sering membeli merati impor dari luar sulawesi bahkan dari negara lain. Sehingga merpati lokal ditinggalkan. Hal ini tentunya menjadi ancaman serius pada pelaku usaha merpati hias karena untuk mengoptimalkan situasi mau tidak mau merpati yang kurang peminat harganya jatuh atau murah.

c. Harga Pakan Tinggi

Pakan merupakan kebutuhan utama dalam dunia penghobi hewan. Ketika harga pakan lebih tinggi dibandingkan penjualan tentunya akan membuat pelaku usaha merogoh kocek pribadi dan tentunya mempengaruhi mod pelaku usaha.

d. Persaingan dengan unggas hias lainnya

Persaingan dengan unggas hias lainnya yang dimaksud adalah adanya kebosanan pelaku usaha merpati hias pada merpati hias itu sendiri diakibatkan munculnya beberapa jenis unggas hias yang semakin hari semakin bertambah. Hal ini tentunya menjadi

ancaman serius bagi kalangan pelaku usaha yang berfokus pada keuntungan bisnis saja. Karena adanya model baru tentu mengurangi minat seseorang pada jenis yang sudah ada sebelumnya. Contoh unggas hias yang baru di Kecamatan Baranti dan sekitarnya ialah ayam hias dan bebek hias.

e. Cuaca atau Iklim

Cuaca merupakan ancaman serius pada pelaku usaha merpati hias. Cuaca yang kurang bersahabat dapat membawa penyakit berbahaya pada merpati hias seperti kutil, flu dan penyakit laiinya yang dapat menimbulkan merpati mati. Hal ini juga dapat menambah biaya untuk perawatan seperti obat-abatan, vaksin, dan pemberian vitamin lainya.

1.3 Strategi Pengembangan Usaha Merpati Hias

1.3.1 Aspek Internal

Gambaran strategi pengembangan usaha merpati hias dapat diperoleh melalui pendekatan agribisnis, maka beberapa pakar merekomendasikan dengan penggunaan instrumen analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan model analisis untuk menetapkan beberapa strategi dengan cara membandingkan faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan dengan faktor lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman sehingga analisis ini menggunakan tabel *Internal Stretegic Factors Analisys Summary* (IFAS) dan *Eksternal Strategic Factors Analisys Summary* (EFAS).

Tabel 6.4 ***Aspek internal Strategic Factors Analisys Summary (IFAS)***

FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR	KETERANGAN
KEKUATAN				
a. Hobi	0,15	4	0,60	Kekuatan utama: 1. Hobi 2.Tingkat Produktivitas tinggi
b. Dapat dijadikan bisnis	0,09	2	0,18	
c. Perawatan yang mudah	0,10	3	0,30	
d. Tingkat produktivitas tinggi	0,11	3	0,33	
e. Tidak mudah terserang penyakit	0,11	3	0,33	
TOTAL	0,500		1,74	
KELEMAHAN				
f. Belum populer	0,05	1	0,05	Kelemahan utama: 1. Pemasaran masih ke sesama penghobi 2. Sistem pemeliharaan dikandangkan sepasang-sepasang
g. Pemasaran masih sesama penghobi	0,12	3	0,36	
h. Dikandangkan sepasang-sepasang	0,10	3	0,30	
i. Teknologi yang belum memadai	0,04	1	0,04	
j. Peralatan pengelolahan terbatas	0,08	2	0,16	
TOTAL	0,500		0,91	

Sumber: Data setelah diolah, 2023.

Berdasarkan hasil perhitungan *internal strategy fctory summary* (IFAS) pada tabel 6.4 menunjukkan bahwa penentuan nilai rating berdasarkan hasil tabulasi responden. Untuk nilai komulatif faktor kelemahan hanya sekitar 0,91 keadaan ini dapat diprediksi bahwa faktor kekuatan untuk strategi pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan

Baranti lebih besar dari faktor kelemahan dengan nilai komulatif faktor kekuatan 1,74.

David dalam Wijayanti (2009), menyatakan jika total skor IFAS (3,0-4,0) berarti kondisi internal perusahaan tinggi/kuat, (2,0-2,99) berarti kondidi internal perusahaan rata-rata/sedang dan (1,0-1,99) berarti kondisi internal perusahaan rendah/lemah. Sehingga dapat disimpulkan total skor yang di bobotkan antara faktor kekuatan dan faktor kelemahan sebesar 2,65 yang menunjukkan bahwa kemampuan untuk mengatasi kelemahan dengan menggunakan kekuatan adalah sedang.

Kekuatan terbesar dan paling berpengaruh pada pengembangan usaha merpati hias adalah usaha merpati hias termasuk hobi skor 0,6. Dengan alasan hobi ini Hobi dapat diartikan dengan kegemaran, kesenangan istimewa pada waktu senggang, bukan sebagai pekerjaan utama. Tujuan hobi adalah untuk memenuhi keinginan danmendapatkan kesenangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, usaha merpati hias juga termasuk dalam kategori hobi dikarenakan kesenangan tersendiri oleh pelaku usaha akan keindahan fisik dari merpati hias. dapat memberikan kontribusi besar bagi pelaku usaha untuk berperan dalam meningkatkan pendapatan ekonomi nantinya. Sehingga pelaku usaha merpati hias selain menikmati hobi namun juga bisa menjadikan ladang bisnis.

Kekuatan utama lain dalam pengembangan usaha merpati hias yaitu produktivitas yang tinggi dengan skor 0,33. Produktivitas yang tinggi

juga sangat mendukung dalam ketersediaan populasi merpati hias. Tingkat produktivitas merpati hias tergolong tinggi. Jika menggunakan merpati kolong atau merpati biasa sebagai bantuan mengerami telur dan merawat anak merpati hias hingga remaja produktivitas merpati hias bisa mencapai 4 kali bertelur dalam 1 bulan.

Kelemahan utama dalam pengembangan usaha merpati hias ditunjukkan dengan skor 0,36 yaitu pemasaran merpati hias masih ke sesama penghobi. Pasaran merpati hias belum bisa di masukkan dalam kios hobi. Karena merpati yang belum mandiri tentunya membutuhkan tenaga dan waktu untuk mengurusnya. Pasar merpati hias saat ini masih di antara sesama anggota komunitas saja dan beberapa pemula yang masuk di grup jejaring sosial maupun masuk di komunitas daerah. Khususnya di sulawesi selatan sudah ada semua komunitas di semua daerah.

Kelemahan utama lain dalam pengembangan usaha merpati hias yaitu merpati dikurung atau dikandangkan sepasang-sepasang dengan skor 0,3. Unggas pada umumnya sangat muda diternak karena bisa sampai 3 ,4, dan bahkan 10 betina untuk satu pacekan/ pejantan. Namun merpati hias beda Karena setiap pasangan harus di kandang bersamaan tanpa ada merpati lain yang mengganggu. Sehingga dalam melestarikan merpati hias kita butuh kandang sekat dalam jumlah banyak.

1.3.2 Aspek Eksternal

Factor strategi eksternal suatu usaha diidentifikasi dan di susun untuk merumuskan factor strategi eksternal usaha. Aspek eksternal ditentukan berdasarkan hasil analisis kunsioner dari hasil wawancara dan obsevasi. Hasil penilaian bobot dan rating dari factor internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel 6.5

Tabel 6.5 *Aspek eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS)

FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR	KETERANGAN
PELUANG				
a. Kurangnya pesaing	0,08	2	0,16	Peluang utama: 1. Memiliki keunikan 2. Peminat selalu bertambah dan diminati semua kalangan usia
b. Peminat yang selalu bertambah	0,13	3	0,39	
c. Usaha yang baru	0,09	3	0,27	
d. Unik	0,14	4	0,56	
e. Diminati semua kalangan usia	0,13	3	0,39	
TOTAL	0,500		1,77	
ANCAMAN				
f. Persaingan tidak sehat	0,06	2	0,12	Ancaman utama: 1. Persaingan dengan unggas hias lainnya 2. Cuaca dan Iklim
g. Masuknya merpati impor	0,08	2	0,16	
h. Harga pakan tinggi	0,03	1	0,03	
i. Persaingan dengan unggas lainnya	0,12	3	0,36	
j. Cuaca dan iklim	0,08	2	0,16	
TOTAL	0,500		0,83	

Sumber: Data setelah diolah, 2023.

Hasil pehitungan *Eksternal Strategic Factors Anaysis Summary* (EFAS) pada tabel 6.5 menunjukkan bahwa penentuan nilai rating berdasarkan hasil tabulasi responden. Untuk nilai komulatif faktor peluang sekitar 1,77. Keadaan ini dapat di prediksi bahwa factor peluang untuk strategi pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan Baranti lebih tinggi dari pada factor ancaman dengan nilai komulatif 0,83. Factor peluang dan factor ancaman menunjukkan total skor yaitu 2,6 menunjukkan bahwa kemampuan dalam merespon/memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman dalam pengembangan usaha merpati hias tergolong sedang. Berdasarkan analisis tabel EFAS tersebut, bahwa peluang utama kelompok usaha dalam usaha merpati hias di Kecamatan baranti adalah merpati hias yang tergolong unik dengan skor sebesar 0,56 dan peminat yang selalu bertambah memiliki scor yang sama dengan peminat merpati hias mencakup semua kalangan usia dengan scor identik 0,39.. Merpati hias merupakan jenis unggas hias yang baru dan memiliki bentuk yang menjadi daya tarik tersendiri bagi yang melihatnya baik secara langsung ataupun lewat poto di media sosial. Keunikan bentuk dan model merpati hias sangat lucu dan menggemaskan bagi yang melihatnya sehingga banyak yang baru melihatnya sudah ingin memiliki untuk hiasan dirumah. Merpati hias salah satu hobi yang berkembang pesat sangat cepat, itu di buktikan dari selalunya bertambah anggota di komunitas tiap daerah. Contoh lain di grup media sosial yang selalu bertambah banyak . Mungkin ini dikarenakan penikmat merpati hias

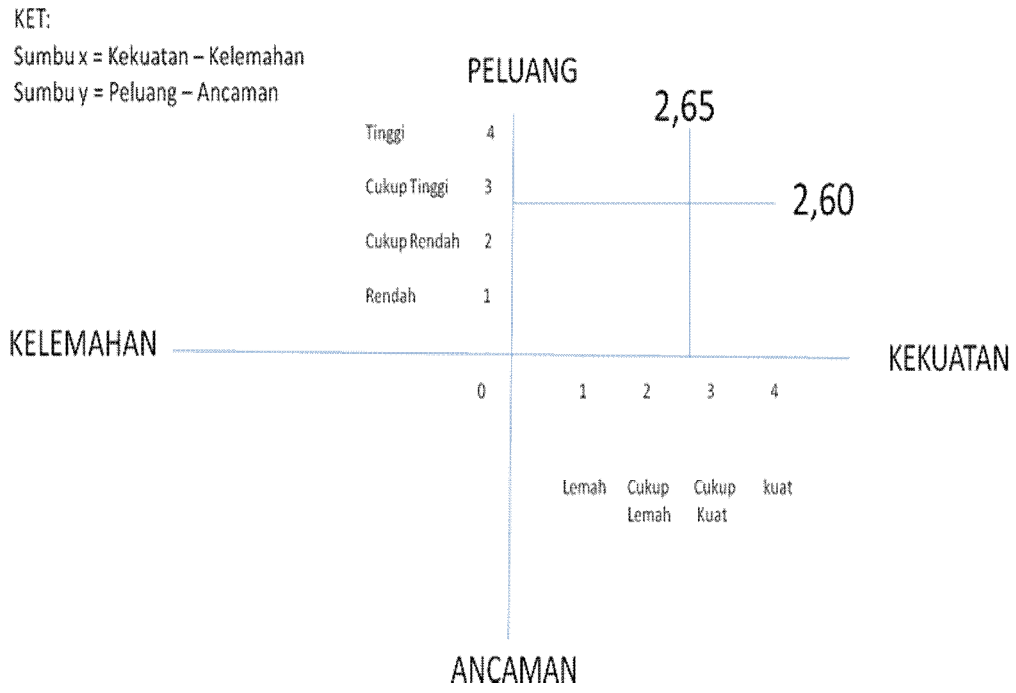
bukan saja dari kalangan anak muda tapi semua umur dan tentunya perempuan juga bnyak yang menyukai merpati hias dan mengcakup semua kalangan usia.

Ancaman yang ditujukan dengan skor tertinggi sebesar 0,36 adalah persaingan dengan jenis unggas hias lainnya. Cuaca/ iklim tertinggi kedua sebesar 0,16. Persaingan dengan unggas hias lainnya yang dimaksud adalah adanya kebosanan pelaku usaha merpati hias pada merpati hias itu sendiri diakibatkan munculnya beberapa jenis unggas hias yang semakin hari semakin bertambah. Hal ini tentunya menjadi ancaman serius bagi kalangan pelaku usaha yang berfokus pada keuntungan bisnis saja. Karena adanya model baru tentu mengurangi minat seseorang pada jenis yang sudah ada sebelumnya. Contoh unggas hias yang baru di Kecamatan Baranti dan sekitarnya ialah ayam hias dan bebek hias. Adapun Cuaca merupakan ancaman serius pada pelaku usaha merpati hias. Cuaca yang kurang bersahabat dapat membawa penyakit berbahaya pada merpati hias seperti kutil, flu dan penyakit laiinya yang dapat menimbulkan merpati mati. Hal ini juga dapat menambah biaya untuk perawatan seperti obat-abatan, vaksin, dan pemberian vitamin lainya.

1.3.3 Internal-Ekstrenal Matrik

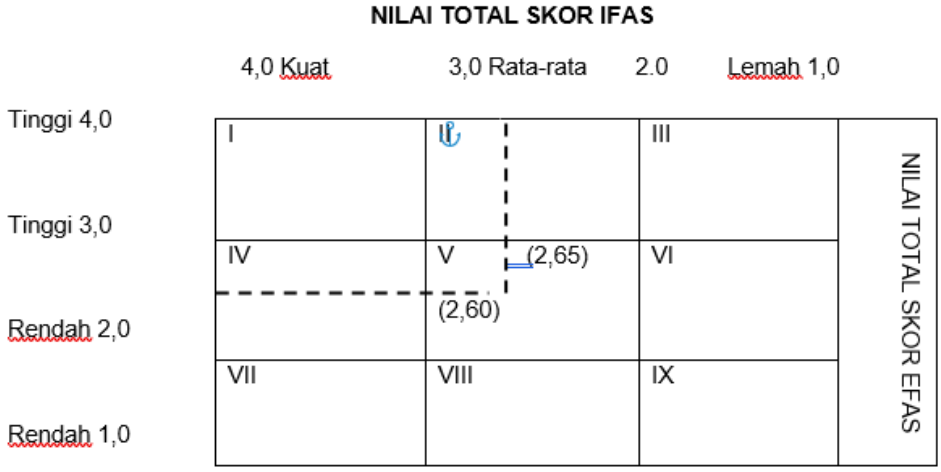
Berdasarkan hasil analisis dari tabel internal *strategic factors analysis summary dan External strategic factors analysis summary*, dari skor yang diperoleh yaitu IFAS skor rata-rata sebesar 2,65 yang menggambarkan bahwa usaha merpati hias di Kecamatan Baranti ini

berada dalam kondisi internal yang sedang, sedangkan pada tabel EFAS skor rata-rata sebesar 2,60 menggambarkan bahwa respon pelaku usaha merpati hias dalam memanfaatkan peluang mengatasi ancaman tergolong sedang pula. Total nilai yang dibobot pada tabel IFAS dan EFAS, selanjutnya disusun pada matriks internal Eksternal (IE) sehingga dapat diketahui posisi usaha merpati hias ini, kemudian baru dirumuskan *alternatif strategic* yang sesuai dengan posisi usaha merpati hias di Kecamatan Baranti di matriks IE. Berikut gambar matriks IE secara lengkap untuk mengetahui posisi pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang.



Sumber: Data setelah diolah, 2023.

Gambar 6.1 Analsis Matriks IE Berdasarkan Sumbu x dan y



Sumber: Data setelah diolah, 2023.

Gambar 6.2 Analsis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Total skor yang telah dihitung dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS pada 6.2 menunjukkan bahwa posisi usaha merpati hias di Kecamatan Baranti berada pada kotak sel V yaitu menggabarkan strategi jaga dan pertahankan. Penetrasi pasar dan pengembangan-pengembangan usaha merupakan contoh strategi yang dapat diterapkan dalam divisi tersebut.

1.3.4 Analisis Matriks SWOT

Matrik swot menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usaha merpati hias di Kecamatan Baranti yang dapat di sesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikiinya.

IFAS / EFAS	STRENGHTS (S) 1. Hobi 2. Dapat dijadikan bisnis 3. Perawatan mudah 4. Produktivitas tinggi 5. Tidak mudah terserang penyakit	WEAKNESSES (W) 1. Belum populer 2. Pemasaran masih sesama penghobi 3. Dikandangkan sepasang-sepasang 4. Teknologi belum memadai 5. Peralatan pengelolahan terbatas
OPPORTUNITIES (O) 1. Kurangnya pesaing 2. Peminat selalu bertambah 3. Usaha yang baru 4. Unik 5. Diminati semua kalangan usia	STRATEGI SO 1. Mengoptimalkan hobi pelaku usaha dengan keunikan yang dimiliki merpati hias. 2. Memanfaatkan tingkat produktivitas yang tinggi guna menjaga populasi merpati hias karena peminat yang selalu bertambah. 3. Meningkatkan peluang bisnis yang ada untuk memanfaatkan kurangnya pesaing.	STRATEGI WO 1. Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang adanya merpati hias agar dekenal dan semakin populer. 2. Memanfaatkan keunikan yang dimiliki merpati hias untuk menarik minat beli masyarakat umum. 3. Meningkatkan kerjasama sesama pelaku usaha untuk memaksimalkan peminat yang selalu bertambah dan mencakup semua kalangan usia
THREATS (T) 1. Persaingan tidak sehat 2. Masuknya merpati impor 3. Harga pakan tinggi 4. Persaingan dengan unggas lainnya 5. Cuaca dan iklim	1. Mempertahankan hobi pada merpati hias walaupun masuknya jenis unggas hias baru lainnya. 2. Memanfaatkan masuknya merpati impor sebagai kekuatan untuk menambah kualitas merpati lokal. 3. Memanfaatkan tingkat produktivitas yang tinggi untuk meminimalisir harga pakan yang semakin tinggi.	1. Memanfaatkan sistem ternak dikandangkan sepasang-sepasang untuk meminimalisir penyakit yang ditimbulkan oleh cuaca/iklim 2. Menciptakan inovasi peralatan untuk pengelolaan yang masih terbatas atau masih dilakukan serba manual. 3. Mengadakan kontes atau kopdar sebagai media promosi guna mempopulerkan merpati hias pada masyarakat umum.

Sumber: Data setelah diolah, 2023.

Gambar 6.2 Hasil Analisis SWOT Perumusan Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Merpati Hias di Kecamatan Baranti

Berdasarkan gambar 6.2 strategi untuk pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang dapat diterapkan beberapa alternatif strategi sebagai berikut:

1. Strategi Strenghts - Opportunities (S-O)

Strategi S-O merupakan penggabungan atau kombinasi antara factor kekuatan dan peluang dengan menggunakan kekuatan untuk memanfatkan peluang. Alternatif strategi yang dapat digunakan yaitu: a). Mengoptimalkan hobi pelaku usaha dengan keunikan yang dimiliki merpati hias. b). Memanfaatkan tingkat produktivitas yang tinggi guna menjaga populasi merpati hias karena peminat yang selalu bertambah. c). Meningkatkan peluang bisnis yang ada untuk memanfaatkan kurangnya pesaing.

2. Strategi Weeknesses - Oppoturtunies (W-O)

Strategi W-O merupakan penggabungan atau kombinasi antara factor kelemahan dan peluang yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang alternatif strategi sebagai berikut: a). Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang adanya merpati hias agar dekenal dan semakin populer. b). Memanfaatkan keunikan yang dimiliki merpati hias untuk menarik minat beli masyarakat umum. c). Meningkatkan kerjasama sesama pelaku usaha untuk memaksimalkan peminat yang selalu bertambah dan mencakup semua kalangan usia.

3. Strategi Strenghts – Threats (S-T)

Strategi S-T merupakan penggabungan atau kombinasi antara factor kekuatan dan ancaman dengan cara menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.akternatif strategi yang dapat di gunakan yaitu: a). Mempertahankan hobi pada merpati hias walaupun masuknya jenis unggas hias baru lainnya. B). Memanfaatkan masuknya merpati impor sebagai kekuatan untuk menambah kualitas merpati lokal. c). Memanfaatkan tingkat produktivitas yang tinggi untuk meminimalisir harga pakan yang semakin tinggi.

4. Strategi Weaknesses - Threats (W-T)

Strategi W-T merupakan penggabuangan atau kombinasi antara factor kelemahan dengan ancaman yang bertujuann meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman,dengan alternatif strategi sebagai berikut: a). Memanfaatkan sistem ternak dikandangkan sepasang-sepasang untuk meminimalisir penyakit yang ditimbulkan oleh cuaca/iklim. b). Menciptakan inovasi peralatan untuk pengelolaan yang masih terbatas atau masih dilakukan serba manual. c). Mengadakan kontes atau kopdar sebagai media promosi guna mempopulerkan merpati hias pada masyarakat umum

1.4 Pengambilan Keputusan

Rumus matriks SWOT selanjutnya yang dilakukan yaitu analisis kuantitatif perumusan strategi berdasarkan jumlah nilai skor pada masing –masing strategi yang ada yaitu SO, WO, ST dan WT maka dapat

digamabarkan kuantitatif rumusan strategi dalam matriks IFAS dan EFAS pada gambar 6.3 (Rangkuti dalam wahyuni ,2016)

IFAS / EFAS	STRENGHTS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO 1,74 + 1,77 = 3,51	STRATEGI WO 0,91 + 1,77 = 2,68
THREATHS (T)	STRATEGI ST 1,47 + 0,83 = 2,57	STRATEGI WT 0,91 + 0,83 = 1,74

Gambar 6.3 Matriks IFAS dan EFAS

IFAS / EFAS	STRENGHTS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO Menggunakan kekuatan untuk memamfaatkan peluang = 3,51	STRATEGI WO Meminimalkan kelemahan untuk memamfaatkan peluang = 2,68
THREATHS (T)	STRATEGI ST Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman = 2,57	STRATEGI WT Meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman = 1,74

Gambar 6.4 *Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif*

Gambar 6.4 menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha merpati hias berbasis agribisnis yang tepat di Kecamatan Baranti adalah strategi S-O, yaitu menggunakan kekuatan hobi dan tingkat produktivitas tinggi pada merpati hias untuk memanfatkan peluang peminat yang selalu bertambah serta diminati oleh semua kalangan usia karena memiliki nilai skor tertinggi yaitu 3,51.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Faktor internal yang berpengaruh dalam pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang yaitu: 1). Kekuatan: a) Hobi, b) Dapat dijadikan bisnis, c) Perawatan mudah, d) Produktivitas tinggi, e) Tidak mudah terserang penyakit. 2). Kelemahan: f) Belum populer, g) Pemasaran masih kesesama penghobi, h) Dikandangkan sepasang-sepasang, i) Teknologi belum memadai, j) Peralatan pengelolahan terbatas. Adapun faktor eksternalnya yaitu: 1). Peluang: a) Kurangnya pesaing, b) Peminat selalu bertambah, c) Usaha yang baru, d) Unik, e) Diminati semua kalangan usia. 2). Ancaman: f) Persaingan tidak sehat, g) Masuknya merpati impor, h) Harga pakan yang selalu naik, i) Persaingan dengan unggas lainnya, j) Cuaca atau iklim.

Hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Baranti mengenai Strategi Pengembangan Usaha Merpati Hias adalah strategi SO yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dengan nilai skor tertinggi yaitu 3,51. Adapun alternatif strategi sebagai berikut: a) Memaksimalkan pengaruh hobi karena keunikan dan keindahan yang dimiliki merpati hias. b) Memanfaatkan tingkat produktivitas yang tinggi untuk ketersediaan populasi karena peminat yang selalu bertambah. c)

Meningkatkan peluang bisnis yang ada untuk memanfaatkan kurangnya pesaing pasar.

7.2 Saran

1. Bagi pemerintah agar lebih memperhatikan kelompok pelaku usaha merpati hias guna meningkatkan komoditi merpati hias dapat menjadi sumbangsi ekonomi masyarakat.
2. Bagi pelaku usaha merpati hias untuk lebih meningkatkan kegiatan promosi guna merpati hias lebih dikenal banyak orang dan populer di kalangan masyarakat umum.
3. Berdasarkan hasil dan pembahasan terdapat faktor-faktor internal dan eksternal . Bagi pelaku usaha untuk lebih memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada dan mengoptimalkan kelemahan dan ancaman yang ada pada usaha merpati hias.
4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan lebih mengenal dan memahami lagi tentang usaha merpati hias dan dapat mengembangkan penelitian ini untuk kedepannya terkhusus di Kecamatan Baranti Labupaten Sidenreng Rappang.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian : suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Badan Pusat Statistik (BPS). Kecamatan Baranti, Diakses dari Https:// sidrapkab.go.id, Diakses Tanggal 11 Desember 2023

Badan Pusat Statistik (BPS) *Website Resmi Pemerintah Daerah Kabupaten Sidenreng Rappang*. https://sidrapkab.go.id. di Akses Tanggal 11 Desember 2023

Blechman, Andrew. 2007. *Pigeons-The fascinating saga of the world's most revered and reviled bird*. St Lucia, Queensland: University of Queensland Press

David, F, R. 2009. *Strategic Management: Manajemen Konsep*. Jakarta (ID). Penerbit Salemba Empat.

Findira Com. 2020. *Usaha Budidaya Merpati Hias yang Cepat dan Menguntungkan*. Diakses dari https://www.findira.com/2020/08/usaha-budidaya-merpati-hias.html Di Akses Tanggal 10 Juli 2022

Fitriani M. 2018. *Analisis Kelayakan Budidaya Burung Merpati di Kabupaten Lombok Barat*. Fakultas Peternakan Universitas Mataram. Mataram.

Hamel, G dan Prahalad, C, K, 1995. *Kompetisi Masa Depan*. Yakarta : Bina Rupa Aksara

Permana D. E. 2016. *10 Burung Merpati Hias yang Memanjakan Mata*. https://www.fimela.com/lifestyle/read/2506485/10-burung-merpati-hias-yang-memanjakan-mata Di Akses Tanggal 10 Juli 2022

Rahmanuddin, A. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Limbah Cangkan Kerang di Kota Parepare*. Fakultas Pertanian Peternakan dan Perikanan, UMPAR. Parepare

Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Schuette, Joachim. 1971. *Handbuch der* Taubenrassen (dalam bahasa Jerman), Berlin, Basel, wien: Neumann-Neudamm.

Soesono A. 2003. *Memelihara dan Berternak Burung Merpati*. Jakarta : Penebar Swadaya.

Solihin, Ismail. 2012*. Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Setyawan.R .2015. *Penerapan Analisis SWOT sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa "AMAN-AMIN" Transport tours and travelAmbarketawang Sleman Yogyakarta*. (Skripsi) Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta

Tinaprilla, Netti dan Elang Ilik Martawijaya. 2008. *Punya Bisnis Sendiri Itu Nikmat.* Kompas. Jakarta

Umar, Husein. 2001. Strategic Management in Action. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Universitas Negeri Gorontalo. .2014. Diakses dari http://siat.ung.ac.id/files/wisuda/2014-2-1-54231-621408005-bab1-17012015124604.pdf di Akses Tanggal 10 Juli 2022

Wahyuni, T. 2016. Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Merah di Desa Saruran Kecamatan Angeraja. (Jurnal). Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian Peternakan dan Perikanan, UMPAR. Parepare