STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MERPATI HIAS DI KECAMATAN BARANTI KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

Sulfikar Affandy[*1)],Darmawan[2)], Nurhaeda[3)]
[1), 2), 3)]Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Parepare
Jl. Jend. Ahmad Yani KM 06, Kota Parepare 91111, Sulawesi Selatan
*Korespondensi: affandysulfikar@gmail.com , darmawan8387@gmail.com , nurhaedajasinda@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan Baranti serta untuk menentukan strategi pengembangan usaha merpati hias di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September hingga bulan Oktober 2023 di Kecamatan Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang. Jenis penelian adalah penelitian deskriptif. Penarikan sample menggunakan metode sampling jenuh dan sensus, dengan jumlah sampel adalah 9 orang pemilik usaha merpati hias. data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman), maka ditetapkan faktor kekuatan utama yaitu merpati hias termasuk hobi dan faktor kelemahan utama yaitu pemasaran masih kesesama penghobi, sedangkan faktor peluang utama yaitu merpati hias unik membuat menarik minat semua kalangan usia dan faktor ancaman utama yaitu persaingan dengan jenis unggas hias lainnya. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi alternatif yang tepat digunakan adalah strategi S-O yaitu strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Hasil penetapan strategi alternatif S-O yaitu memaksimalkan pengaruh hobi karena keunikan merpati hias, memanfaatkan produktifitas tinggi untuk menjaga populasi, dan memanfaatkan peluang bisnis karena kurangnya pesaing.

Kata kunci : Usaha Merpati Hias, Faktor Internal dan Eksternal, Analisis SWOT.

ABSTRACT

The aim of this research is to identify internal and external factors in the development of the decorative pigeon business in Baranti District and to determine the strategy for developing the decorative pigeon business in Baranti District, Sidenreng Rappang Regency. This research was carried out from September to October 2023 in Baranti District, Sidenreng Rappang Regency. The type of research is descriptive research. Sampling used saturated sampling and census methods, with the sample size being 9 ornamental pigeon business owners. The data used in this research are primary data and secondary data. The data analysis method used is SWOT analysis. The results of the research show that the main strength factor is internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats), namely the main strength factor, namely decorative pigeons, including hobbies and the main weakness factor, namely marketing is still among hobbyists, while the main opportunity factor is unique decorative pigeons which make them attractive. of interest to all ages and the main threat factor is competition with other types of ornamental birds. Based on the results of the SWOT analysis, the appropriate alternative strategy to use is the S-O strategy, namely the strategy of using strength to take advantage of opportunities. The results of determining the S-O alternative strategy are maximizing the influence of the hobby due to the uniqueness of ornamental pigeons, utilizing high productivity to maintain the population, and exploiting business opportunities due to the lack of competitors..

Decorative Pigeon Business, Internal and External Factors, SWOT Analysis.

PENDAHULUAN

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.

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.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

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

Responden atau Informan dalam Penelitian

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 Kecematan Baranti yang berjumlah 10 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 10 orang

Teknik Pengumpulan Data

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

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.

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.

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.

Teknik Analisi 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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*

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.

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

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.

Activate Windows
Go to Settings to activate W

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.

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

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

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.

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

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