

Membangun keberhasilan: Studi kelayakan bisnis peternakan ayam broiler KJ Farm melalui analisis potensi pasar dan strategi pemasaran

Novi Kholifatul Mustaqfiroh¹, Faza Ainunnisa Affandy² Nadia Ariba³, Nihayatu Aslamatis Solekah⁴

^{1,2,3,4} Perbankan syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim;

e-mail: novikholifatul20@gmail.com: fazaainunnisa@gmail.com: nadiaariba27@gmail.com:

aslamatiss_1@pbs.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

Peternakan Ayam Broiler; Studi Kelayakan; Analisis Pasar; Strategi Pemasaran; Market Share

Keywords:

Broiler Chicken Farming; Feasibility Study; Market Analysis; Marketing Strategy; Market Share

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis kelayakan bisnis peternakan ayam broiler KJ Farm melalui analisis potensi pasar dan strategi pemasaran. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode STP (Segmenting, Targeting, Positioning) untuk menentukan target pasar, analisis matrik persaingan untuk mengetahui posisi KJ Farm dibandingkan pesaing, dan analisis permintaan dan penawaran untuk menilai market share. Hasil analisis menunjukkan bahwa KJ Farm memiliki potensi pasar yang baik dengan target market yang luas, posisi yang kuat, dan peluang untuk meningkatkan market share. Meskipun demikian, KJ Farm perlu mengembangkan program pemasaran yang

lebih terstruktur untuk mencapai potensi maksimal. Studi ini menyimpulkan bahwa peternakan ayam broiler KJ Farm layak dalam aspek pasar dan pemasaran, dengan potensi untuk berkembang lebih pesat dengan implementasi strategi pemasaran yang tepat.

ABSTRACT

This research analyzes the feasibility of KJ Farm's broiler chicken farming business through market potential and marketing strategy analysis. The analysis was conducted using the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) method to determine the target market, a competitive matrix analysis to determine KJ Farm's position compared to competitors, and an analysis of supply and demand to assess market share. The results of the analysis show that KJ Farm has good market potential with a wide target market, a strong position, and opportunities to increase market share. However, KJ Farm needs to develop a more structured marketing program to reach its full potential.

This study concludes that KJ Farm's broiler chicken farming is viable in terms of market and marketing aspects, with the potential to grow faster with the implementation of appropriate marketing strategies.

Pendahuluan

Salah satu langkah penting dalam perencanaan dan pengembangan suatu usaha adalah melakukan studi kelayakan bisnis, yang memungkinkan pemilik usaha untuk mengevaluasi berbagai komponen yang mempengaruhi keberhasilan bisnis yang direncanakan. Untuk KJ Farm, yang berfokus pada peternakan ayam broiler, analisis aspek pasar dan pemasaran menjadi kunci untuk menentukan potensi keberhasilan bisnis. Dengan memahami dinamika pasar, KJ Farm dapat menemukan peluang dan



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

hambatan saat ini dan membuat strategi yang tepat untuk memaksimalkan keuntungan.(Toriquddin, 2015)

KJ Farm berkomitmen untuk menyediakan produk ayam potong berkualitas tinggi yang memenuhi standar kesehatan dan nutrisi serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen modern yang cerdas dan selektif dalam memilih bahan pangan. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (2016), langkah pertama menuju pembuatan strategi pemasaran yang sukses adalah pemahaman mendalam tentang pasar. Oleh karena itu, penting bagi KJ Farm untuk memahami permintaan pasar, yang mencakup perilaku beli, preferensi konsumen, dan tren konsumsi. Selain itu, mereka harus melakukan analisis kompetitif yang menyeluruh.

Selain itu, Porter (1998) menekankan bahwa kemampuan untuk menemukan keunggulan kompetitif dan memanfaatkan sumber daya secara strategis sangat memengaruhi daya saing perusahaan. Dalam hal ini, strategi pemasaran yang efektif, yang mencakup pemilihan saluran distribusi yang tepat dan penerapan metode promosi yang inovatif, sangat penting untuk mempertahankan daya saing dan keberlanjutan KJ Farm di pasar yang kompetitif.

Dengan pertumbuhan populasi dan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi protein hewani, khususnya ayam, ada peluang pasar yang signifikan bagi industri peternakan, termasuk KJ Farm. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi perubahan pola konsumsi karena masyarakat semakin menyadari manfaat protein hewani bagi kesehatan, yang menghasilkan peningkatan permintaan untuk produk ayam potong. KJ Farm dapat memanfaatkan kebutuhan dan preferensi konsumen yang beragam dengan segmentasi pasar yang mencakup berbagai demografi. (Melinda, n.d.)

Sebuah langkah penting bagi KJ Farm untuk mengidentifikasi target pasar tertentu, seperti restoran yang membutuhkan pasokan ayam berkualitas tinggi, dan penjual yang membutuhkan banyak produk. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa segmentasi pasar adalah proses membagi pasar yang luas menjadi kelompok-kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan, fitur, atau perilaku yang sebanding. Setelah itu, strategi pemasaran dibuat berdasarkan hasil ini. Akibatnya, sangat penting untuk menggunakan analisis segmentasi, targetting, dan positioning (STP) saat membuat strategi pemasaran yang efektif. Dengan menggunakan pendekatan STP, KJ Farm dapat menentukan segmen mana yang paling menguntungkannya dan membuat produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan khusus dari setiap segmen tersebut. Selain itu, melalui penerapan positioning yang tepat, yang menciptakan persepsi yang jelas, berbeda, dan menarik tentang merek KJ Farm di benak pelanggan.

Analisis persaingan juga penting untuk memahami posisi KJ Farm di pasar, menurut Grant (2016), Analisis persaingan memungkinkan KJ Farm untuk memahami dinamika industri dan menemukan peluang dan ancaman untuk keberlanjutan bisnis. Dengan menggunakan matriks analisis persaingan, mereka dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka dalam berbagai hal, seperti produk, harga, distribusi, dan strategi pemasaran. Hal ini mendukung gagasan Pearce dan Robinson (2013), yang berpendapat bahwa untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, perusahaan dapat membuat keputusan strategis yang lebih baik dengan mengetahui posisi relatifnya di pasar. Selain

itu, analisis ini membantu KJ Farm mengidentifikasi elemen penting keberhasilan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar, seperti inovasi, efisiensi operasional, dan peningkatan layanan. Oleh karena itu, analisis persaingan tidak hanya memberikan perspektif strategis tetapi juga menjadi dasar untuk membuat strategi yang fleksibel dan berorientasi pada jangka panjang.

Jurnal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh tentang potensi dan masalah yang dihadapi KJ Farm saat menjalankan operasinya dengan menggunakan pendekatan analisis pasar dan pemasaran yang menyeluruh. Analisis ini tidak hanya mencari peluang pasar, seperti segmen pelanggan yang potensial, tren konsumsi, dan permintaan produk, tetapi juga mengevaluasi ancaman, seperti persaingan yang ketat, perubahan regulasi, atau fluktuasi harga bahan baku. Oleh karena itu, studi ini diharapkan dapat membantu KJ Farm dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis data yang efektif dan relevan yang dapat meningkatkan pangsa pasar dalam jangka pendek dan mencapai keberhasilan yang berkelanjutan dalam jangka panjang melalui pengoptimalan sumber daya, inovasi produk, dan peningkatan kualitas produk.

Pembahasan

Analisis Potensi Pasar

Dalam menganalisis potensi pasar, kami menggunakan STP yakni Segmenting, Targeting dan Positioning, (Rosyida et al., 2020) berikut STP dari peternakan ayam broiler milik KJ Farm

- Segmenting, Yang menjadi segmentasi dari usaha Peternakan ayam potong ini adalah segmen menengah, kebawah dan keatas. Semua kalangan dicakup mengingat bahwa ayam merupakan bahan konsumsi yang sering dikonsumsi oleh Masyarakat Indonesia
- Targeting, yang menjadi target market dari persebaran ayam ini adalah para penjual ayam yang akan dijual kembali oleh mereka, Perusahaan besar yang sudah melakukan mitra dengan mitra yang kita pakai, serta pedagang *fried chicken*.
- Positioning, kami ingin menciptakan *image* atau citra Perusahaan dibenak konsumen sebagai Perusahaan peternakan ayam boiler yang bersih, menjual ayam potong berkualitas dengan harga yang pas.

Analisis Persaingan

Untuk melakukan analisis terhadap kondisi persaingan pada usaha peternakan ayam boiler, maka kami menggunakan analisis matrik persaingan, yaitu dengan cara :

- Membandingkan usaha satu dengan usaha lain yang sejenis pada faktor persaingannya, semakin bagus maka semakin tinggi skornya. Skala penilaiannya adalah menggunakan skala 1-5
- Dengan membandingkan tingkat kepentingan dari masing-masing faktor. Semakin penting maka skornya semakin tinggi. Skala penilaian yang digunakan adalah skala 1-5.

Tabel 1.1 Matrik Analisis Tingkat Persaingan

Faktor Persaingan	Pasar	Pedagang Keliling
-------------------	-------	-------------------

	A	B	A.B	A	B	A.B
Harga	3	3	6	3	3	9
Kualitas	4	3	12	4	3	12
Promosi	3	4	12	4	4	16
Jasa khusus	3	3	9	4	5	20
Pelayanan	4	4	16	3	4	12
Suasana	3	3	9	3	4	12
Lokasi	4	4	16	4	4	16
Kekuatan relatif			80			97

Berdasarkan table diatas dapat disimpulkan bahwa persaingan paling ketat dari 2 titik lokasi yang memiliki pesaingan secara ketat adalah pada pedagang keliling. Hal ini karena nilainya lebih tinggi dibandingkan dengan para pedagang pasar. Berikut merupakan table matrik dari para pengambil ayam di kandang KJ Farm ini

Tabel 1.2 Matrik Analisis Tingkat Persaingan

Faktor Persaingan	Pengambil ayam dari KJ Farm		
	A	B	A.B
Harga	4	4	16
Kualitas	4	3	12
Promosi	3	4	12
Jasa khusus	4	5	20
Pelayanan	4	4	16
Suasana	4	4	16
Lokasi	4	4	16
Kekuatan relatif			108

Berdasarkan jumlah kekuatan relative para pedagang yang mengambil ayam langsung dari kandang KJ Farm memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding dengan para pedagang dipasar dan para pedagang keliling. Analisis dilakukan oleh pengambil ayam karena KJ Farm tidak melakukan penjualan secara langsung ke konsumen namun melalui pengepul yang ambil ke kandang dan sudah melakukan mitra.

Analisis Market Share

Dalam menganalisa market share dari peternakan ayam broiler milik KJ Farm, kami menggunakan permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran KJ Farm sebagai berikut :

1. Permintaan

Perkembangan permintaan pasar saat ini, Dewasa ini kalau kita amati, permintaan akan pemenuhan protein dalam tubuh manusia semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi sebagai penunjang kebutuhan energi bagi tubuh. Terlebih dengan ditungangnya oleh beragam cara yang mudah bagi masyarakat untuk mendapatkan ayam potong.

Prospek permintaan dimasa yang akan datang, Dengan membanjirnya berbagai produk makanan yang serba instan di Masyarakat akan menyebabkan kondisi persaingan produk-produk berpotein yang mengandung bahan pengawet dan berformalin tersebut akan mengalami kejenuhan seiring dengan tingginya persaingan

pada industry tersebut. kondisi tersebut akan memunculkan titik balik dimana akan ditandai dengan berkurangnya permintaan akan produk-produk tersebut, dan konsumen beralih ke produk lain yang sejenis dan tidak berpengawet

2. Penawaran

Perkembangan penawaran saat ini, Perkembangan penawaran disektor usaha peternakan ayam boiler pada saat ini memang relatif masih biasa-biasa saja. Hal tersebut disebabkan karena sektor usaha ini belum dibidik dan dikelola secara serius. Oleh karena itu, agar usaha peternakan ayam potong menjadi lebih baik maka perlu peningkatan penawaran yang memberikan nilai lebih bagi konsumen.

Prospek penawaran dimasa yang akan datang, Mengingat adanya peluang yang besar dalam usaha penjualan ayam potong pada masa yang akan datang, maka perlu adanya penawaran produk yang memberikan nilai lebih dan manfaat bagi konsumen. Penawaran tersebut akan semakin variatif maupun lebih kompetitif karena sudah ditunjang dengan perangkat teknologi informasi yang memberikankemudahan bagi penjual maupun pembelidalam melakukan transaksi atau sebatas bertukar informasi. Oleh karena itu, bagi pelaku usaha disektor ini harus mampu melakukan penawaran yang inovatif untuk menarik pasar.

Analisis Strategi Pemasaran untuk Mencapai Market Share

Peternakan ayam boiler ini masih belum memiliki program pemasaran yang jelas dan terstruktur karena peternakan yam boiler milik KJ Farm ini hanya melakukan pembudidayaan pada saat hidup, jadi datang sebagai ayam kecil lalu dibesarkan. Supplier serta pembeli juga sudah dilakukan dan diurus oleh mitra dengan Perusahaan diatasnya.

Kesimpulan Studi Kelayakan

Tabel 1.3 Kesimpulan Studi Kelayakan

No	Aspek Penilaian	Evaluasi					Keterangan
		1	2	3	4	5	
1.	Kemampuan mencapai volume penjualan yang menguntungkan					√	Sangat Baik
2.	Kemampuan menghasilkan produk yang lebih baik dibanding pesaing					√	Sangat Baik
3.	Kemampuan menentukan harga yang lebih baik dibanding pesaing				√		Baik
4.	Kemampuan mendistribusikan produk yang lebih efisien dibanding pesaing					√	Sangat Baik
5.	Kemampuan mempromosikan produk yang lebih efektif dibanding pesaing				√		Baik

Sumber : Data diolah

Berdasarkan kerangka penilaian aspek pasar dan pemasaran peternakan ayam broiler milik KJ Farm memiliki nilai yang bagus, yakni dengan jumlah perhitungan kerangka $23 : 5 = 4,6$. dalam angka tersebut dapat kita simpulkan bahwa peternakan ayam broiler KJ Farm layak dalam aspek pasar dan pemasaran.

Kesimpulan dan Saran

Studi kelayakan bisnis peternakan ayam broiler KJ Farm menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi yang baik di bidang pasar dan pemasaran. Berdasarkan analisis, KJ Farm memiliki target pasar yang luas, dengan posisi yang kuat sebagai penyedia ayam potong berkualitas dengan harga yang kompetitif. KJ Farm juga unggul dibandingkan pesaing dalam hal harga, kualitas, dan layanan.

Analisis market share menunjukkan bahwa permintaan ayam potong terus meningkat, dan KJ Farm memiliki peluang untuk menangkap pasar yang lebih besar dengan meningkatkan penawaran produk dan strategi pemasaran. Namun, KJ Farm masih belum memiliki program pemasaran yang terstruktur. Untuk mencapai potensi maksimal, KJ Farm disarankan untuk segera mengembangkan program pemasaran yang terstruktur, termasuk strategi promosi dan distribusi yang efektif. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk menjangkau target market yang lebih luas. Selain itu, membangun kemitraan dengan penjual ayam, restoran, dan perusahaan makanan dapat membantu meningkatkan penjualan dan market share.

Secara keseluruhan, KJ Farm memiliki potensi untuk menjadi usaha peternakan ayam broiler yang sukses dan menguntungkan, dengan potensi untuk berkembang lebih pesat dengan implementasi strategi pemasaran yang tepat.

Daftar Pustaka

- Abdi, S. (2017). Analisis Rencana Investasi Aktiva Tetap Terhadap Perluasan Usaha Pada Pt. Taspi Trd Coy Di Kota Makassar. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(2).
- Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 70 Tahun 2021. (2021).
- Melinda, E. (n.d.). *Implementation of risk management in murabahah financing at BMT UGT Nusantara Pasuruan*. 2.
- <https://peraturan.bpk.go.id/Details/174748/perpres-no-70-tahun-2021>
- Ratnasari, R., Sarengat, W., & Setiadi, A. (2015). Analisis pendapatan peternak ayam broiler pada sistem kemitraan di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. *Animal Agriculture Journal*, 4(1), 47–53.
- Rosyida, A., Heriyani, T., Fuadi, I., & Dinia, H. (2020). Strategy segmenting, targeting, dan positioning: Study on PT Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(1).
- Ruminta, D. (2020). Analisis perbandingan perhitungan kelayakan finansial konvensional dan syariah. *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 92–102.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition* (9th Edition). Wiley.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic Management: Planning for Domestic and Global Competition* (13th Edition). McGraw-Hill Education.

- Rosyida, A., Heriyani, T., Fuadi, I., & Dinia, H. (2020). Strategy segmenting, targeting, dan positioning: Study on PT Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(1).
- Toriquddin, Moh. (2015). Etika Pemasaran Perspektifal-Qur'an dan Relevansinya dalam Perbankan Syari'ah. *De Jure: Jurnal Hukum dan Syar'iah*, 7(2), 116–125. <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v7i2.3518>