



Paparan

Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Ciamis

Pada Kegiatan Pelatihan BRllian *Specialist Development*
Program (BSDP) Mantri Profil Bisnis Komoditas
Peternakan Ayam Petelur Tahun 2022 di Kab Ciamis

Ciamis, 7-9 Maret 2022

PENDAHULUAN

- PERAN PRODUK PETERNAKAN : PROTEIN HEWANI + NILAI EKONOMI
- KLASIFIKASI KOMODITAS : AYAM RAS PEDAGING SBG KOMODITAS UNGGULAN DAN SAPI POTONG SBG KOMODITAS ANDALAN
- KABUPATEN CIAMIS SBG SENTRA PENGEMBANGAN AYAM RAS PETELUR TERBESAR DI PRIATIM (KE 3 DI JAWA BARAT). POPULASI 1,35 JUTA EKOR DAN MELIBATKAN SEKITAR 126 ORANG PETERNAK MANDIRI
- BISNIS AYAM RAS PETELUR MEMILIKI PROSPEK MENGUNTUNGGKAN
- TELUR : SUMBER GIZI, HARGA TERJANGKAU, MUDAH DIPEROLEH
- DATA 2018. KONTRIBUSI TELUR = 25,50% DARI TOTAL KEBUTUHAN MINIMAL PROTEIN HEWANI ORANG INDONESIA (1,58 GRAM/KAPITA/HARI, CAPAIAN = 0,62). **ADA APA DENGAN BANGSA KITA?**
-

Ciamis Kabupaten Surplus Produksi Hasil Unggas

- Produksi Ayam Ras Pedaging (*live bird*) 4,5 juta ekor/minggu setara 3,825 ton/minggu. Serapan lokal 10-12%. (80% dijual ke Jabotabek dan Bandung). Memiliki organisasi Perhimpunan Peternak Ayam Priangan
- Produksi Telur Ayam Ras 37 - 40 ton/hari. Serapan Konsumen Ciamis maksimal hanya 15% (penjualan ke Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Majalengka).
- Produksi Ayam Lokal/Ayam Kampung (tidak ada data yang pasti), namun dari Wilayah Ciamis keluar sekitar 450-500 ekor/hari (*live bird*). Memiliki Cluster Pembibitan Binaan Prov + Balai Pembibitan Ayam Sentul milik Pemda Ciamis

Kondisi Usaha Ayam Ras Petelur di Ciamis Kabupaten Tahun 2021

- Sentra terbesar ayam ras petelur di Priangan Timur (ke 3 di Jabar)
- Didominasi peternakan skala rakyat (80%)
- Jumlah Peternak +/- 126 orang, tersebar di Kecamatan Cipaku, Panumbangan, Cidolog dan Cijeungjing
- Jumlah populasi ayam sekitar 1,35 juta ekor (berbagai struktur umur)
- Jumlah produksi Telur = 37-40 ton/hari (20 ton berasal dari P2APC-Cigebot).
- Serapan Konsumen Ciamis maksimal 15% (penjualan ke Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Majalengka).
- Wadah usaha : (1). Koperasi P2APC yang berpusat di Cigebot-Cipaku dan (2). Koperasi Peternak Ayam Mandiri yang berpusat di Panumbangan dan sebagian merupakan peternak mandiri
- Memiliki Klaster binaan BI (Koperasi P2APC Cigebot
- Belum ada perusahaan *integrated* yang masuk ke Ciamis

Titik Kritis dan Manajemen Resiko

- Resiko : Keadaan dimana terdapat suatu keterburukan (*exposure*) terhadap kerugian (Darmawi, 2014) --- Resiko berhubungan dengan ketidakpastian
- Titik Kritis Agribisnis Ayam Ras Petelur :
 1. Produk (telur) mudah rusak
 2. Produk tidak seragam (akan menentukan harga jual)
 3. Dipengaruhi alam (dapat dimanipulasi dgn kandang *CH*)
 4. *High Risk* (penyakit, sangat sensitif terhadap perubahan manajemen, dll)
 5. Kualitas dan kontinuitas pasokan pakan (fluktuasi harga)
 6. Kebijakan Pemerintah
- Dinamika industri perunggasan :

Teknologi tinggi, komponen impor tinggi, harga input dan output sangat fluktuatif, padat modal, struktur pasar Input oligopoly, struktur pasar output persaingan sempurna

- Manajemen Resiko : Proses terstruktur dan sistematis dalam mengidentifikasi, mengukur, memetakan, mengembangkan alternatif penanganan resiko dan memonitor serta mengendalikan penanganan resiko.
- Tujuan Manajemen Resiko : menyediakan informasi mengenai resiko, meminimalkan kerugian, mempertahankan usaha tetap hidup (berkembang/berkesinambungan), memberikan rasa aman
- Manfaat Manajemen Resiko : memudahkan pencapaian tujuan, meminimalkan kerugian, meningkatkan keuntungan perusahaan dan memberikan jaminan kerja
- Tahapan Manajemen Resiko : (1). Identifikasi Resiko (Kejadian Resiko, Sumber Resiko), (2). Penilaian Resiko (Dampak Resiko, Kemungkinan) dan (3). Penanganan Resiko (Menghindari Resiko, Mencegah Timbulnya Resiko, Memperkecil Kerugian Akibat Resiko=Mitigasi dan Mengalihkan Resiko ke pihak lain)

- Tahapan Identifikasi Resiko :
Pemetaan Resiko, Kuesioner, Peta Aliran Nilai (teknik untuk menganalisis aliran material/informasi), Analisis Laporan Kinerja dan Observasi
- Pengukuran Resiko :
Menilai peluang dan mengukur dampak
- Penanganan Resiko :
Menghindari resiko, menghadapi resiko dan membagi resiko
- Resiko pada perunggaran : Resiko Operasional/Produksi, Resiko Kebijakan, Resiko Finansial dan Resiko Pemasaran

Ekosistem Bisnis

- Konsep ekosistem bisnis : (1). Terdapat perusahaan/ usaha yang saling terhubung dan (2). Gabungan dari berbagai jenis bisnis yang menghasilkan kapabilitas baru
- Manfaat Ekosistem Bisnis :
 1. Akses ke berbagai kemampuan (menskalakan, fleksibilitas dan ketahanan)
 2. Selama fase *start up*, model ekosistem dapat menyediakan akses cepat ke kemampuan eksternal yang mungkin terlalu mahal/memakan waktu bila dibangun sendiri
- Cara untuk mengatur Ekosistem Bisnis
 1. Terdapat pedoman berbagi Peran (siapa melakukan apa)
 2. Terdapat organisasi pusat yang mengatur hubungan (*dirigent*)
 3. Memiliki berbagai subsistem yang diintegrasikan untuk menghasilkan produk akhir
- Karakteristik ekosistem bisnis : (1). Memberi kesempatan berpartisipasi, (2). berinteraksi untuk memberikan nilai tambah, (3). Keterikatan (kebutuhan bersama)

- Elemen Ekosistem Bisnis Perunggasan :
 - (1). Perusahaan (korporasi besar, usaha peternakan, peternak, peternak mandiri dan peternak mitra)
 - (2). Distributor : perusahaan logistik, transportasi, DOC, pakan, Peralatan include saluran pemasaran (pengepul, broker, pedagang eceran, dll)
 - (3). Konsumen (industri pengolahan, keluarga, individu = *end user*, dll)
 - 4). Kompetitor : langsung (pelaku industry, PMA) dan tidak langsung bidang usaha peternakan lainnya, misalnya daging sapi, daging ayam, ikan, dll)
 - (5). Key Partner (breeding farm, feed mill, pharmaceutical, industry peralatan kandang, RPHU, pengolahan makanan beku, pelaku kuliner, dll)
 - (6). Investor

Membangun Komunitas Klaster Usaha

- Klaster usaha : kelompok usaha yang saling terkait dan memiliki dua elemen kunci yaitu: (1) perusahaan dalam klaster harus saling berhubungan dan (2) berlokasi disuatu tempat yang saling berdekatan yang mudah dikenali sebagai suatu kawasan
- Pengertian lain dari Klaster Usaha : suatu pengembangan dalam sistem manajemen, dimana usaha-usaha perseorangan yang memiliki usaha sejenis dalam satu kawasan dibentuk suatu kelompok, sehingga tercipta kolaborasi, sinergitas dan persatuan yang akan menjadi kekuatan bersama
- Manfaat Klaster :
 - (1). Meningkatkan keahlian pelaku melalui proses pembelajaran bersama,
 - (2). usaha-usaha yang ada dalam klaster secara bersama akan memperoleh keahlian komplemen,
 - (3). setiap usaha yang ada dalam klaster memperoleh potensi peningkatan ekonomi

- **Siklus Perkembangan Klaster :**
 - (1). Klaster Embrio (tahap awal perkembangan)
 - (2). Klaster Tumbuh (memiliki ruang untuk perkembangan lebih lanjut)
 - (3). Klaster Dewasa (Klaster stabil dan akan sulit untuk lebih berkembang)
 - (4). Klaster Menurun (Klaster yang sudah mencapai puncak dan sedang mengalami penurunan)
- **Faktor Penentu Klaster :** SDM dan teknologi, *competitive advantage*, kerjasama produksi dan pemasaran, institusi riset, kerjasama diluar klaster dan keberadaan kelompok
- **Klaster unggul :** memiliki SDM yang handal, didukung teknologi, memiliki produk yang unggul dan berdaya saing, serta mempunyai *net working* yang baik dalam bidang produksi dan pemasaran.
- **Tahapan Pengembangan Klaster :**
 - (1). Inisiasi (membangun minat dan partisipasi diantara stake holder)
 - (2). Diagnostik (mengidentifikasi, memetakan dan tindakan yang diperlukan untuk membangun klaster)
 - (3). Kolaborasi (membangun komiment dan pengembangan kemitraan)
 - (4). Implementasi (eksekusi komitment)
 - (5). Monev

Analisa SWOT

Pengertian Analisis SWOT (Rangkuti, 2013) : Analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan Peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan Ancaman (*Threats*).

Catatan : Suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman (Philip Kotler, 2017)

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan dan kebijakan organisasi, dengan demikian perencanaan strategi harus faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman



Kuadran 1 :

Memiliki peluang dan kekuatan yang dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*)

Kuadran 2 :

Meskipun menghadapi ancaman, masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi : menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 :

Memiliki peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi kendala/ kelemahan internal. Focus strategi adalah meminimalkan masalah-masalah internal dapat merebut peluang pasar.

Kuadran 4 :

Situasi tidak menguntungkan, karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

STRENGTH

- Kemampuan dan pengalaman peternak
- Lokasi usaha cukup mudah dijangkau
- Akses informasi/komunikasi cukup mudah
- Hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok agroinput maupun dengan konsumen

WEAKNESS

- SDM peternak masih perlu ditingkatkan
- Belum memiliki konsep bisnis yang jelas
- Belum memiliki standar SOP dan standar kualitas produk
- Teknologi masih sederhana
- Keterbatasan dana untuk ekspansi usaha

OPPORTUNITY

- Program pemerintah (misal BPNT, KAD, Penanganan Stunting, dll)
- Kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan usaha peternakan
- Permintaan akan telur yang semakin meningkat
- Tidak ada produk pengganti telur yang berpengaruh secara signifikan
- Jumlah pemasok agroinput cukup banyak
- Perkembangan teknologi yang makin mendukung usaha peternakan

THREATS

- Jumlah kompetitor cukup banyak
- Nilai tukar Rupiah cukup rendah terhadap mata uang asing
- Fluktuasi tajam harga pakan
- Fluktuasi tajam harga hasil produksi (telur)
- Usaha kurang menarik bagi milenial

STRATEGI SO

- Merencanakan pemasaran (memanfaatkan peluang program pemerintah, dll)
- Merencanakan layout kandang untuk mendapatkan hasil produksi optimal
- Survey produsen pemasok agroinput
- Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produksi dan produktivitas

STRATEGI WO

- Kerjasama Permodalan
- Merencanakan SOP yang mengutamakan efektivitas dan efisiensi kerja
- Menetapkan standar kualitas produk (telur)
- Meninjau ulang konsep bisnis dan disesuaikan dengan tuntutan kondisi usaha

STRATEGI ST

- Membina hubungan yang baik konsumen/ calon konsumen
- Menentukan strategi penjualan telur (dijual langsung atau ditahan dahulu)
- Menawarkan sistem kerja dan gaji layak untuk calon peternak magang

STRATEGI WT

- Menjalankan SOP secara efektif dan efisien
- Meningkatkan rasa memiliki dan kekeluargaan antara sesama peternak
- Secara berkala melaksanakan bimtek bagi peternak

Dari matriks diperoleh strategi dalam usaha/bisnis ayam ras petelur di Kabupaten Ciamis :

- Merencanakan pemasaran dengan memanfaatkan peluang program pemerintah, dll
- Kerjasama permodalan untuk ekspansi usaha
- Membuat dan menjalankan SOP
- Menetapkan standar kualitas produksi
- Membina hubungan yang baik dengan berbagai pihak
- Melaksanakan bimtek secara rutin



*Klaster Ayam Ras Petelur Binaan BI KPw Tasikmalaya
Kawasan Budidaya Terbesar di Priangan Timur*



Aktivitas Koperasi P2APC Cigebot



**Mana yang Anda Pilih?
Kekuatan Konsep
atau Kekuatan Aksi?**

*Sekian,
Hatur Nuhun*

