

ANALISIS PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI BUDIDAYA BURUNG KENARI (STUDI KASUS PADA KENARI MCP KOTA MATARAM)

Harry Firmansyah¹

harryfirmansyah1998@gmail.com

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Animah²

animahmtr@yahoo.com

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Isnawati³

isnawati.isna@unram.ac.id

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana penerapan manajemen strategi budidaya burung kenari di MCP Kenari Jl.Swakarya Raya Gg 2 No. 8 Pagesangan Kota Mataram. Desain penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Sedangkan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini selain diteliti dengan pendekatan deskriptif kualitatif juga menggunakan metode analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Treath*). Analisis SWOT digunakan peneliti untuk menganalisis faktor eksternal yakni peluang dan ancaman, namun juga faktor internal yakni kekuatan dan kelemahan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa penelitian ini memiliki lima kekuatan (*Strenght*), memiliki empat kelemahan (*Weakness*), memiliki tiga peluang (*Opportunity*), dan memiliki tiga ancaman (*Threats*). Berdasarkan Matrik IFAS dan EFAS strategi yang diterapkan oleh MCP Kenari adalah strategi *SO, ST, WO, dan WT*. Karena strategi ini menandakan keadaan budidaya burung kenari yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omset yang maksimal dalam meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Budidaya Burung Kenari, SWOT

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze how the implementation of canary cultivation strategy management at MCP Walnut Jl.Swakarya Raya Gg 2 No. 8 Pagesangan Mataram City. This research design is field research (Field Research). While the research approach is descriptive qualitative. Besides being researched with a qualitative descriptive approach, this research also uses the SWOT analysis method (Strenght, Weakness, Opportunity, Treath). SWOT analysis is used by researchers to analyze external factors, namely opportunities and threats, but also internal factors, namely strengths and weaknesses. Data collection was carried out using interview and documentation techniques. The data findings are described descriptively. The results of this study can be seen that this study has five strengths (Strenght), has three weaknesses (Weakness), has three opportunities (Opportunity), and has three threats (Threats). Based on the IFAS and EFAS Matrices, the strategies applied by MCP Kenari are SO, ST, WO, and WT strategies. Because this strategy signifies the state of canary cultivation that is strong and able to continue to grow by taking opportunities or opportunities that exist to achieve maximum turnover in increasing income.

Keywords: Strategy Management, Canary Cultivation, SWOT

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat identik dengan pemberdayaan usaha kecil (keluarga) karena secara struktural perekonomian nasional sebagian besar disusun oleh unit-unit skala kecil, yang umumnya bergerak di sektor agroindustri. Selama ini kegiatan usaha kecil hanya memanfaatkan keunggulan komparatif dengan mengandalkan kelimpahan sumber daya yang dimiliki dan hasilnya tidak sesuai dengan harapan. Usaha kecil masih akrab dengan kemiskinan, karena tingkat pendapatan masih rendah. Keunggulan komparatif harus diperdaya gunakan menjadi keunggulan kompetitif dengan menentukan kegiatan usaha yang berorientasi pasar. Cara yang ditempuh adalah dengan meningkatkan pangsa pasar dan nilai tambah melalui pemanfaatan modal (*capital-driven*), pemanfaatan inovasi teknologi (*innovation-driven*) serta kreativitas sumber daya manusia (*skill-driven*).

Perkembangan dunia usaha saat ini sangat pesat berbagai bidang usaha banyak dilirik oleh para pelaku usaha di Indonesia, antara lain: bidang otomotif, kuliner, *fashion*, flora fauna, dan lain-lain. Bidang usaha flora fauna menjadi suatu pilihan bagi para pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan bisnisnya, salah satunya dengan menangkarkan burung. Hal ini dikarenakan burung yang mempunyai ciri khas suara kicauan yang bagus sehingga masih diminati banyak penghobi burung kicauan (Andriansyah, 2021).

Fenomena terjadi saat ini, budaya penghobi burung kenari di Indonesia telah mulai berkembang. Usaha dalam bidang budidaya sekarang pun juga mulai menjamur di daerah perkotaan maupun pedesaan yang dekat dengan para penghobi burung kenari. Maka dari itu, para pelaku bisnis dalam bidang ini diharapkan bisa mempertahankan posisinya dalam bersaing dengan usaha bisnis lainnya. Realitanya, usaha bisnis budidaya burung kenari mencakup berbagai aspek yang melibatkan para penghobi, penangkar, komunitas, dan industri terkait. Budidaya burung kenari di lapangan terus berkembang seiring dengan perkembangan tren, dan teknologi. Penting untuk selalu memperbarui pengetahuan dan mengikuti perkembangan terbaru untuk tetap berhasil dalam budidaya burung kenari.

Pemeliharaan burung kenari hanya sekedar hobi, namun karena banyaknya permintaan konsumen untuk burung kenari dan semakin tingginya nilai jual burung kenari, maka para pecinta burung kenari di Kota Mataram yaitu Pak Wahyu owner MCP Kenari yang terletak di Gang Swakarya III Pagesangan, Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. MCP kenari memulai melakukan budidaya beberapa tahun belakangan ini. Hasil anakan budidaya MCP kenari yang di jual relatif sama dengan yang di jual oleh para pembudidaya kenari lain di Kota Mataram. Akan tetapi para kicau mania yang ada di kota mataram lebih tertarik dari hasil budidaya MCP kenari. Dengan kualitas indukan yang bisa dikatakan sama, bahkan pakan utama ternak dan perawatannya juga sama. Menimbulkan pertanyaan manajemen strategi apa yang di terapkan oleh MCP kenari sehingga permintaan dari para penghobi kicau mania di Kota Mataram berminat untuk membeli.

Untuk mengatasi tantangan tersebut dan memastikan keberlangsungan usaha budidaya burung kenari, diperlukan penerapan manajemen strategi yang baik. Manajemen strategi membantu budidaya burung kenari menentukan arah dan tujuannya, serta memastikan bahwa sumber daya yang ada digunakan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan penerapan manajemen strategi yang baik, budidaya burung kenari dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi, memastikan stabilitas harga dan kualitas burung, serta memenangkan persaingan di pasar. Manajemen strategi juga membantu budidaya burung

kenari untuk mengatasi perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada.

Pengetahuan manajemen memiliki andil sangat besar dalam kemajuan usaha yang dikelola. Pengetahuan manajemen yang rendah akan menyebabkan usaha yang dijalankan mengalami kegagalan manajemen sehingga sangat sulit bagi para pelaku usaha dalam menentukan kebijakan apa yang akan diambil. Menurut Hunger (2018:37) Manajemen strategi adalah satu set keputusan pimpinan dan tindakan yang menentukan jangka panjang kinerja perusahaan. Untuk membantu para pemimpin dan pengambil keputusan untuk mengadopsi strategi yang optimal di terorganisasi Hijji (2014). Ini termasuk pemindaian lingkungan baik eksternal dan internal, formulasi strategi atau perencanaan jarak jauh, implementasi strategi, dan evaluasi dan kontrol. Manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dari perumusan *formulating*, penerapan *implementing*, dan evaluasi *evaluating* keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa yang akan mendatang (Nazarudin, 2018:3).

Manajemen strategi merupakan bidang keilmuan yang tumbuh dan berkembang dengan cepat. Manajemen strategi dalam memandang perusahaan adalah sebagai suatu rangkaian proses yang saling berkaitan serta mencoba menjelaskan bagaimana perusahaan tersebut dapat berkembang dan sukses dalam menghadapi lingkungannya. Manajemen strategi semakin penting arti dan manfaatnya bagi lingkungan perusahaan organisasi mengalami perubahan yang semakin cepat dan kompleks, dimana dibutuhkan suatu pemikiran strategi dari para pemimpin untuk mengelola perubahan yang ada dalam suatu strategi yang tepat dan handal sehingga keberhasilan manajemen strategi ditentukan oleh para manajer/pimpinannya. Dari berbagai lingkungan yang ada pada perusahaan, apabila adanya perubahan tidak mustahil dapat memberikan kesempatan usaha baru, tapi dapat pula mangancam kehidupan usaha lainnya (Lestari, 2019). Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan serta gejala-gejala yang ditemukan penulis dilapangan, maka penulis tertarik untuk membahas dan menganalisanya dengan melakukan penelitian dengan judul Analisis Penerapan Manajemen Strategi Budidaya Burung Kenari Pada Usaha Budidaya Di Mcp Kenari Kota Mataram. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimanan penerapan manajemen strategi budidaya burung kenari MCP Kota Mataram.

TINJAUAN LITERATUR

Manajemen

Kata “manajemen” berasal dari Bahasa Prancis. Bahasa ini kemudian mengadopsi kata ini dari bahasa Inggris menjadi *ménagement*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Manajemen adalah suatu proses yang khas terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengontrolan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lain. Dalam konteks ini, manajemen adalah suatu kegiatan sementara pelaksanaannya disebut *manager* pengelolaan Nazarudin (2018:3) manajemen adalah seseorang yang mengkoordinasikan dan mengawasi pekerjaan orang lain agar tujuan organisasi dapat dicapai. Manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan

perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.

Fungsi- Fungsi Manajemen

Beberapa fungsi manajemen, yang dapat dipahami bahwa manajemen diawali dengan perencanaan (*planning*) karena perencanaan yang akan menentukan tindakan apa yang harus dilakukan selanjutnya. Setelah perencanaan adalah pengorganisasian (*organizing*), Pengorganisasian merupakan pembagian kerja dan sangat berkaitan erat dengan fungsi perencanaan karena pengorganisasian pun harus direncanakan. Selanjutnya setelah menerapkan fungsi perencanaan dan pengorganisasian adalah menerapkan fungsi pengarahan (*leading*) mengarahkan semua karyawan agar mau bekerjasama dan bekerja efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Selanjutnya fungsi terakhir dalam proses manajemen adalah pengendalian (*controlling*). Dalam hal ini konsep manajemen harus didesain secara strategis untuk mendapatkan tujuan yang akan di capai. Strategi yang dikembangkan perusahaan melalui proses manajemen strategis bertujuan untuk menciptakan keunggulan (Coulter, 2021:38).

Menurut pendapat Huda (2018:87) definisi masing-masing fungsi manajemen yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*) Perencanaan merupakan aktivitas penentuan tujuan atau sasaran yang akan dicapai dan menentukan bagaimana cara pencapaian tujuan dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia.
2. Pengorganisasian (*Organizing*) Pengorganisasian sebagai proses yang melibatkan dua orang atau lebih untuk bekerja sama dalam cara yang terstruktur untuk mencapai tujuan.
3. Pengarahan (*Directing*) meliputi tindakan untuk membimbing dan mengusahakan agar semua anggota organisasi melakukan kegiatan yang sudah ditentukan ke arah tercapainya tujuan.
4. Pengendalian (*Controlling*) Pengendalian bertujuan untuk memastikan apakah tujuan yang telah ditetapkan telah tercapai.

Manajemen strategi

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan manajemen strategi membantu memperjelas arah masa depan perusahaan Amoli (2016). Sebagaimana tersirat dalam definisi tersebut, manajemen strategi terfokus pada upaya memadukan manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Manajemen strategi sepadan dengan perencanaan strategi istilah yang lebih sering digunakan di dunia bisnis strategi dipahami sebagai maksud tertentu, sebuah rencana untuk mencapai tujuan (Pelc, 2015).

Manajemen strategi pada dasarnya berkaitan dengan penciptaan dan pemberian nilai dan menghasilkan keunggulan kompetitif Palmié (2023). Manajemen strategi adalah suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, menjalankan strategi, dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai- nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi organisasi Huda (2018:2). Manajemen strategi adalah perumusan dan implementasi gagasan oleh manajemen puncak dalam proses mengembangkan strategi memiliki kecukupan waktu dan semua informasi yang dibutuhkan Rounaghi (2021). Dengan mempertimbangkan sumber daya dan peluang lingkungan-yang akan memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan Coulter (2021:253). Manajemen strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan manajemen yang menentukan jangka panjang

kinerja suatu korporasi Ini termasuk pemindaian lingkungan eksternal maupun internal Takacs (2022). perumusan strategi perencanaan strategis dalam jangka panjang, implementasi strategi, evaluasi dan pengendalian (Hunger, 2018:37).

Manajemen strategi digunakan untuk merujuk pada perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi. Sedangkan perencanaan strategis hanya mengacu pada perumusan strategi. Tujuan manajemen strategis adalah memanfaatkan dan menciptakan peluang-peluang baru dan berbeda di masa mendatang, sedangkan perencanaan jangka panjang, mencoba mengoptimalkan kecenderungan saat ini untuk masa depan Fred (2016:5). Manajemen strategi sebagai usaha *manajerial* menumbuh kembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai dengan misi perusahaan yang telah ditentukan. Intinya ialah manajemen strategi mengandung perangkat keputusan dan tindakan. Keputusan dan tindakan ini diformulasikan dan diimplementasikan untuk mencapai tujuan perusahaan (Ingga, 2016:10).

Kegiatan tersebut untuk menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang, dan dapat mencapai tujuannya. Terdapat empat tujuan dalam manajemen strategi, yaitu :

1. Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. Dalam hal ini, manajer strategi harus mampu menunjukkan kepada semua pihak kemana arah tujuan organisasi atau perusahaan. Karena arah yang jelas akan dapat dijadikan landasan untuk pengendalian dan mengevaluasi keberhasilan.
2. Membantu memikirkan kepentingan berbagai pihak. Organisasi atau perusahaan harus mempertemukan kebutuhan berbagai pihak, pemasok, karyawan, pemegang saham, pihak perbankan, dan masyarakat luas lainnya yang memegang peranan terhadap sukses atau gagalnya perusahaan atau organisasi tersebut.
3. Mengantisipasi setiap perubahan kembali secara merata. Manajemen strategi memungkinkan eksekutif puncak untuk mengantisipasi perubahan dan menyiapkan pedoman dan pengendalian, sehingga dapat memperluas kerangka waktu atau berpikir mereka secara pers
4. pektif dan memahami kontribusi yang baik untuk hari ini dan hari esok.
5. Berhubungan dengan efisiensi dan efektivitas. Tanggung jawab seorang manajer bukan hanya mengkonsetrasikan terhadap kemampuan atas kepentingan efisiensi, akan tetapi hendaknya juga mempunyai perhatian yang serius agar bekerja keras melakukan sesuatu secara lebih baik dan efektif.

a. Manfaat manajemen strategi

Manfaat manajemen strategi menurut Hunger (2018:38) *manager* pada semua tingkatan perusahaan berinteraksi dalam perencanaan dan implementasinya. Sebagai akibatnya, konsekuensi perilaku manajemen strategi serupa dengan pengambilan keputusan partisipatif. Oleh karena itu, penilaian yang akurat mengenai dampak dari formulasi strategi terhadap kinerja organisasi tidak hanya memerlukan kriteria evaluasi keuangan, non keuangan. Faktanya mendorong konsekuensi perilaku yang positif memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan keuangannya. Namun, tanpa memedulikan profitabilitas dari perencanaan strategi. Beberapa manfaat manajemen strategi adalah sebagai berikut:

1. Aktivitas formulasi strategi memperkuat kemampuan perusahaan untuk mencegah timbulnya masalah.
2. Keputusan strategis berbasis kelompok kemungkinan besar akan diambil dari alternatif terbaik yang tersedia.

3. Keterlibatan karyawan dalam formulasi strategi meningkatkan pemahaman mereka mengenai hubungan antara produktivitas dengan imbalan pada setiap rencana strategis, sehingga hal ini akan meningkatkan motivasi mereka.

b. Tujuan manajemen strategi

Tujuan manajemen strategi menurut Sumarna (2020:34) manajemen strategi adalah untuk membantu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya melalui pengembangan dan penerapan rencana strategis yang efektif. Terdapat empat tujuan manajemen strategi, yaitu:

1. Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi/ perusahaan. Dalam hal ini, manajemen strategi harus mampu menunjukkan kepada semua pihak kemana arah tujuan organisasi/ perusahaan. Karena, arah yang jelas akan dapat dijadikan landasan untuk pengendalian dan mengevaluasi keberhasilan.
2. Membantu memikirkan kepentingan berbagai pihak. Organisasi/perusahaan harus mempertemukan kebutuhan berbagai pihak, pemasok, karyawan, pemegang saham, pihak perbankan, dan masyarakat luas lainnya yang memegang peranan terhadap sukses atau gagalnya perusahaan.
3. Mengantisipasi setiap perubahan kembali secara merata. Manajemen strategi memungkinkan eksekutif puncak untuk mengantisipasi perubahan dan menyiapkan pedoman dan pengendalian, sehingga dapat memperluas kerangka berpikir mereka secara perspektif dan memahami kontribusi yang baik untuk hari ini dan hari esok.
4. Berhubungan dengan efisiensi dan efektivitas. Tanggung jawab seorang manajer bukan hanya mengkonsentrasikan terhadap kemampuan atas kepentingan efisiensi, akan tetapi hendaknya juga mempunyai perhatian yang serius agar bekerja keras melakukan sesuatu secara lebih baik dan efektif.

c. Tahapan manajemen strategi

Manajemen strategi terdiri dari tiga tahapan terpisah yang saling berhubungan satu sama lain dan saling mempengaruhi. Tahapan ini adalah perencanaan strategis, implementasi strategis dan evaluasi strategi (Mišanková, 2014).

Tahapan manajemen strategi perspektif dari Fred (2016:6) terdiri dari beberapa tahap yaitu sebagai berikut:

1. Perumusan strategi

Tahap ini termasuk dalam pengembangan misi bisnis, mengenali peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan objektif jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk dilaksanakan. Isu perumusan strategi termasuk merumuskan bisnis baru apa yang perlu dimasuki, bisnis apa yang harus dihentikan, bagaimana mengalokasikan sumber daya, apakah memperluas operasi atau diversifikasi, apakah akan memasuki pasar internasional, apakah akan melakukan usaha patungan, dan bagaimana menghindari pengambilalihan perusahaan pesaing.

2. Implementasi strategi

Tahap ini menuntut perusahaan untuk menetapkan obyektif tahunan, memperlengkapi dengan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengubah arah usaha

pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan system informasi, dan menghubungkan kompensasi karyawan dengan prestasi organisasi.

3. Evaluasi strategi

Tahap ini adalah tahap akhir dalam manajemen strategis. Para manager harus tahu kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik; evaluasi strategi terutama berarti usaha untuk memperoleh informasi ini. Semua strategi dapat dimodifikasi di masa depan karena faktor-faktor eksternal dan internal selalu berubah.

Tiga macam aktivitas mendasar untuk mengevaluasi strategi, adalah:

- a. Meninjau faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi sekarang.
- b. Mengukur prestasi.
- c. Mengambil tindakan korektif.

Budidaya

Budidaya menurut kamus besar bahasa indonesia adalah usaha yang bermanfaat dan memberikan hasil. Pembudidaya adalah orang yang membudidayakan. Sedangkan budidaya adalah proses, cara, perbuatan membudidayakan. Budidaya hewani menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No 48 Tahun 2013 tentang budidaya hewan peliharaan adalah usaha yang dilakukan di suatu tempat tertentu pada suatu kawasan budidaya secara berkesinambungan untuk hewan peliharaan dan produk hewan. Menurut Budiati (2022:1) budidaya merupakan sebuah kegiatan atau usaha pemeliharaan dan pengembangan baik hewani maupun nabati (tumbuhan) dengan tujuan mendapatkan manfaat dan hasil, baik untuk kepentingan menjaga sesuatu dari kepunahan maupun untuk mendapatkan penghasilan dari hasil pembudidayaan.

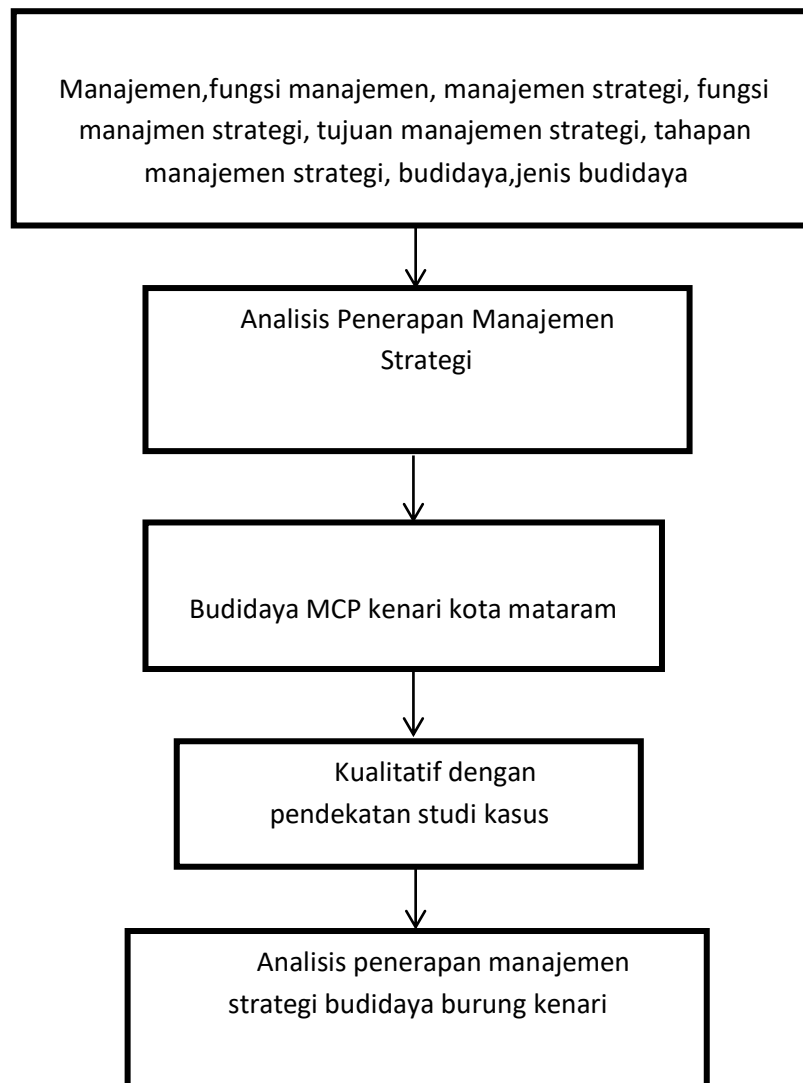
Jenis – Jenis Budidaya

Budidaya dapat dilakukan di darat, di air, atau di lingkungan tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan organisme hidup yang dibudidayakan. Setiap jenis budidaya memiliki teknologi dan manajemen yang khusus untuk memperoleh hasil yang maksimal. Berikut jenis-jenis budidaya yang dilakukan di darat, yaitu:

1. Ikan cupang atau *Betta Fish* memiliki beragam corak, warna, dan jenis. Ikan hias ini berasal dari Asia, dulunya hidup di perairan dangkal, rawa-rawa, kolam, atau sungai berarus lambat. Ikan berukuran mini ini kemudian dikembangkan hingga menjadi berbagai varian dan memiliki warna cantik. Cupang yang dipelihara cenderung hidup sendiri dan ditempatkan pada wadah terpisah dari ikan lain. Selain itu, cupang juga masuk ke dalam daftar hewan peliharaan yang mudah dirawat. Di alam bebas, ikan ini bisa memakan larva dan serangga kecil.
2. Kelinci Kelinci masuk dalam daftar hewan peliharaan yang mudah dirawat. Selain mudah dirawat, kelinci termasuk hewan lucu dan menggemaskan. Binatang pengerat ini memiliki bulu halus.
3. Ikan hias hewan peliharaan populer di Amerika Serikat. Di negara tersebut, setiap rumah atau kurang lebih 12% memelihara ikan hias. Ikan hias masuk dalam daftar hewan yang mudah dirawat dan menyenangkan.
4. Burung lovebirds adalah jenis burung yang bisa dipelihara di rumah. Hewan peliharaan satu ini banyak dipelihara karena bentuknya yang mungil dan warnanya yang indah. Tidak hanya itu, burung ini juga membentuk koloni dan biasanya hidup berpasangan.
5. Burung merpati termasuk burung jinak dan jarang menggigit. Burung merpati memiliki paruh kecil dan bulu lembut. Corak burung merpati beragam, ada yang abu-abu dan

memiliki garis hitam, ada merpati berwarna putih. Jenis merpati antara lain Merpati Es, Merpati Kamyshin, Oriental Roller, dan Antwerp Smerle.

6. Burung kenari (*serinus canaria*) awalnya berasal dari Kepulauan *Canary*, Spanyol. Burung Kenari menyebar hampir ke seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Burung ini berukuran kecil 10-12 centimeter dan beratnya sekitar 15 gram. Selain itu, burung kenari banyak dipelihara karena memiliki kicauan merdu.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan pada studi ini adalah metode deskriptif kualitatif (Dewi and Nurabiah 2024; Nafarani et al. 2023). Desain penelitian ini penelitian lapangan (*Field Reserch*). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan melakukan wawancara, karena terjun langsung meneliti pemilik MCP Kenari untuk dimintai informasi terkait Penerapan manajemen strategi budidaya burung kenari. Wahyu Aditya Mahardika (Pemilik Usaha Budidaya) dan Konsumen MCP Kenari. Pemilihan informan nomor 1 dan 2 didasarkan pada *Purposive Sampling* karena menurut peneliti informan tersebut dapat memberikan informasi yang mendetail dalam terkait dengan Penerapan Manajemen Strategi Budidaya Burung Kenari. Penelitian ini dilakukan di peternakan MCP Kenari Mataram yang

terletak di Gang Swakarya III Pagesangan, Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Prosedur pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Dan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis SWOT MCP Kenari Kota Mataram

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di MCP Kenari, dalam mengidentifikasi faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman pada usaha budidaya burung kenari. Maka disajikan data-data yang diperoleh mengenai analisis SWOT konsep manajemen strategi usaha budidaya burung kenari. Peneliti telah melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

1. Faktor Internal

Berikut ini hasil terhadap faktor internal usaha budidaya burung MCP kenari Kota Mataram terdiri dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*).

- a. Kekuatan (*Strength*) adalah kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan yang dimiliki adalah:
 - 1) Produk budidaya burung kenari yang dihasilkan oleh MCP Kenari memiliki jenis dan seri yang beragam mulai dari jenis lokal sampai F2YS.
 - 2) Kualitas anakan burung Kenari dari MCP Kenari cukup baik, dikarenakan menggunakan bahan baku dari indukan AF yang berkualitas dalam merawat dan meloloh anakan.
 - 3) MCP kenari sudah berpengalaman hasilkan anakan serta menciptakan pakan burung.
 - 4) Ikut serta dalam komunitas penangkar burung lombok (PKL)
 - 5) MCP Kenari satu satunya peternak yang memiliki hasil anakan burung kenari berkualitas.
- b. Kelemahan (*Weakness*) faktor internal yang menghambat organisasi MCP kenari untuk mendapat objektif yang diinginkan yang dapat menjadi penghambat budidaya burung kenari adalah:
 - 1) MCP kenari memproduksi anakan burung masih terbatas
 - 2) Biaya harga pakan dan multi vitamin yang cukup tinggi pada proses penangkaran.
 - 3) Pemasaran yang dilakukan kurang maksimal

2. Faktor Eksternal

Berikut ini hasil terhadap faktor eksternal budidaya burung kenari dari MCP yaitu terdiri dari peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

- a. Peluang (*opportunities*)
 - 1) Masih banyaknya permintaan produksi burung kenari.
 - 2) Budidaya burung kenari menghasilkan keuntungan yang cukup besar.
 - 3) MCP Kenari mampu membuat hubungan baik dengan pembeli.
- b. Ancaman (*threats*).

- 1) Persaingan sesama pembudidaya. Banyaknya produksi burung kenari diluar daerah terutama dari pulau jawa dan bali, yang mengancam pembudidaya burung kenari lombok.
- 2) Selain itu juga ada kenaikan harga bahan baku pakan dan asupan vitamin
- 3) Faktor cuaca ekstrem juga mengancam proses produksi burung kenari.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa internal dan eksternal diperoleh peneliti yaitu untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen strategi MCP Kenari menggunakan internal kekuatan untuk memanfaatkan eksternal peluang yang ada. Selain itu MCP Kenari mampu memanfaatkan internal kekuatan yang ada, dalam mengatasi eksternal ancaman dan juga memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi atau meminimalisir kelemahan yang dimiliki produk burung kenari yang dihasilkan. MCP Kenari juga mampu menjadikan hasil dari faktor internal dan faktor eksternal sebagai bagian dari pembuatan perencanaan keputusan jangka panjang., dan juga memberikan gambaran kepada konsumen yang berkeinginan menaruh minat terhadap burung kenari yang dihasilkan oleh MCP Kenari. Dengan kedua faktor tersebut MCP Kenari mampu melihat secara objektif prospek perusahaan dan lingkungan tempat beroperasi serta menunjukkan adanya isu-isu mendasar untuk mencapai keberhasilan perusahaan pada masa yang akan datang.

B. Hasil Matriks SWOT

Berikut adalah data hasil Matrik SWOT yang diperoleh dari mengidentifikasi Matrik IFAS dan Matrik EFAS pada usaha budidaya MCP kenari.

Tabel 1. Matrik SWOT MCP Kenari Kota Mataram

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
IFAS	<p>S1. Produk budidaya burung kenari yang dihasilkan oleh MCP Kenari memiliki jenis dan seri yang beragam mulai dari jenis lokal sampai F2YS.</p> <p>S2. Kualitas anakan burung Kenari dihasilkan MCP Kenari cukup baik, dikarenakan menggunakan bahan baku dari indukan seri AF yang berkualitas dalam merawat dan meloloh anakan.</p> <p>S3. MCP kenari sudah berpengalaman anakan burung serta pandai menciptakan pakan burung.</p>	<p>W1. Memproduksi anakan burung masih terbatas</p> <p>W2. Pemasaran yang kurang maksimal</p> <p>W3. Biaya harga pakan dan multi vitamin yang cukup tinggi sehingga MCP kenari berinisiatif meracik pakan burung sendiri.</p>
EFAS	<p>S4. Ikut serta dalam komunitas penangkar burung lombok (PKL)</p> <p>S5. MCP Kenari satu satunya peternak di lombok yang memiliki hasil anakan burung kenari dari trah lomba.</p>	

Peluang (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
<p>O1. Masih banyaknya permintaan hasil produksi MCP Kenari.</p> <p>O2. Budidaya burung kenari menghasilkan keuntungan yang cukup besar.</p> <p>O3. MCP Kenari mampu membuat hubungan baik dengan pembeli.</p>	<p>1. MCP Kenari memiliki jenis dan seri yang beragam agar diminati konsumen</p> <p>2. MCP Kenari menggunakan indukan yang berkualitas dan hasil kualitas anakan burung baik</p> <p>3. Memanfaatkan hasil anakan seri trah lomba dan berpartisipasi dengan komunitas para penangkar untuk meningkatkan minat konsumen</p>	<p>1. MCP Kenari selalu memberikan vitamin pada kondisi cuaca ekstrem untuk dapat memenuhi serta memaksimalkan pemasaran agar permintaan konsumen semakin meningkat</p> <p>2. MCP Kenari walaupun produksi anakan burung kenari terbatas masih banyak konsumen menunggu untuk membeli.</p> <p>3. MCP Kenari membuat pakan sendiri untuk meminimalisir pengeluaran agar menghasilkan keuntungan</p>
Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<p>T1. Persaingan sesama pembudidaya. Banyaknya produksi burung kenari diluar daerah terutama dari pulau jawa dan bali, yang mengancam.</p> <p>T2. Selain itu juga ada kenaikan harga bahan baku pakan dan vitamin</p> <p>T3. Faktor cuaca ekstrem juga mengancam proses produksi burung kenari.</p>	<p>1. MCP kenari menggunakan pengalaman untuk membudidaya walapaun cuaca ekstrem mengganggu.</p> <p>2. Walaupun banyak pesaing dari luar pulau, MCP kenari menghasilkan lebih berkualitas dengan menggunakan pejantan trah lomba</p> <p>3. Memanfaatkan pengalaman yang ada agar mampu bersaing dengan peternak diluar daerah.</p>	<p>1. Menggunakan pakan racikan sendiri untuk memenuhi kebutuhan pakan disaat terjadi kenaikan serta menyediakan multivitamin.</p> <p>2. Meningkatkan kegiatan promosi agar mampu menyaingi produk burung kenari dari daerah lain.</p> <p>3. Memaksimalkan dalam perawatan burung disaat cuaca yang ekstrem.</p>

Sumber : Data diolah 2023

Dari hasil analisis SWOT di atas dapat dilihat keputusan strategi yang sesuai untuk usaha MCP Kenari Kota Mataram yaitu kondisi yang sangat mendukung dengan cara memaksimalkan kekuatan yang ada pada budidaya burung kenari untuk memanfaatkan peluang melalui kegiatan pemasaran guna mencapai pertumbuhan usaha burung kenari yang berkelanjutan. Keputusan strategi yang dilakukan oleh MCP Kenari adalah *SO*, *ST*, *WO* dan *WT*. Manajemen strategi budidaya burung MCP kenari kota mataram yang dapat dilakukan dengan cara:

a. Strategi *Strengths -Opportunities* (S-O)

1. MCP Kenari menggunakan bahan baku pejantan trah lomba yang berkualitas, masih banyaknya permintaan pasar, (S5,O1)

Strategi yang digunakan MCP Kenari memanfaatkan bahan baku pejantan burung seri besar agar produk anakan burung kenari berkualitas dan konsumen merasa puas dengan produk tersebut.

b. Strategi *Strenghts-Threats* (S-T)

1. MCP Kenari sudah berpengalaman budidaya burung kenari dan sering terjadinya cuaca ekstrem yang mengganggu produksi telur (S3,T3)

Strategi yang digunakan adalah MCP Kenari memanfaatkan pengalaman yang dimiliki untuk budidaya burung kenari dan menaikkan kualitas perawatan agar terhindar dari kegagalan produksi pada saat kondisi cuaca ekstrem.

2. Ikut serta dalam komunitas penangkar burung lombok (PKL), adanya peternak burung kenari dari daerah lain dan kenaikan harga bahan baku pakan dan vitamin (S4,T1,T2)

Strategi yang digunakan adalah MCP Kenari ikut bergabung dengan komunitas penangkar kenari Lombok (PKL) untuk menarik minat pasar dan membuat pakan burung untuk menekan biaya yang dikeluarkan.

c. Strategi *Weaknesses-Opportunities* (W-O).

1. Pemasaran yang kurang maksimal dan masih banyaknya permintaan burung kenari (W2,O1)

Strategi yang digunakan adalah memaksimalkan pemasaran dengan memasuki daerah yang belum pernah dimasuki produk burung kenari dari MCP Kenari

d. Strategi *Weaknesses-Threats* (W-T).

1. MCP Kenari memproduksi anakan burung masih terbatas, faktor cuaca ekstrem juga mengancam proses produksi burung kenari, selain itu juga ada kenaikan harga bahan baku pakan dan vitamin (W1,T2,T3).

Strategi yang digunakan menyiapkan multivitamin dan pakan sebelum mengalami harga naik yang berkualitas tinggi untuk mencegah terjadinya gagal produksi disaat cuaca ekstrem.

Berdasarkan penjelasan di atas dengan kondisi yang sudah dianalisis sebelumnya dengan menggunakan Analisis SWOT, strategi matriks SWOT, usaha MCP Kenari dapat berkembang mulai dari semula menggunakan trah sederhana yaitu burung kenari lokal sampai saat ini MCP Kenari beralih menggunakan indukan seri AF yang pandai merawat anakan dan MCP Kenari satu-satunya peternak menggunakan pejantan trah lomba, serta memiliki pengalaman membudidaya burung kenari dan ikut berpartisipasi dalam perlombaan dan komunitas Penangkar Kenari Lombok (PKL) untuk menambah ilmu pengetahuan budidaya serta untuk mempromosikan hasil ternakkan. Ketika usaha MCP Kenari sudah dikatakan mengalami perkembangan dari Manajemen Strategi Budidaya maka kita akan melihat bahwa usaha MCP Kenari cukup baik.

KESIMPULAN

Dari rumusan masalah yang diajukan Analisis Penerapan Manajemen Strategi Pada MCP Kenari Mataram menggunakan analisis SWOT didapatkan strategi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan mencegah ancaman dengan menggunakan pendekatan matrik SWOT pada usaha budidaya MCP kenari Kota Mataram. Strategi *Strenghts Opportunities* (SO) strategi yang digunakan MCP Kenari memanfaatkan bahan baku pejantan burung seri besar agar produk anakan burung kenari berkualitas dan konsumen merasa puas dengan produk dihasilkan MCP, strategi *Strenghts Threats* (ST) strategi yang digunakan adalah MCP Kenari memanfaatkan pengalaman yang dimiliki untuk budidaya burung kenari dan menaikkan kualitas perawatan agar terhindar dari kegagalan produksi pada saat kondisi cuaca ekstrem, strategi *Weaknesses Opportunities* (WO) strategi yang digunakan adalah memaksimalkan pemasaran dengan memasuki daerah yang belum pernah dimasuki produk burung kenari dari MCP Kenari, strategi *Weaknesses Threats* (WT) strategi yang digunakan menyiapkan multivitamin dan pakan berkualitas tinggi sebelum mengalami kenaikan harga pakan untuk mencegah terjadinya gagal produksi disaat cuaca ekstrem.

REFERENSI

- Amoli. 2016. "An Investigation on Strategic Management Success Factors in an Educational Complex." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 230(May): 447–54.
- Andriansyah. 2021. "Potensi Usaha Penangkaran Burung Murai Batu Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Syari'Ah."
- Budiati. 2022. *Sukses Budidaya Burung Kenari*. ed. Tim Elementa. Elementa Agro Lestari.
- Coulter, Robbins. 2021. *MANAGEMENT*. 15th ed. ed. Pearson. United States: British Library.
- Dewi, Diana Kartika, and Nurabiah Nurabiah. 2024. "Analysis of Regional Government ASN Performance Assessment Using the SIPK System (Case Study : Mataram City Polresta)." 7(3): 72–83.
- Fred. 2016. *Strategic Management: Concepts and Cases—a Competitive Advantage Approach*. 16th ed.
- Hijji, Khalfan Zahran Al. 2014. "Strategic Management Model for Academic Libraries." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 147: 9–15.
- Huda. 2018. *PENGANTAR MANAJEMEN STRATEGIK*. Jayapangus Press.
- Hunger, Thomas L. Wheelen • J. David, and Alan N. Hoffman • Charles E. Bamford. 2018. *Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation and Sustainability*. 15th ed. Pearson.
- Ingg. 2016. *IMPLEMENTASI MANAJEMEN STRATEGIK*. Yogyakarta: Deep.
- Lestari, Ambar Sri. 2019. "Penerapan Manajemen Strategik Dengan Analisis SWOT Pada SMP Negeri 4 Kendari." *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 4(1): 1–24.
- Mišanková. 2014. "Strategic Implementation as a Part of Strategic Management." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 110: 861–70.
- Nafarani, Baiq, Herwanda Humaera, Lukman Effendy, and Nurabiah. 2023. "Analisis Anggaran Sebagai Upaya Dalam Perencanaan Dan Pengendalian Biaya Proyek Pada Pt Dabakir Putra Mandiri." *Jurnal Mahasiswa Akuntansi (RISMA)* 3(1): 11–20.
- Nazarudin. 2018. *MANAJEMEN STRATEGIK*. ed. II. Palembang: Noerfikri.
- Palmié. 2023. "Microfoundations in the Strategic Management of Technology and Innovation: Definitions, Systematic Literature Review, Integrative Framework, and Research Agenda." *Journal of Business Research* 154(December 2021).
- Pelc. 2015. "Searching for Opportunities for Development and Innovations in the Strategic Management Process." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 210: 77–86.
- Rounaghi. 2021. "Implementation of Strategic Cost Management in Manufacturing Companies: Overcoming Costs Stickiness and Increasing Corporate Sustainability." *Future Business Journal* 7(1): 1–8.
- Sumarna. 2020. *BUKU AJAR MANAJEMEN STRATEGIK*. ed. Khaeruman. Banten: AA. RIZKY.

Takacs. 2022. "Barriers to a Circular Economy in Small- and Medium-Sized Enterprises and Their Integration in a Sustainable Strategic Management Framework." *Journal of Cleaner Production* 362(May): 132227.