

PROSIDING

8th MANAGEMENT DYNAMIC CONFERENCE

2023

16-17 MARET

| Makassar
| Indonesia



TAS EKONOMI DAN



Prosiding
MADIC 8, 2023

Makassar, 16 -17 Maret 2023

Dipublikasikan Oleh:

Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Alamat:

Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Kampus Unhas Tamalanrea
Universitas Hasanuddin
Jl. P. Kemerdekaan No. 10, Makassar 90245

Email: madic.8.febuh@gmail.com

About Madic 8 2023

Management Dynamics Conference (MADIC) ke-8 adalah seminar nasional yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin bekerja sama dengan Forum Pengelola Jurnal Manajemen (FPJM). Tema seminar “*Penguatan Manajemen UMKM sebagai Motor Penggerak Pemulihan Ekonomi Nasional*”. Konferensi ini bertujuan untuk menghimpun berbagai pandangan dan pengalaman empiris dari para praktisi dan akademisi ekonomi mengenai penguatan UMKM sebagai pilar ekonomi utama serta memberikan solusi untuk tujuan ketahanan keberlanjutan (SDGs) Indonesia. Para akademisi, praktisi, peneliti telah berkontribusi dalam pengembangan penelitian manajemen dengan berpartisipasi dalam MADIC 8.

Panitia Penyelenggara

Penanggung Jawab

Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir. SE.,M.Si.

Dewan Pengarah

Dr. Mursalim, SE., M.Si.

Prof.Dr.Arifuddin,SE., Ak., M.Si.

Dr. Anas Iswanto Anwar, SE., MA.

Dr. Andi Aswan, SE.,MBA.,M.Phil

Dr. Wahda, SE.,M.Pd.,M.Si.

Reviewer

Prof. Dr. H. Muhammad Ali, SE.,MS.

Prof. Dr. Sumardi, SE.,M.Si

Prof. Dr. Hj. Nuraeni Kadir, SE.,M.Si

Prof. Dr. Musran Munizu, SE.,M.Si.

Prof. Dr. Maat Pono, SE.,M.Si.

Dr. Fauziah Umar, SE., MS.

Dr. Hj. Wardhani Hakim, SE., M.Si

Dr. Hj. Nurjannah Hamid, SE.,M.Agr

Shinta Dewi Tikson, SE.,M.MGT

Hendragunawan S. Thayf., SE.,M.Si.,M.Phil

Dewan Eksekutif

Ketua : Insany Fitri Nurqamar, SE, MM

Sekretaris : Fahrina Mustafa, Se.,M.Si

Bendahara : Daniella C. S., Se.,M.Sc

Submission

Farhana Ramdhani Sumardi, SE.,MM

Publikasi

Rianda Ridho H Thaha,SE.,MBA.

Romi Setiawan SE., MM.

Acara dan dokumentasi

Isnawati Osman, SE.,M.BUS.

Dr. Haeriah Hakim, SE.,M.MKTG.

Asty Almaida, SE.,M.SI.

Sponsorship

Dr. A. M. Nur Bau Massepe, SE.,M.SI.

Tim Pendukung

Tamsir, SE.

Bustanil Arifin, SE

Ridwan

Raehanah Tul Jannah, SE

Dinda Syelfi Madiana

Fadli

Andi Hijeriani

Sarniati

M.Iqbal

Ihya' Ulumuddin

Syahriwildani Nur

St. Sharaeni Andin Islahuddin

Syafitriani

Anistasya Zhalsabila

Steffi Audelin Solllu

Muhammad Iqbal

Sambutan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

Selamat datang di Management Dynamics Conference (MADIC) ke-8 diadakan pada tanggal 16 – 17 maret 20223 di Makassar, Indonesia. Konferensi ini diselenggarakan untuk mempromosikan diskusi antara berbagai pemangku kepentingan tentang, manajemen dan bidang ekonomi. Kali ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin menjadi tuan rumah bekerja sama dengan Forum Pengelola Jurnal Manajemen (FPJM). Melanjutkan tradisi menyatukan penelitian, pembuat kebijakan, akademisi dan berbagai pemangku kepentingan untuk mempresentasikan dan mendiskusikan isu terkini terkait perkembangan ekonomi nasional. Untuk memperkuat pembahasan tentang manajemen, ekonomi dan bidang akuntansi, kami sepakat mengangkat topik konferensi tahun ini berjudul “*Penguatan Manajemen UMKM sebagai Motor Penggerak Pemulihan Ekonomi Nasional*”. Untuk memberikan informasi terbaru mengenai topik kepada pembaca dan peserta, kami ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada 3 narasumber dihadirkan dalam acara ini yaitu M. Fankar Umran CEO BRI Insurane, Causa Iman Karana Kepala Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan, dan Darwisman Kepala OJK Regional Sulampapua atas wawasan dan dukungan mereka selama konferensi. Kami berharap acara ini sangat mendorong diskusi tentang peningkatan kualitas UMKM di Indonesia. Selain itu kami ingin menyampaikan terima kasih dan dukungan kami kepada

Terakhir, kami ingin mengucapkan terima kasih sekali lagi atas kontribusi dan kerja sama yang sangat baik di antara kami para peserta konferensi. Selain itu, kami mengucapkan terima kasih atas kerjasama semua pihak panitia dalam menyelenggarakan konferensi. Kami berharap dapat bekerja sama dengan semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam acara ini. Kami berharap proses ini akan menyediakan berbagai manuskrip unggulan yang dapat memberikan kontribusi besar dalam bidang ekonomi, manajemen dan akuntansi.

Prof.Dr.Abd. Rahman Kadir, M.Si., CIPM
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanudin

Sambutan Ketua panitia Management Dynamic Conference ke - 8

Saya sangat senang bahwa acara Management Dynamic Conference ke-8 dengan tema "Penguatan Manajemen UMKM sebagai Motor Penggerak Pemulihan Ekonomi Nasional" telah terlaksana dengan sukses. Semoga acara ini memberikan banyak manfaat dan inspirasi bagi semua peserta yang hadir.

Saya ingin mengucapkan selamat dan mengapresiasi seluruh panitia yang telah bekerja keras dan dedikasi tinggi dalam menyelenggarakan acara ini. Tanpa upaya mereka, acara ini tidak akan mungkin terwujud. Terima kasih atas kerja keras dan komitmen yang telah diberikan.

Selain itu, saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada narasumber yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka dalam mendukung penguatan manajemen UMKM. Kontribusi mereka sangat berharga dan saya berharap peserta dapat mengambil manfaat yang besar dari presentasi dan diskusi yang telah dilakukan.

Saya berharap bahwa acara ini menjadi awal dari langkah-langkah konkret dalam memperkuat sektor UMKM sebagai motor penggerak pemulihan ekonomi nasional. Mari kita terus bekerja sama, berinovasi, dan berkolaborasi dalam mendukung pertumbuhan UMKM dan memajukan ekonomi kita.

Terima kasih kepada semua yang telah berpartisipasi dalam acara ini, termasuk peserta, narasumber, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan. Semoga kita dapat melanjutkan semangat dan energi positif ini untuk memperkuat sektor UMKM dan membangun ekonomi yang lebih kuat.

Sekali lagi, selamat atas kesuksesan acara Management Dynamic Conference ke-8. Semoga langkah-langkah yang dihasilkan dari acara ini dapat memberikan dampak yang positif bagi penguatan manajemen UMKM dan pemulihan ekonomi nasional.

Insany Fitri Nurqamar, S.E.,M.M.

Ketua panitia Management Dynamic Conference ke - 8
Universitas Hasanudin

- Rahayu, Pujidan Lien Herliani Kusumah. 2017. Pengukuran Kinerja Aktivitas Supply Chain pada Industri Minuman Jus dengan SCOR (Studi Kasus PT. Api). Jurnal Manajemen, (Online), 1, 5, (ejournal.itn.ac.id), Diakses 5 Desember 2019.
- Rangkuti, F. 2004. Flexible Marketing. Gramedia Pustaka Utama.
- Rohimah, Ummiyatur. 2016. Analisis Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Menggunakan Model SCOR Versi 10.0 Pada Perusahaan Daerah Perkebunan Banongan Kabupaten Situbondo. Jurnal Ekonomi, (Online), 1: 51, (repository.unej.ac.id), Diakses 14 Juni 2020
- Siagian, Y. M. 2005. Aplikasi supply chain management dalam dunia bisnis. Jakarta: Grasindo.
- Sutawijaya, Ahmad H. dan EriMarlapa. 2016. Supply Chain Management: Analisis dan Penerapan Menggunakan Referance (SCOR) Di PT.Indoturbine. Jurnal Ilmiah Manajemen, (Online), 2, 121-127, (publikasi.mercubuana.ac.id) Diakses 11 Desember 2019.
- Van Home, James C dan John M. Wachowicz. 2013. Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan. Jakarta: Salempa Empat.
- Widyarto, A. 2012. Peran Supply Chain Management Dalam Sistem Produksi Dan Operasi Perusahaan. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol 16, Nomor 2, 91-98.
- Zaroni. 2017. Logistics & Supply Chain: Konsep Dasar-Logistik Kontemporer. Jakarta. Prasetya Mulya Publishing

ID25801

**PENGEMBANGAN PEMASARAN AYAM POTONG
KEMASAN DI KELURAHAN PUNGGALUKU KECAMATAN
LAEYA KABUPATEN KONawe SELATAN KOTA KENDARI**

Silvia Idris
Universitas Hasanuddin Makassar
silviaidris96@gmail.com

ABSTRACT

The researcher conducted an innovation on the Cahaya Soppeng chicken products to increase competitiveness and meet market demands. The study used the R&D method, consisting of idea generation, idea screening, concept development and testing, marketing strategy development, business analysis, product development, market testing, and commercialization. The study focused on developing packaged chicken marketing and innovation that is affordable to the community in Punggaluku Village, Konawe Selatan Regency. Several panelists were used as data sources, and a questionnaire was used for data analysis. The feasibility test showed that the average values for chicken quality, packaging, price, and customer satisfaction were 3.92, 3.88,

3.64, and 3.92, respectively. The product innovation, which involved developing a practical packaging, increased sales. In four weeks in June 2020, 440 packaged chickens were sold, generating a revenue of Rp 13,600,000 in Punggaluku Village, Laeya District, Konawe Selatan Regency, Kendari City.

Keywords: Development, marketing of packaged chicken, Cahaya Soppeng

ABSTRAK

Peneliti melakukan inovasi pada produk ayam potong Cahaya Soppeng untuk meningkatkan daya saing dan memenuhi permintaan pasar. Penelitian menggunakan metode R&D, yang meliputi tahap idea generation, idea screening, concept development and testing, marketing strategy development, business analysis, product development, market testing, dan commercialization. Fokus penelitian adalah pengembangan pemasaran ayam potong kemasan dan inovasi yang terjangkau oleh masyarakat di Kelurahan Punggaluku, Kabupaten Konawe Selatan. Penelitian menggunakan beberapa panelis sebagai sumber data dan borang lembar penilaian/kuesioner untuk analisis data. Hasil uji kelayakan menunjukkan nilai rata-rata kualitas daging ayam 3.92, kemasan 3.88, harga 3.64, dan kepuasan konsumen 3.92. Inovasi pengembangan produk menjadi kemasan praktis meningkatkan penjualan sehingga dalam 4 minggu pada Juni 2020, penjualan mencapai 440 pcs ayam potong kemasan dengan pendapatan Rp 13.600.000 di Kelurahan Punggaluku, Kecamatan Laeya, Kabupaten Konawe Selatan, Kota Kendari.

Kata Kunci: Pengembangan, pemasaran ayam potong Kemasan, Cahaya Soppeng

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini harus terus berinovasi dengan meningkatkan sumber daya manusia. Peternakan menjadi bagian dari pembangunan keseluruhan yang bertujuan untuk menyediakan pangan hewani yang berupa daging, susu serta telur yang bernilai gizi tinggi, meningkatkan pendapatan peternak serta menambah devisa dan memperluas kesempatan kerja. Hal inilah yang mendorong pembangunan sektor peternakan sehingga pada masa yang akan datang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata dalam pembangunan perekonomian bangsa (Saragih, 2000).

Pengembangan peternakan diarahkan untuk mewujudkan kondisi peternakan yang maju, efisien dan tangguh yang dicirikan oleh kemampuannya menyesuaikan pola dan struktur produksi dengan permintaan pasar serta kemampuannya terhadap pembangunan wilayah, kesempatan kerja, pendapatan, perbaikan taraf hidup, perbaikan lingkungan hidup serta berperan dalam pertumbuhan ekonomi (Dinas Peternakan Jawa Tengah, 2001).

Penelitian relevan yang mengkaji tentang pengembangan usaha ayam potong pernah dilakukan oleh Harnanto (2005) yang berjudul "usaha pemasaran ayam broiler di UD Bambang Banyudono Boyolali, Surakarta". Juga dari penelitian Juliana R (2017) yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Peternak Ayam broiler (Studi Kasus Peternak ayam broiler Tanjung Morawa)" dengan kesimpulan bahwa usaha peternakan ayam broiler dapat memberikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan, dan terbukanya kesempatan kerja, prospek pengembangan usaha ayam broiler menjanjikan, Usaha yang sejenis di Kecamatan Tanjung Morawa, dapat memberikan peluang bagi pengusaha agar dapat lebih mengembangkan usahanya dalam

variasi produk maupun dalam kualitas produk.

Menurut studi Kantar World panel Indonesia pada tahun 2013, penggemar makanan kemasan beku seperti ayam kemasan, nugget, sosis, kentang siap goreng, bakso, dan lain-lain terus meningkat. Data ini didukung oleh naiknya jumlah pembeli yang mencapai 63 persen dari total rumah tangga urban di Indonesia, angka ini naik 8 poin dibandingkan dengan tahun 2012. Naiknya jumlah pembeli juga didukung oleh meningkatnya pengeluaran per rumah tangga sebesar 28 persen untuk kategori produk makanan kemasan beku, dari Rp. 100.000 setahun menjadi Rp. 128.000. (Rukmiasih, 2013).

Usaha ayam potong merupakan salah satu jenis usaha yang sangat potensial dikembangkan. Hal ini tidak terlepas dari berbagai keunggulan yang dimilikinya antara lain masa produksi yang relatif pendek kurang lebih 32-35 hari, produktivitasnya tinggi, harga yang relatif murah, dan permintaan yang semakin meningkat (Kurniati, 2014). Ayam potong merupakan jenis hewan ternak kelompok unggas yang tersedia sebagai sumber makanan, terutama sebagai penyedia protein hewani. Menurut Srigandono (2010) keunggulan ayam broiler adalah siklus produksi yang singkat yaitu dalam waktu 4-6 minggu ayam broiler sudah dapat dipanen dengan bobot badan 1,5-1,56 kg/ekor. Perusahaan memberikan strain yang baik agar ayam mendapatkan hasil dan kualitas yang baik, perusahaan juga harus memilah milih dalam memilih bibit dan pakan.

Menurut Widjaja (2003) mengatakan bahwa bisnis ayam potong atau ayam pedaging relatif lebih menarik dibandingkan bisnis ayam petelur. Daya alih pakan menjadi telur sangat rendah. Oleh karena itu, ayam potong lebih cocok atau menguntungkan bila dternakkan sebagai penghasil daging. Hal ini dikarenakan dengan pakan yang hemat mampu mengubahnya menjadi produk daging dengan sangat cepat (Samadi, 2010). Dengan waktu pemeliharaan yang relatif singkat dan menguntungkan, maka banyak peternak baru serta peternak musiman yang bermunculan diberbagai wilayah Indonesia (Rasyaf, 2006).

Menurut Yunus (2007), peluang investasi agribisnis ayam potong memiliki prospek yang cukup cerah untuk masa yang akan datang. Pengembangan usaha ternak sangat bergantung pada akses terhadap berbagai sumber daya. Sumber daya tersebut diantaranya yaitu sumber daya finansial, sumber daya teknologi, sumber daya fisik, sumber daya ekonomi, sumber daya lingkungan, dan sumber daya sosial (Syukur, 2014). Dengan semakin besarnya akses terhadap sumber daya maka semakin tinggi peluang untuk melakukan pengembangan usaha ternak (Yudiarini, 2014). Ayam potong Cahaya Soppeng di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan mempunyai potensi untuk lebih berkembang lagi di bidang pasar tradisional maupun pasar modern dengan kemasan yang lebih simpel, praktis, aman dan murah sehingga dapat di jangkau untuk semua kalangan. Terlihat dari kebutuhan masyarakat untuk daging ayam contohnya ayam potong sangat meningkat karena bertambahnya penduduk serta banyaknya Rumah Makan yang memungkinkan untuk setiap harinya bisa membeli ayam potong, dengan pengembangan produk dari ayam potong ini masyarakat dan pemerintah setempat akan sangat mendukung karena terpenuhinya daging ayam yang bisa di beli dengan murah serta dengan cara yang mudah (Anggrod, 2002).

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengembangan Pemasaran Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng di Kelurahan Punggaluku Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan.

Tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah: 1). Untuk Mengetahui Pengembangan Pemasaran Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng. 2). Peneliti ingin adanya inovasi pada produk ayam potong yang dapat bersaing di pasaran serta mengikuti permintaan pasar.

2.METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian pengembangan R&D (Research & Development). Yang terdiri dari 1). Idea generation, 2). Idea sreening, 3). Concept Development and testing, 4). Marketing strategy development, 5). Business analysis, 6). Product Development, 7). Market testing, 8).Comersialization. Subjek Pengujian produk pada penelitian ini terdiri dari : ahli bidang peternakan,ahli bidang kemasan, BPOM, dan konsumen ayam potong kemasan Cahaya Soppeng yang terdiri dari 25 orang. Peneliti menggunakan beberapa panelis sebagai sumber data. Penelitian dilakukan di Desa Lerepako Kelurahan Punggaluku Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan.

Metode analisis data yang digunakan yakni dengan borang lembar penilaian/kuesioner sebagai acuan penilaian produk. Analisis Data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif, kualitatif, dan kuantitatif. Deskriptif, kualitatif, atau uji penerimaan, dihitung dengan penilaian terhadap kualitas daging ayam, kemasan, harga produk, dan kepuasan konsumen. Sedangkan secara kuantitatif diukur dari hasil penerimaan 25 panelis terhadap produk yang diterima maupun produk yang tidak diterima.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Hasil penelitian pendapatan yang diperoleh dari pengembangan pemasaran ayam potong kemasan cahaya soppeng dalam sekali produksi ,menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 1.700.000/produksi. Berikut ini tabel pendapatan ayam potong kemasan Cahaya Soppeng periode bulan Juni 2020 :

Tabel 1. Pendapatan pengembangan Pemasaran Ayam potong kemasan Cahaya Soppeng

NO	Nama Produk	Q (Quantitas) Jumlah	P (Price) Harga	Total (Px Q)
1	ayam potong Kemasan : Kemasan Dada (<i>Chicken Brest</i>)	24 bungkus	Rp. 35.000	Rp. 840.000
2	Kemasan Paha (<i>Chicken Thigh</i>)	16 Bungkus	Rp. 35.000	Rp.560.000
3	Kemasan Ceker (<i>chicken Wings</i>)	10 Bungkus	Rp.25.000	Rp.250.000

4	Kemasan Ceker	5 Bungkus	Rp. 10.000	Rp.50.000
TOTAL Rp. 1.700.000				

Tabel 2. Pendapatan Pengembangan Pemasaran Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng

No	Jenis Produk	Harga / Kemasan	Jumlah Produksi /Bulan	Jumlah Penerimaan
1	Kemasan Dada	Rp 35.000	192 Bks	Rp 6.720.000
2	Kemasan Paha	Rp 35.000	128 Bks	Rp 4.480.000
3	Kemasan Sayap	Rp 25.000	80 Bks	Rp 2.000.000
4	Ceker	Rp 10.000	40 Bks	Rp 400.000
TOTAL			440 Bks	Rp 13.600.000

Tabel diatas menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh pada usaha pengembangan ayam potong kemasan cahaya soppeng jika dilihat dalam waktu produksi sebesar Rp. 1.700.000 dengan penjualan sebanyak 55 bungkus. Jika dilihat dalam produksi bulanan jumlah penerimaan yang diperoleh sebesar Rp 13.600.000. Dalam sekali produksi jumlah ayam potong kemasan Cahaya Soppeng sebesar 55 bungkus, dalam 1 bulan produksi dilakukan sebanyak 8 kali, sehingga jumlah total produksi ayam potong kemasan cahaya soppeng sebesar 440 bungkus, terdiri dari Kemasan Dada 192 bungkus, Kemasan Paha 128 bungkus, kemasan Sayap 80 bungkus dan kemasan ceker 40 bungkus. Jika melihat dari tabel diatas dalam perbulan Pendapatan yang diperoleh dari Kemasan Dada sebesar Rp 6.720.000, Kemasan Paha Rp 4.480.000, Kemasan Sayap Rp 2.000.000, dan Kemasan Ceker Rp 400.000. Total Penerimaan yang diperoleh dalam 1 bulan dengan 8 kali produksi sebesar Rp 13.600.000 .

Dari hasil pendapatan dan harga jual pengembangan pemasaran ayam potong kemasan cahaya soppeng di Desa Lerepako, Kelurahan Punggaluku Kabupaten Konawe Selatan. Pada waktu produksi 1-8 pada bulan Juni 2020 sebesar Rp.13.600.000 dengan rincian Rp. 1.700.000 tiap produksinya. Sehingga dengan modal pada tabel diatas Rp7.548.000 dalam kurun waktu bulan Juni, laba bersih dari usaha pengembangan ayam potong kemasan Cahaya Soppeng sebesar Rp. 6.051.400. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Pengembangan Ayam Potong kemasan Cahaya Soppeng sangat menguntungkan untuk dijadikan usaha, dan lebih tepatnya meningkatkan pendapatan pemilik.

Tabel 3. Hasil Rata-Rata uji Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng Oleh Panelis.

No	Karakteristik	Rata-Rata	Keterangan
1.	Kualitas Ayam	3.92	Disukai
2.	Kemasan	3.88	Disukai
3.	Harga	3.64	Disukai
4.	Kepuasan	3.92	Disukai

Berdasarkan uji kesukaan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa untuk kualitas ayam nilai rata-rata 3.92, Kemasan rata-rata 3.88, Harga rata-rata 3.64 dan Kepuasan Konsumen rata-rata 3.92. Selain telah melakukan uji kesukaan kepada panelis peneliti juga telah melakukan uji BPOM terhadap Kandungan Kimia Fisika, dari hasil uji BPOM dapat diketahui bahwa Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng Negatif mengandung Kandungan Kimia Fisika (Formalin).

4. PEMBAHASAN

Pada awalnya usaha ayam potong Cahaya Soppeng tidak terlalu diketahui oleh masyarakat, setelah beberapa tahun berjalan permintaan pasar semakin tinggi disebabkan kepercayaan konsumen mulai muncul kepada usaha ayam Potong Cahaya Soppeng yang terjamin kualitas dagingnya, Usaha ayam potong mengalami peningkatan sejak 2012 hingga sekarang. Pemasaran ayam potong tersebut dilakukan di wilayah Kabupaten Konawe Selatan sampai dengan Kabupaten Muna. Seiring berjalannya waktu penjual ayam potong sudah banyak bermunculan dengan sistem pemasaran yang sejenis. Mulai dari sinilah usaha ternak ayam potong Cahaya Soppeng milik bapak Idris harus terus di tingkatkan, sehingga beliau berinisiatif melakukan strategi dalam rangka mempertahankan usahanya, di tengah-tengah persaingan yang terjadi beliau mengharapkan adanya inovasi produk yang bisa menarik ketertarikan masyarakat untuk membeli produk dengan cara mudah dan terjangkau.

Dalam upaya mengikuti permintaan pasar dan bersaing di pasar tradisional maupun modern sebuah strategi diperlukan oleh perusahaan dalam rangka mewujudkan tujuan inti perusahaan sesuai dengan posisi atau keadaan di masa itu, akan tetapi yang paling utama adalah dimana perusahaan mengharapkan bahwa produk dapat diterima oleh konsumen sehingga menambah tingkat penjualan. Pengembangan produk ayam potong Kemasan dilakukan untuk memenuhi keinginan konsumen yang sering berubah-ubah, mencegah agar konsumen tidak bosan dengan produk yang ditawarkan, sehingga peneliti dan pemilik mengharapkan agar penjualan ayam potong semakin meningkat dengan pengembangan melalui pemasaran ayam potong kemasan.

Tahap pengembangan produk yang diterapkan adalah mulai dari adanya ide kemudian melihat situasi pasar produk apa yang diinginkan konsumen, setelah itu produk akan dibuat dan dikenalkan jika produk mendapat respon baik maka produk akan dilanjutkan produksinya dan sebaliknya jika produk mendapat respon rendah maka produk tersebut akan dihentikan proses produksinya. Pengembangan produk yang dilakukan adalah dengan cara inovasi pemasaran yakni pada kemasan, membuat produk yang berada dalam kemasan terdiri dari beberapa macam kelompok bagian pada ayam potong, seperti dada ayam, paha ayam, sayap ayam, dan ceker ayam yang tervakum di dalam kemasan yang telah di berikan merk. Produk yang dikembangkan terdiri dari Chicken Breast (Dada Ayam), Chicken Thigh (Paha Ayam), Chicken Wings (Sayap Ayam), Kemasan Ceker. Pada proses pembuatan produk menggunakan metode yang di buat oleh Philip Kotler yang dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

Tabel 4. Ide dan acuan Pengembangan Ayam Potong kemasan

Sebelum Pengembangan		Sesudah Pengembangan	
Ayam yang di pasarkan dijual secara utuh dengan kantong kresek biasa		Ayam potong telah dikemas dengan kemasan yang telah di vakum dan telah di potong-potong	
Ayam yang dipasarkan yang telah di potong-potong		Ayam potong yang telah dilakukan pengembangan dan dipasarkan.	

Meningkatkannya persaingan

pasar maka usaha ayam potong kemasan Cahaya Soppeng melakukan inovasi baik dari segi kualitas maupun tampilan design produk yg mereka gunakan. Pada tahap ini mulai dilakukan percobaan dengan merubah kantong kresek plastik dengan mendiversifikasikan kemasan plastik vacum bag untuk kemasan ayam potong, sehingga diperoleh formula terpilih pada tahapan design karena dilakukan dengan cara mengganti kantong kresek plastik dengan kemasan plastik vacum bag untuk ayam potong. Sehingga di dapat rancangan produk sebagai berikut :

Tabel.5. Rancangan produk

Sebelum	 Plastik/kresek penyimpanan untuk ayam potong	 Banner sebagai media pemasaran untuk penjualan ayam potong
Diversifikasi	 Plastik Vacum Bag Penyimpanan ayam potong	 Sticker Vinyl Transparan media pamaran

		sekaligus label untuk penjualan ayam potong
--	--	---

Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng dalam 1 kali produksi menghasilkan 55 bungkus kemasan yang terdiri dari bagian ayam potong yang berbeda yakni Kemasan Dada (Chicken Breast) 24 bungkus, Kemasan Paha (Chicken Thigh) 16 bungkus, Kemasan Sayap (Chicken Wings) 10 bungkus dan Kemasan Ceker 5 bungkus. Dalam 1 ekor ayam potong Kemasan Dada terdiri dari 6 potongan yang dalam sekali produksi dipotong 20 ekor, dalam satu kemasan dada terdiri dari 5 potong dada ayam, sehingga 6 potong dada ayam X 20 ekor ayam = 120 Potong dada ayam yang dibagi dalam setiap kemasan 5 potong, sehingga total kemasan dada 24 bungkus. Begitu pula dengan 1 ekor ayam potong, Bagian Paha terdiri dari 4 potongan yang dalam sekali produksi dipotong 20 ekor, dalam satu kemasan dada terdiri dari 5 potong paha ayam, sehingga 4 potong paha ayam X 20 ekor ayam = 80 Potong paha ayam yang dibagi dalam setiap kemasan 5 potong, sehingga total kemasan paha 16 bungkus. Dalam 1 ekor ayam potong, sayap terdiri dari 2 potongan yang dalam sekali produksi dipotong 20 ekor, dalam satu kemasan sayap terdiri dari 5 potong sayap ayam, sehingga 2 potong sayap ayam X 20 ekor ayam = 40 Potong sayap ayam yang dibagi dalam setiap kemasan 4 potong, sehingga total kemasan sayap 10 bungkus.

Penjualan diluar kemasan juga dilakukan oleh Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng, Penjualan diluar kemasan pada bagian-bagian tertentu pada ayam yaitu hati, ampla, leher, kepala, usus dan bulu ayam, setiap produksi bagian-bagian tersebut juga akan ikut di beli oleh konsumen walaupun tanpa kemasan. Dan jumlah penerimaan dari bagian-bagian ayam potong ini yakni berjumlah Rp 225.000 .

5. KESIMPULAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu: 1) uji kelayakan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa untuk kualitas daging ayam nilai rata-rata 3.92, Kemasan, rata-rata 3.88, harga rata-rata 3.64 dan kepuasan konsumen rata-rata 3.92. 2). Adanya inovasi pengembangan produk menjadi kemasan yang praktis telah menambah angka penjualan ayam potong cahaya soppeng. 3). Laba bersih dari hasil pengembangan Pemasaran ayam potong kemasan cahaya soppeng selama periode Juli 2020 adalah sebesar Rp 6.051.400.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini ada pun saran yang dapat di simpulkan yaitu : Jika ingin ayam potong Kemasan lebih tahan lama dan tetap terjamin kualitas dari daging ayam itu sendiri, simpan ayam potong kemasan di dalam *freezer* dengan suhu 12° - 18° C.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrodi, R. (2002). *ilmu makanan ternak umum*. jakarta: PT Gramedia.
- Dinas Peternakan Provinsi, J. (2001). *Kebijakan pengembangan peternakan itik di Jawa Tengah*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kurniati, R., A. Polana., S. Alam., & E. Parwanto. 2014. *Sukses Beternak Ayam Broiler* Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Rasyaf, M. 2006. *Beternak Ayam Broiler (pedaging)*. Cetakan Ke-11. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rukmiasih, M. S. 2013. *Meningkatkan Produksi Daging*. Penebar Swadaya,
- Samadi. 2010. *Sukses beternak Ayam ras petelur dan pedaging*. Pustaka Mina. Yogyakarta
- Saragih, B. 2000. *Agribisnis Berbasis Peternakan*. Pustaka Wirausaha Muda. Bogor.
- Srigandono, B. 2010. *Produksi Unggas Air*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Syukur, S. H., Z. Fanani, B.A. Nugroho, & M. Antara. 2014. *Empowerment of livestock farmer through graduate program to build to village on dynamics of beef cattle farmers groups level of gaduhan model*. Journal of Natural Science Research 4:107-112.
- Widjaja 2003. *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius.
- Yudiartini, A. 2014. *Manajemen Ternak Unggas*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Yunus, K., 2007. *Prospek Pengembangan Usaha Peternakan Pola Integrasi*. Sains Peternakan 5(2):26-33. Jakarta

ID25817

PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PT. BANK TABUNGAN PENSIUNAN NASIONAL (BTPN) TBK

Windia Amalia

windiamalia10@gmail.com

Abstract

The Effect of Work Environment on Employee Job Satisfaction at PT. National Pension Savings Bank Tbk. Makassar Branch. This study aims to determine the effect of the work environment on employee job satisfaction at PT. National Pension Savings Bank Tbk. Makassar branch. The population in this study were all permanent employees, amounting to 85 people. The number of samples used was 85 people by using saturated sample theory. Data collection is done by using the method of description and questionnaire distribution. The data analysis technique used is simple linear regression analysis using Statistical Product And Service Solution (SPSS). The results of this study indicate that the work environment variable has a positive and significant