

**ANALISIS FINANSIAL DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PERDAGANGAN TELUR
ECERAN: STUDI KASUS DI PASAR TRADISIONAL KOTA BANDAR LAMPUNG**

*(Analysis of Financial and Development Strategy of Egg Retail on Trade Businesses:
Study Case in Traditional Market in Bandar Lampung City)*

Tri Yunita Sari, Agus Hudoyo, Adia Nugraha

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung 35141, Telp. 082306868191, e-mail: triyunitasari07@gmail.com

ABSTRACT

Since the beginning of 2000's, the modern markets, supermarkets and minimarkets, have been growing rapidly in Bandar Lampung. They have been being the competitors for the traditional markets that sell agricultural commodities, such as egg. The question is whether they are profitable and whether the egg retailers in the traditional markets can compete with the modern markets in Bandar Lampung. This study tries to answer these questions by using the financial and the SWOT analyses. All 44 egg retailers in the traditional markets, Bandar Lampung are the respondents in this study. Based on the financial analysis the rate of return of the egg retail business is 8.74% per month. The result of SWOT analysis showed that the egg retail trade businesses in traditional market at quadrant I. This case showed that egg retail trade in traditional market were profitable and located on the growing areas. The top strategy utilized the long enough experience trading to build relationships with suppliers and that supply of fulfilled will continue available.

Key words: egg, rate of return, retail trade, SWOT analysis

PENDAHULUAN

Pasar eceran merupakan pusat perdagangan dimana pedagang menjual barang dagangannya dalam jumlah kecil kepada konsumen secara langsung. Pasar eceran dapat berupa pasar tradisional dan pasar modern (Hasyim 2012). Pertumbuhan pasar tradisional di Indonesia selama periode 2007-2012 adalah sebesar 8,12 persen, sedangkan pertumbuhan pasar modern mencapai 31,40 persen (Kementerian Perdagangan 2014). Pertumbuhan pasar modern yang pesat ini terjadi di seluruh wilayah Indonesia, termasuk di Kota Bandar Lampung.

Pertumbuhan pasar modern di Bandar Lampung lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan pasar tradisional. Tahun 2012, di Bandar Lampung tercatat 10 pasar modern skala besar (supermarket) dan 159 minimarket (BPS Kota Bandar Lampung 2013). Pasar tradisional di Bandar Lampung hanya berjumlah 12 pasar (Diskoperindag Kota Bandar Lampung 2013). Berdasarkan data tersebut, pasar modern dapat menjadi pesaing bagi pasar tradisional di Kota Bandar Lampung.

Pengelolaan yang profesional dan fasilitas yang lengkap menjadi kelebihan dari pasar modern. Selain itu, kondisi pasar yang bersih dan rapi

memberi kenyamanan bagi para pengunjung. Sebaliknya, kondisi di pasar tradisional tidak semewah dan nyaman pasar modern. Hal ini menyebabkan pasar modern menjadi alternatif tempat belanja yang lebih menarik dibandingkan dengan pasar tradisional.

Kelebihan pasar modern lainnya adalah barang-barang yang dijual di pasar modern lebih bervariasi dibandingkan dengan pasar tradisional. Komoditas pangan pun menjadi salah satu barang yang diperdagangkan di pasar modern. Telur yang merupakan salah satu komoditas pangan juga diperdagangkan pada pasar tradisional dan pasar modern.

Beberapa telur yang dijual di pasar modern dikemas dengan kemasan yang baik, sehingga menarik konsumen untuk membelinya. Pada kemasan telur dicantumkan tanggal kadaluarsa. Selain itu, telur yang dijual di pasar modern dilakukan *grading* menurut ukuran yang dapat memudahkan konsumen untuk memilih ukuran telur yang diinginkan. Harga telur di pasar modern lebih tinggi dibandingkan dengan pasar tradisional karena adanya pengemasan dan *grading*. Jika ditinjau dari segi harga saja kemungkinan konsumen akan lebih memilih

membeli telur di pasar tradisional dibandingkan membeli telur di pasar modern.

Namun demikian, berbagai kelebihan pasar modern dalam penjualan telur memungkinkan jumlah pembeli yang lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pembeli di pasar tradisional. Hal ini dapat mengakibatkan usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional tidak menguntungkan lagi. Dengan kata lain, apakah perdagangan telur eceran di pasar tradisional Bandar Lampung masih memiliki prospek.

Berdasarkan uraian tersebut, perlu adanya kajian mengenai finansial dan strategi pengembangan perdagangan telur eceran. Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui kondisi finansial usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional, Kota Bandar Lampung, dan (2) mengetahui strategi pengembangan usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional, Kota Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di dua belas pasar tradisional Kota Bandar Lampung, yaitu Pasar Gudang Lelang, Pasar Kangkung (Mambo), Pasar Pasir Gintung, Pasar Cimeng, Pasar Way Kandis, Pasar Panjang, Pasar Induk (Tamin), Pasar Tugu, Pasar Way Halim, Pasar Bawah, Pasar Smp, dan Pasar Kemiling. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kota Bandar Lampung merupakan pusat perekonomian, pemerintahan, dan perdagangan di Provinsi Lampung. Dua belas pasar tradisional dipilih berdasarkan data pasar tradisional yang tercatat pada Diskoperindag Kota Bandar Lampung tahun 2013.

Responden dalam penelitian ini adalah pedagang eceran yang khusus menjual telur. Penelitian ini merupakan penelitian populasi dengan metode sensus (Arikunto 2002). Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 44 responden yang merupakan pedagang telur eceran di pasar tradisional Bandar Lampung. Waktu penelitian dilakukan pada April 2014 hingga Maret 2015.

Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan dari responden melalui wawancara dan pengamatan langsung. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner). Selain itu, untuk menambah informasi dilakukan juga wawancara terhadap pembeli dan pemasok telur. Metode analisis yang digunakan

untuk mengetahui kondisi finansial usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional, Kota Bandar Lampung yaitu metode analisis finansial yang terdiri dari analisis harga pokok penjualan (HPP), laba bersih, dan *Rate of Return* (Jusup 2005):

$$\text{HPP} = \text{Persediaan Awal} + \text{Pembelian} - \text{Persediaan Akhir} \dots\dots\dots (1)$$

$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan} \dots\dots (2)$$

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Biaya Operasional} \dots\dots\dots (3)$$

$$\text{Rate of Return} = (\text{Laba bersih} / \text{Modal}) \times 100\% \dots\dots\dots (4)$$

Tujuan kedua dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional Kota Bandar Lampung. Strategi pengembangan usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional Bandar Lampung dianalisis dengan metode *Strength Weakness Opportunity Threat* (SWOT). Analisis SWOT dilakukan dengan kuesioner berisi:

1. Atribut pada tiap faktor:
 - a. kekuatan: lokasi toko, modal sendiri, pengetahuan kualitas telur, dan pengalaman
 - b. kelemahan: manajemen usaha, manajemen pembukuan, dan perluasan usaha
 - c. Peluang: ketersediaan pasokan, permintaan pasar, kesetiaan pelanggan, proses tawar, dan kebijakan pengelola pasar.
 - d. Ancaman: harga pasokan, persaingan antar-pedagang di pasar tradisional, persaingan dengan pasar modern, kenyamanan pasar, dan keamanan pasar.
2. Skor pada tiap atribut:
 - a. Skor kekuatan dan peluang: 1, 2, ..., 5 (skala likert): 1 = tidak baik; 2 = kurang baik; 3 = cukup baik; 4 = baik; 5 = sangat baik.
 - b. Skor kelemahan dan ancaman: 1, 2, ..., 5 (skala likert): 1 = sangat tidak berat; 2 = tidak berat; 3 = cukup berat; 4 = berat; 5 = sangat berat.

Selain skor, kuesioner juga berisi bobot tiap faktor dengan ketentuan jumlah keseluruhan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) adalah 100%. Hal yang sama juga untuk faktor eksternal (peluang dan ancaman). Bobot diperoleh dari penilaian responden secara langsung mengenai tingkat kepentingan setiap atribut masing-masing faktor. Bobot dinilai dengan skoring sangat penting hingga tidak sangat penting (5-1), kemudian hasil skoring dipersentasekan.

Skor awal tiap atribut dikalikan dengan bobot. Langkah selanjutnya adalah menghitung skor

terbobot faktor internal dan faktor eksternal dengan persamaan sebagai berikut:

Faktor internal = kekuatan – kelemahan (5)

Faktor eksternal = peluang – ancaman (6)

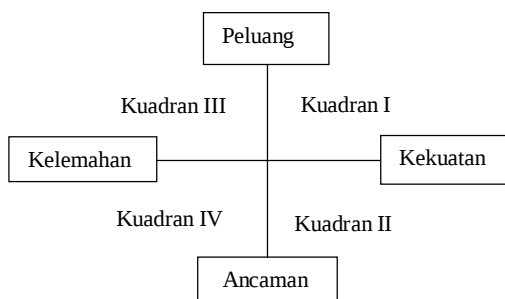
Nilai faktor internal dan nilai faktor eksternal selanjutnya diplotkan pada diagram SWOT. Nilai faktor internal digunakan untuk menggambarkan sumbu horizontal, sedangkan nilai faktor eksternal digunakan untuk menggambarkan sumbu vertikal. Diagram analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang diperlukan untuk suatu usaha. Arti masing-masing kuadran pada Gambar 1 (Rangkuti 2006; Muhammad 2008):

Kuadran I, posisi ini menunjukkan suatu usaha yang menguntungkan. Strategi yang diterapkan adalah agresif, sesuai dengan kekuatan usaha yang dimiliki dan besarnya peluang yang masih tersedia.

Kuadran II, posisi ini menunjukkan sebuah usaha yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Strategi yang diterapkan adalah diversifikasi, melakukan sesuatu yang baru dengan keunggulan yang dimiliki untuk memasuki pasar baru dengan produk baru atau lama.

Kuadran III, posisi ini menandakan usaha yang lemah namun sangat berpeluang. Sebuah usaha tersebut harus dapat memanfaatkan peluang dengan mempertahankan penguasaan pasar yang dimiliki untuk meminimalkan kelemahan.

Kuadran IV, posisi ini menunjukkan usaha berada pada kondisi yang merugikan. Usaha harus memperbaiki strategi atau bahkan berhenti. Strategi penyelamatan sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan usaha.



Gambar 1. Diagram analisis SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Finansial Usaha Perdagangan Telur Eceran di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung

Analisis finansial meliputi analisis harga pokok penjualan, laba bersih penjualan, dan *Rate of Return*. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 24 responden menjual telur ayam ras dan 20 responden menjual seluruh jenis telur, yakni telur ayam ras, telur itik, telur ayam kampung, dan telur puyuh. Jenis telur yang dianalisis adalah telur ayam ras dan telur itik, sedangkan telur lainnya tidak dianalisis lebih lanjut.

Perhitungan harga pokok penjualan melibatkan perhitungan persediaan dan pembelian. Persediaan awal bernilai nol karena diasumsikan bahwa seluruh pasokan adalah hasil pembelian dan tidak ada barang sisa periode sebelumnya. Pembelian didasarkan pada nilai beli dan beban pembelian. Persediaan akhir dihitung berdasarkan metode FIFO yaitu barang yang masuk awal dijual pada saat itu juga. Penggunaan metode ini dikarenakan komoditas telur merupakan barang yang mudah rusak.

Harga pokok telur ayam ras sebesar Rp66,33 juta untuk penjualan 5.095 kilogram telur ayam ras, sehingga harga pokok penjualan telur ayam ras sebesar Rp13.019,00/kg. Rata-rata harga jual pada bulan pengambilan data (April 2014) adalah Rp13.910,00/kg, sehingga selisih antara harga jual dan harga pokok penjualan telur ayam ras per kilogram hanya sebesar Rp891,00/kg.

Hasil harga pokok penjualan telur itik lebih tinggi dibandingkan harga pokok telur ayam ras. Harga pokok penjualan telur itik untuk penjualan 581 kg adalah sebesar Rp15,85 juta, maka harga pokok penjualan telur itik diperoleh angka sebesar Rp27.277,00/kg. Harga jual telur itik yaitu Rp36.366,00/kg, sehingga selisih harga pokok penjualan dan harga jual sebesar Rp9.089,00/kg. Meskipun demikian, penjualan telur ayam ras lebih banyak dibandingkan telur itik. Hal ini karena konsumen dan pasokan telur ayam ras lebih banyak dibandingkan telur itik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alfikri (2012) dimana harga jual melebihi harga pokok penjualan. Penelitian mengenai pengembangan usaha ternak itik hibrida di Kabupaten Jombang ini menggunakan analisis harga pokok penjualan dengan membagi total

biaya dengan jumlah komoditas yang dihasilkan. Penelitian Hasibuan (2010), mengenai pengaruh metode persediaan terhadap laba yang diperoleh PT Ramayana Lestari Sentosa menggunakan perhitungan harga pokok penjualan yang sama, namun pada perhitungan persediaan akhir penelitian tersebut menggunakan metode LIFO sedangkan penelitian ini menggunakan metode FIFO. Hal tersebut karena komoditi yang diteliti berbeda.

Setelah harga pokok penjualan diperhitungkan, selanjutnya adalah memperhitungkan laba penjualan dari telur ayam ras dan telur itik. Merujuk pada rata-rata harga pokok penjualan (HPP) dan laba penjualan telur ayam ras dan telur itik, diketahui bahwa laba bersih telur ayam ras sebesar Rp2,68 juta untuk 581 kilogram telur itik, sehingga laba bersih adalah Rp524,00/kg. Laba bersih sebesar Rp2,67 juta dan total biaya sebesar Rp68,33 juta, sehingga nilai *Rate of Return* dari penjualan telur ayam ras sebesar 4% per bulan. Laba penjualan telur ayam ras lebih rendah dibandingkan dengan laba penjualan telur itik. Laba bersih untuk 581 kg telur itik sebesar Rp4,70 juta. Laba bersih untuk telur itik sebesar Rp8.093,00/kg.

Nilai *Rate of Return* telur itik sebesar 29 persen per bulan. Meskipun nilai *Rate of Return* dan laba bersih dari telur itik lebih besar dibandingkan telur ayam ras, namun share penjualan telur ayam ras lebih besar dibandingkan telur itik. Share penjualan telur ayam ras sebesar 87 persen dan telur itik sebesar 10 persen, sisanya yaitu 3 persen merupakan share penjualan dari jenis telur lainnya, yakni telur puyuh dan telur ayam kampung.

Tabel 1. Rata-rata harga pokok penjualan (HPP) dan laba penjualan telur ayam ras dan telur itik (juta rupiah/bulan)

Keterangan	Telur Ayam Ras	Telur Itik
a. Penjualan	70,89	20,96
– Pembelian	64,76	15,57
– Beban pembelian	1,7	0,41
– Total pembelian (d=b+c)	66,45	15,98
– Persediaan akhir	0,20	0,14
b. HPP (f=d-e)	66,33*	15,85**
c. Laba kotor (g=a-f)	4,56	5,12
d. Biaya operasional	1,88	4,14
e. Laba Bersih (i=g-h)	2,68*	4,70**

Keterangan:

* penjualan 5.095 kg telur ayam ras

**penjualan 581 kg telur itik

Keuntungan Usaha Perdagangan Telur Eceran

Usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional Bandar Lampung masih memiliki prospek. Hal ini terlihat dari keuntungan yang didapat dari penjualan seluruh telur dalam satu bulan yaitu Rp7,38 juta. Perhitungan tersebut berdasarkan penerimaan dikurangi biaya total. Dengan penerimaan sebesar Rp91,86 juta dan total biaya sebesar Rp84,48 juta. Nilai dari *Rate of Return* usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional adalah 8,74% per bulan. Nilai *Rate of Return* usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat suku bunga tabungan tahun 2014, artinya usaha ini masih menguntungkan.

Strategi Pengembangan Usaha Perdagangan Telur Eceran di Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung

Faktor Internal

Berdasarkan pada skor terbobot faktor kekuatan dan faktor kelemahan, diketahui bahwa faktor kekuatan memiliki skor terbobot lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan. Pengalaman berdagang merupakan faktor kekuatan dengan skor tertinggi. Waktu responden dalam berbisnis telur di pasar tradisional sudah 10 hingga 20 tahun lamanya. Pengalaman berdagang telur yang lama memudahkan pedagang dalam menjalin hubungan dengan pemasok dan pelanggan. Pengalaman dalam berbisnis telur menyebabkan pengetahuan responden mengenai kualitas telur semakin baik. Responden dapat mengetahui kualitas telur dengan cara tradisional. Lokasi toko yang strategis menurut para responden adalah lokasi yang mudah dijangkau para konsumen dan tidak berdekatan dengan pedagang komoditas sejenis. Umumnya lokasi toko para responden saat ini dapat dikatakan strategis. Modal yang responden gunakan untuk usaha ini berasal dari modal sendiri. Responden mampu memodali usahanya dari awal hingga saat ini tanpa adanya modal dari luar.

Faktor kelemahan dengan skor tertinggi yaitu perluasan usaha. Modal yang dimiliki hanya mampu untuk mempertahankan usahanya saat ini. Sebaliknya, modal yang tersedia tidak memungkinkan untuk memperluas usaha. Manajemen dalam usaha perdagangan telur eceran ini masih lemah baik dalam hal manajemen usaha maupun manajemen pembukuan.

Tabel 2. Skor terbobot faktor kekuatan dan faktor kelemahan

Faktor	Atribut	Skor Awal	Bobot (%)	Skor Terbobot
Kekuatan	– Lokasi took	3,73	18	0,67
	– Modal pribadi	3,55	16	0,57
	– Pengetahuan kualitas telur	3,68	19	0,70
	– Pengalaman	3,89	20	0,78
	Jumlah		73	2,72
Kelemahan	– Manajemen usaha	2,48	10	0,25
	– Manajemen pembukuan	2,57	8	0,21
	– Perluasan usaha	2,73	9	0,25
	Jumlah		27	0,70
Selisih				2,02

Umumnya responden menjalankan usahanya sendiri dan ketika ada kendala tetap mengusahakannya sendiri. Umumnya responden tidak memiliki catatan pembukuan mengenai usahanya. Namun, pedagang menyimpan bukti pengambilan dan pembayaran saat pembelian pasokan telur. Karena merupakan usaha sederhana, hal ini merupakan kelemahan yang mudah untuk diatasi.

Skor terbobot faktor internal bernilai positif, artinya usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional memiliki kekuatan yang lebih besar daripada kelemahan. Kekuatan yang dimiliki mampu menutupi kelemahan yang ada pada usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional. Skor terbobot faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan skor terbobot faktor kelemahan. Hal ini karena bobot faktor kekuatan lebih besar daripada faktor kelemahan. Bobot kekuatan sebesar 73 persen dan bobot faktor kelemahan sebesar 27 persen. Hasil kedua bobot ini sejalan dengan penelitian Mas (2013) mengenai prospek pengembangan usaha pada industri rumah tangga kacang telur ‘OHARA’ di Kota Palu, yakni bobot faktor kekuatan sebesar 67 persen dan bobot faktor kelemahan sebesar 33 persen. Selain itu, hasil pada penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Maulina (2012) mengenai prospek budidaya tambak udang di Kabupaten Garut memperoleh bobot faktor kekuatan sebesar 55 persen dan bobot faktor kelemahan sebesar 45 persen.

Faktor Eksternal

Berdasarkan skor terbobot faktor peluang dan faktor ancaman, diketahui bahwa skor tertinggi faktor peluang adalah ketersediaan pasokan.

Pasokan telur di Bandar Lampung mencukupi permintaan meskipun tidak semua pemasok berasal dari Kota Bandar Lampung. Pasokan telur berasal dari Bandar Lampung dan daerah sekitar Bandar Lampung. Responden mengatakan mudah untuk mendapatkan pasokan telur dan hampir setiap pesan selalu terpenuhi hanya sesekali saja tidak terpenuhi. Sekitar 80% pemasok memasok telur ke pasar tradisional, sedangkan ke pasar modern hanya sekitar 20%.

Permintaan pasar akan telur di pasar tradisional stabil. Permintaan pasar stabil dipengaruhi dengan adanya pelanggan tetap yang selalu membeli telur di pasar tradisional. Kesetiaan pelanggan merupakan faktor peluang ke tiga. Responden menyatakan memiliki pelanggan tetap yang selalu melakukan pembelian dalam suatu periode. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan, pelanggan tetap membeli pada pasar tradisional karena pasokan yang selalu tersedia dan harga yang sesuai dengan kualitasnya. Kebijakan pengelola pasar saat ini dirasakan telah memberi keuntungan untuk para responden tersebut. Proses tawar menawar yang masih terjadi di pasar tradisional Bandar Lampung juga masih memberi keuntungan. Responden menilai dalam usaha perdagangan telur eceran ini, pembeli dapat menawar harga awal yang ditawarkan namun dalam jumlah pembelian tertentu. Apabila tidak ada proses tawar menawar, akan ada rasa ketidakpuasan konsumen dalam membeli barang di pasar tradisional.

Faktor ancaman yang sangat mengancam adalah harga pasokan. Harga pasokan yang berfluktuatif menjadi ancaman yang sangat besar bagi usaha ini. Ancaman harga pasokan ini menurut pedagang sulit untuk diatasi. Harga pasokan selalu berubah bahkan setiap minggunya. Penentuan harga jual yang tidak seragam antar pedagang akan mengakibatkan persaingan antar pedagang baik di pasar tradisional maupun pasar modern. Persaingan antar-pedagang di pasar tradisional cukup memberi ancaman tersendiri. Terdapat beberapa pedagang yang memberi harga rendah dengan keuntungan rendah.

Keamanan pasar dan kenyamanan pasar masih merupakan ancaman yang cukup sulit diatasi. Masih sering terjadi pencurian baik pencurian kendaraan maupun pencurian barang dagangan atau peralatan pedagang. Beberapa pasar tradisional di Bandar Lampung masih kotor dan berbau. Meskipun demikian, pihak pasar berupaya untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan. Beberapa pasar tradisional telah memiliki petugas

kebersihan pasar, kantor keamanan dan petugas kemanan. Persaingan dengan pasar modern. Persaingan dengan pasar modern bukan ancaman serius pada usaha perdagangan telur eceran. Kehadiran dan pertumbuhan pasar modern tidak membuat pelanggan pasar tradisional beralih. Pelanggan menyatakan kualitas telur di pasar tradisional dan pasar modern tidak jauh berbeda. Harga yang ditawarkan pasar modern lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh pasar tradisional.

Bobot faktor ancaman lebih besar dibandingkan bobot faktor peluang. Hasil pembobotan pada penelitian usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional Bandar Lampung sejalan dengan penelitian Mas (2013) mengenai prospek pengembangan usaha pada industri rumah tangga kacang telur 'OHARA' di Kota Palu, yakni bobot faktor peluang sebesar 68% dan bobot ancaman 32%. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Maulina (2012) mengenai prospek budidaya tambak udang di Kabupaten Garut, bobot faktor peluang sebesar 55 persen dan bobot ancaman sebesar 45 persen.

Strategi Pengembangan

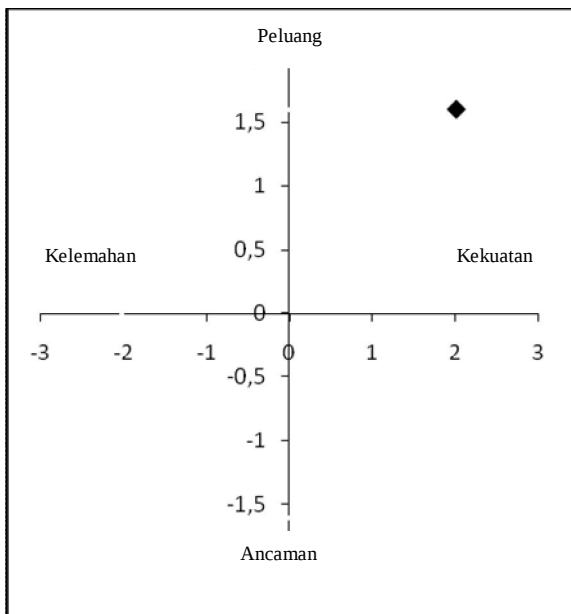
Berdasarkan nilai skor faktor internal dan faktor eksternal, maka dapat dibuat diagram SWOT yaitu pembobotan pada faktor internal memiliki nilai 2,02 dan faktor eksternal memiliki nilai 1,60 sehingga diagram SWOT ditunjukkan pada Gambar 2. Diagram SWOT usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional, Kota Bandar Lampung (Gambar 2) menunjukkan posisi usaha berada pada kuadran I yang berarti bahwa usaha tersebut menguntungkan. Strategi yang diterapkan adalah agresif, sesuai dengan kekuatan usaha yang dimiliki dan besarnya peluang yang masih tersedia. Hasil posisi usaha penelitian ini sejalan dengan penelitian Mas (2013) mengenai prospek pengembangan usaha pada industri rumah tangga kacang telur 'OHARA' di Kota Palu dan penelitian Maulina (2012) mengenai prospek budidaya tambak udang di Kabupaten Garut yaitu usaha berada pada posisi di kuadran I, meskipun usaha yang dijalankan masih usaha kecil namun masih memberi keuntungan bagi para pelakunya.

Tabel 3. Skor terbobot faktor peluang dan faktor ancaman

Faktor	Atribut	Skor Awal	Bobot (%)	Skor Terbobot
Peluang	– Ketersediaan pasokan	4,07	14	0,57
	– Permintaan pasar	3,73	15	0,56
	– Kesetiaan pelanggan	3,70	15	0,56
	– Proses tawar	3,34	13	0,43
	– Kebijakan pengelola pasar	3,66	13	0,48
	Jumlah		70	2,59
Ancaman	– Harga pasokan	3,98	8	0,32
	– Persaingan antar-pedagang pasar tradisional	3,86	6	0,23
	– Persaingan dengan pasar modern	2,45	5	0,12
	– Kenyamanan pasar	3,05	5	0,15
	– Keamanan pasar	2,77	6	0,17
	Jumlah		30	0,99
Selisih				1,60

Berdasarkan nilai skor faktor-faktor internal dan eksternal, maka dilakukan persilangan antara faktor internal dan faktor eksternal sehingga menghasilkan strategi-strategi untuk pengembangan usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional Kota Bandar Lampung. Rumusan strategi utama dipilih strategi-strategi 10 teratas yang telah diperoleh adalah sebagai berikut: 1) Memanfaatkan pengalaman berdagang yang cukup lama guna menjalin hubungan kerjasama dengan pemasok agar ketersediaan pasokan yang selama ini cukup akan terus lancar. 2) Memanfaatkan lokasi toko yang strategis dan ketersediaan pasokan yang cukup untuk menarik para pembeli. 3) Memanfaatkan pengetahuan yang baik mengenai kualitas telur guna menarik para pembeli dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. 4) Memanfaatkan modal sendiri untuk mencukupi permintaan pasar yang terus meningkat. 5) Memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki untuk mengatasi persaingan dengan pasar modern. 6) Mempertahankan lokasi toko yang strategis untuk mengatasi persaingan antar-pedagang di pasar tradisional. 7) Memanfaatkan permintaan pasar yang terus meningkat untuk memperluas usaha. 8)

Memperbaiki manajemen usaha untuk mengatasi persaingan antar-pedagang di pasar tradisional dan modern. 9) Melakukan manajemen pembukuan yang baik agar dapat memperhitungkan keuntungan dengan baik meskipun harga pasokan berfluktuatif. 10) Memanfaatkan kesetiaan pelanggan dan memperbaiki manajemen usaha.



Gambar 2. Diagram SWOT usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional, Kota Bandar Lampung

Berdasarkan sepuluh strategi yang ada, maka selanjutnya direkomendasikan tiga strategi teratas. Hal tersebut dilakukan dengan pertimbangan bahwa ketiga strategi sesuai dengan kondisi usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional Kota Bandar Lampung.

KESIMPULAN

Analisis finansial menunjukkan bahwa harga pokok penjualan telur ayam ras sebesar Rp13.019,00/kg dengan rasio harga jual, laba bersih sebesar Rp525,00. Harga pokok penjualan untuk telur itik adalah Rp27.277,00/kg, laba bersih sebesar Rp8.093,00. Secara keseluruhan, usaha ini masih menghasilkan keuntungan dengan nilai *Rate of Return* sebesar 8,74% per bulan. Analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha perdagangan telur eceran di pasar tradisional, Kota Bandar Lampung berada pada kuadran I, artinya usaha ini menguntungkan dan memerlukan strategi agresif. Tiga strategi teratas yang diperoleh adalah (a)

menjalin kerjasama yang baik dengan pemasok agar ketersediaan pasokan yang selama ini cukup akan terus lancar, (b) memanfaatkan lokasi toko yang strategis dan ketersediaan pasokan yang cukup untuk menarik para pembeli, dan (c) memanfaatkan pengetahuan yang baik mengenai kualitas telur guna menarik para pembeli dan mempertahankan kesetiaan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfikri SN. 2012. Studi Aspek Teknis dan Finansial Pengembangan Usaha Ternak Itik Hibrida Pedaging di Peternakan Saonada Kabupaten Jombang. *Jurnal Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya*, 1 (1): 1-12. <http://skripsitip.staff.ub.ac.id/files/2013/05/JURNAL-.pdf>. [21 Februari 2015].
- Arikunto S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- BPS [Badan Pusat Statistik] Kota Bandar Lampung. 2013. *Bandar Lampung Dalam Angka 2012*. Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- Diskoperindag [Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan] Kota Bandar Lampung. 2013. *Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung*. www.diskoperindag.bandarlampungkota.go.id. [24 Februari 2014].
- Hasibuan D. 2010. Pengaruh Metode Penilaian Persediaan Terhadap Tingkat Laba PT Ramayana Lestari Sentosa, TBK. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 10 (2): 103-112. STIE Kasatuan Bogor. <http://jurnal.stiekesatuan.ac.id/index.php/jir/article/viewFile/3/10>. [24 Februari 2014].
- Hasyim AI. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Diktat Fakultas Pertanian. Universitas Lampung.
- Jusup AIH. 2005. *Dasar-Dasar Akuntansi Jilid 1*. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Kementerian Perdagangan. 2014. *Pertumbuhan pasar modern Indonesia*. www.kemendag.go.id. [5 Januari 2015].
- Mas VH. 2013. Prospek Pengembangan Usaha Pada Industri Rumah tangga Kacang telur 'OHARA' Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*, 1(1): 100-108. <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Agrotekbis/article/view/1340/958>. [24 Februari 2014].
- Maulina I. 2012. Analisis Prospek Budidaya Tambak Udang di Kabupaten Garut. *Jurnal Akuatika*, 3 (1): 49-62. <https://translate.google.co.id/translate?hl=en&sl=id&u=http://fpik.unpad.ac.id/wpcontent/uploads/2012/06/ANALISIS-PROSPEK-BUDIDAYATAMBA>

- K-UDANG.pdf&prev=search. [25 Januari 2015].
- Muhammad S. 2008. *Manajemen Strategik Kosep dan Kasus*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Rangkuti F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Ikrar Mandiriabadi. Jakarta.