

ABSTRAK

Peternakan organik merupakan salah satu bisnis potensial. Potensi usaha dikarenakan peningkatan jumlah penduduk dan kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat. Hal inilah yang menjadi latar belakang penulis melakukan penelitian terhadap formulasi strategi pengembangan manajemen pada peternakan ayam herbal PT. Elha Narita Perkasa Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi-strategi alternatif yang tepat untuk dijalankan dengan menganalisis faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif eksploratif yang berusaha menjelaskan dan menggambarkan karakteristik yang berkaitan dengan teori manajemen strategi. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara sebagai sumber data primer dengan melibatkan 5 responden yang terdiri dari 2 responden dengan sudut pandang internal perusahaan dan 3 responden dengan sudut pandang eksternal PT. Elha Narita Perkasa. Teknik analisis data yang digunakan adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal-External*), dan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Variabel yang diteliti adalah faktor internal dan eksternal perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan peternakan ayam herbal PT. Elha Narita Perkasa memiliki total skor matriks IFE sebesar 3,34, sedangkan total skor matriks EFE adalah 3,01. Berdasarkan hasil tersebut, PT. Elha Narita Perkasa berada dalam sel I pada matriks IE dengan strategi alternatif yaitu strategi integrasi (*backward, forward, dan horizontal integration*), strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar dan strategi pengembangan produk. Pada matriks QSPM memunculkan strategi yang paling tepat dijalankan oleh PT. Elha Narita Perkasa adalah strategi penetrasi pasar. Melakukan promosi lebih giat didampingi penyebaran informasi edukatif mengenai produk sehat ayam herbal menjadi nilai lebih yang dapat dimanfaatkan PT. Elha Narita Perkasa sebagai produsen ayam herbal dapat dengan cara melakukan iklan publik menggunakan media cetak dan media digital (media online).

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*), IE (*Internal-External*), QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

ABSTRACT

Organic farm is one of the potential business. Business potential due to the population increase and public awareness of healthy lifestyles. This is the reason of the research about formulation of development strategy in management of Elha Narita Perkasa company's herbal chicken farm Jakarta. The purpose of this study is to know the right of alternative strategies to executed with analyze of internal and external factors through a SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).

This research is exploratory qualitative research which seeks to explain and describe characteristic of related to strategic management theory. This research uses interview techniques as the primary data source, involving 5 respondents consisting of 2 respondents with a company's internal viewpoint and 3 respondents with an external viewpoint of Elha Narita Perkasa company. The data analysis technique used is the IFE matrix (Internal Factor Evaluation) and EFE matrix (External Factor Evaluation), IE matrix (Internal-External), and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). The variables of reasearch were internal factors and external companies.

Based on the results of this research concluded that Elha Narita Perkasa company's Herbal chicken farm has a total score of IFE matrix of 3.34, while the total score was 3.01 EFE matrix. Based on these results, PT. Elha Narita Perkasa are in the I cell in the IE matrix with the alternative strategy were integration strategies (backward, forward, and horizontal integration), market penetration strategy, market development strategy and product development strategy. In QSPM matrix raises the most appropriate strategy run by PT. Elha Narita Perkasa is market penetration strategy. More active promotion accompanied provision of educative information about healthy chicken herbal products into added value that can be used by PT. Elha Narita Perkasa as herbal chicken producer by conducting of public advertising using print media and digital media (online media)

Keywords: **Strategic Management, SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) Analysis, IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation), IE(Internal-External), QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)**