

DAFTAR PUSTAKA

- Alhuda, S. 2021. Strategi Pemasaran Ayam Kampung di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*. 2(2): 189-206.
- Arif, M., & Syahputri, A. 2021. The Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty with Consumer Satisfaction as a Intervening Variable at Home Industry. *Journal of International Conference Proceedings*, 4(2):398-412.
- Ariulusra, A., & Games, D. 2020. Analisis Pengaruh Learning Behavior From Failure Terhadap Subjective Wellbeing Dimediasi Oleh Organizational Crisis Preparedness pada UKM di Sumatera Barat. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 14(2).
- Aryani, G.A.D., & Jember, I.R. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler di Provinsi Bali, *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 8(5).
- Ashari, A., Dharta, F. Y., & Arindawati, W. A. 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kedai Kopi Kata Kita Bekasi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 7(1), 291-295.
- Astuti, B.D. 2023. Analisis Strategi Peningkatan Penjualan pada Perusahaan Telur Ayam Ras Pt. Havin Farm Desa Petung, Kecamatan Pakis, Kabupaten Magelang Tahun 2023. *Mount Hope International Accounting Journal*, 2(3):301-311.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Barat. 2024. Provinsi Sulawesi Barat dalam Angka 2023.
- Balla, P.T., Medi., Aryawiguna, M.I. et.al. 2021. Respons Peternak terhadap Pemanfaatan Pakan Dedak Padi Fermentasi Untuk Pertambahan Bobot Ayam Kampung Unggul Balitbangtan (Kub) Fase Grower. *Jurnal Agrisistem: Seri Sosek dan Penyuluhan*, 17(1):1-7.
- BPS, B. 2020. Badan pusat statistik. *Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan, Kementan*.
- David, F. R. 2006. Manajemen Strategis Konsep. Sunardi D, penerjemah; Wuriarti. Salemba Empat. Terjemahan dari: Strategic Management 12th Edition. Jakarta.
- Dewi, A. H., Sukardi., & Taqi, F. M. 2020. Model bisnis kanvas doc ayam kampung PT PQR. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 188-188.
- Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan. 2018. Statistik Peternakan. Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian.

- Eri, S. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan*. 9(2), 952–962.
- Fatmawati, M., & Hartono, G. 2020. Determinan Pendapatan Peternak Ayam di Kota Ternate. *Prosiding Seminar Nasional Agribisnis*, 1(1), 167-175.
- Fauzi, A., Sandopart, D.P.Y.A.L., Aglaini, E. Et.Al. 2023. Pengaruh Permintaan Dan Penawaran Terhadap Kebutuhan Pokok Di Pasar, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2).
- Halizah, S.N., A, Infante., & D. Dermawan. 2022. Keterbentukan Kepercayaan Pelanggan Shopee Melalui Kualitas Hubungan, Reputasi dan Keamanan Marketplace. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1): 256-261.
- Harahap, P.K., Rohayeti,T., Setiawan, D. et.al. 2024. Pemanfaatan Bahan Pakan Lokal Melalui Pelatihan Pembuatan Pakan Pelet Ayam Kampung di Desa Arang Limbung Kabupaten Kubu Raya, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(1):0341-0348.
- Harmen. 2021. Analisis Kebutuhan Jagung Untuk Pakan Ternak Unggas di Sumatera Barat. *Jurnal Pembangunan Nagari*, 6(2):148–159.
- Hidayat, C., Sumiati, & S Iskandar. 2015. Kualitas Fisik dan Kimiawi Dedak Padi yang dijual di Toko Bahan Pakan di Sekitar Wilayah Bogor. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner*. 669–674.
- Jatmiko. B. 2020. Strategi Distribusi Produk Teh Botol Sosro Oleh PT. Sinar Sosro Cabang Kendari. *Jurnal Komastie*, 1(1): 15-27.
- Kadim, A., N. Sunardi., R. Lesmana., & A. Sutarman. 2019. Revitalisasi Fungsi Masjid Sebagai Pusat Penguatan Manajemen Peternak Sapi Rakyat melalui Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Terpadu. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*,1(1): 10-20.
- Kanyoro, J. M. 2018. The Impact of Marketing Strategies on Customer Retention in Fast-Moving Consumer Goods Companies: A Case Study of Kenchic Processing Factory in Kiambu County, Kenya. University of Nairobi.
- Karim, S. A. H., Kurniawan, A., Mattalatta, W., Rahmawati, S., Nuranisa, N., Syahbuddin, S., ... & Hartati, S. 2022. Analisa Keuangan Kelayakan Usaha Ternak Ayam Kampung Super. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 1(3), 43-50.
- Lainawa, J., Santa, N.M., Jeaney, P. et.al. 2015. Pemanfaatan sumberdaya lokal sebagai bahan baku industri dan pakanalternatif dalam meningkatkan pendapatan ternak puyuh organik diKecamatan Sonder, Kabupaten Minahasa, 1(2): 383-387.

- Latif, S.A., Herman., & Rosmita. 2022. Pemberdayaan Ideal Pada Masyarakat Sekitar Hutan Melalui Tanaman Kehidupan Di Desa Sungai Ara Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 7(2): 126-144
- Lukman Effendy, Wasrob, Nasruddin, & Adrian Pratama. 2022. Empowering Millennial Farmers through the Implementation of Sustainable Food Yards in the Covid-19 Pandemic Era. *Jurnal Triton*, 13(2), 179-196.
- Makatita, J., & Killay, T. 2023. Pelatihan Pembuatan Pakan Unggas Berbahan Pakan Lokal Sari Buah Koli untuk Menekan Biaya Pakan Ayam Petelur di Desa Patti. *Jurnal Masyarakat Madani*, 2(2)
- Mamuaja, C.I., B, Rorimpandey., & E.W.S. Dalie. 2020. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Buras di Pasar Tradisional kotamanado. 40(1): 20-29.
- Mayora, W.I., Syahrio, T., Khaira, N., Rudi, S. 2018. Performa Ayam Kub (Kampung Unggul Balitnak) Periode Starter Pada Pemberian Ransum dengan Protein Kasar yang berbeda. Department of Animal Husbandry, Faculty of Agriculture Lampung University Soemantri Brojonegoro.
- Mulqi, R.M., Suryana, N., & M, Rendra. 2021. The Feasibility Analysis Of Bikinin Coffee Business Development in Karawang Assed From Market, Technucal, and Finanancial Aspect. e-Proceeding of Engineering, 8(5)
- Munaworoh, I. F. 2023. Strategi Peningkatan Kesejahteraan Peternak Ayam KUB Berkelanjutan di Jawa Tengah. Disertasi. Sekolah Pascasarjana. Universitas Hasanuddin.
- Mutiah, A., Abdullah, A., & Nurlaelah, S. 2018. Identifikasi Peranan Kelompok Sebagai Wahana Kerja Sama pada Kelompok Peternak pada Peternakan Rakyat. *Agripet*, 18(1):57-62.
- Nengsi, A., A. Soleh., & N. A. Ali. 2020. Analisis Pengembangan Usaha Ayam Potong Boim Di Manna Bengkulu Selatan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan*, 1(2): 64-71.
- Nugroho, M., & Astuti, F. Y. 2021. Analisis Kelayakan Usaha Peternakan Ayam Pedaging. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 23(1), 59-72.
- Nur, A., & Utami, F.Y. 2022. Proses dan Langkah Penelitian Antropologi: Sebuah Literature Review. *Jurnal Dialektika Sosial Budaya*, 3(1). 44-68.
- Nurfauzi, Y., Hebel, L., Hafidz, H., Muhammad, Y., & Muhammad, A. 2023. Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1):183-188.
- Priansa Doni Juni. 2017. Perilaku Konsumen Bandung: Alfabeta.

- Prianto. 2014. Analisis Pengaruh Pendekatan Personal Tenaga Penjual, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 10(2): 143–148.
- Purba, J.H. 2018. Perencanaan Strategi Sumberdaya Manusia dan Prestasi Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen*, 4(1):43-51.
- Ramadhani, N. F. 2022. *Strategi Pengembangan Wilayah Berbasis Komoditas Unggul Kecamatan Masalle Kabupaten Enrekang= REGIONAL DEVELOPMENT STRATEGY BASED ON SUPERIOR COMMODITIES, MASALLE SUB-DISTRICT, ENREKANG DISTRICT*. Universitas Hasanuddin.
- Rangkuti, Freddy. 2018. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Redjeki, S., A. E. Cahyono., & A. M. Zaini. 2023. Merancang Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus pada Rumah Makan Ayam Pedas Mlokorejo). *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(1):36-46.
- Renaldy, A., Shabrina, A.-N., Ramadhan, H. N., Ramadhani, M. N., Hikayatuni'mah, P. A., & Jumawan, J. (2023). Analisis Kualitas Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Ayam Bmkg). *Jurnal Riset Ilmiah*, 2(7):2518–2527.
- Rusdi, M. 2019. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2): 49-54.
- Saaty. 2009. Analytic Hierarchy Process.
- Saelan, E., Utami, S., & Sulasmi. 2022. Pelatihan Fermentasi Dedak Padi menggunakan Em4 Untuk Pakan Ayam Kampung, 2(2):4033-4038.
- Sartika T, Desmayati, Iskandar S, Resnawati H, Setioko AR, Sumanto, Sinurat AP, Isbandi, Tiesnamurti B, Romjali E. 2013. Ayam KUB - 1. Jakarta (Indonesia). IAARD Press
- Subiyantoro, E., A. R. Muslikh, M. Andarwati. 2022. Analisis Pemilihan Media Promosi UMKM untuk Meningkatkan Volume Penjualan menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, 8(1):1-8.
- Sudrajat., A.Y. Isyanto. 2018. Keragaan Peternakan Ayam Sentul di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 4(2): 273-253.

- Sulasmii., E. Saelan., S. Utami. 2022. Pelatihan Fermentasi Dedak Padi menggunakan Em4 untuk Pakan Ayam Kampung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Sunarsasi., & N, R. Hartono. 2020. Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar(Studi pada Ukm Cap Kuda Terbang Bu Sulas Mi). *Jurnal Translitera*, 9(1); 22-31.
- Suriani, N., Ristina., & M.S, Jailani. 2023. Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2): 24-36.
- Syadik, F. (2017). Produktivitas ternak ayam kampung super terhadap ransumtepung buah nipah (*Nypah fruticans* Wurmb) dengan level yang berbeda. *Jurnal Agropet*, 14(1), 38–47.
- Syah, T.Y.R. 2013. Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bisnis. *Jurnal Ekonomi*, 4(2): 209-226.
- Tunjungsari, H.K.,K.Lianto., & C.Chairy.2021. Pengujian efek kualitas dan risiko keamanan pada intensi pembelian makanan dengan mediasi traceability. *Jurnal Manajemen Maranatha*,21(1): 70-90.
- Ulza, E., Semenovna, S.T., Wijiharjono, N. Et.Al. 2017. Synchromarketing: Sebagai Cara Perusahaan Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Tomsk Garden Group Russia Ltd). *Conference On Management And Behavioral Studies*, 305-315.
- Urfa, S., Indrijani, H., & Tanwiriah, W. 2017. Model Kurva Pertumbuhan Ayam Kampung Unggul Balitnak (KUB) Umur 0-12 Minggu (Growth Curve Model of Kampung Unggul Balitnak (KUB) Chicken). *Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran*, 17(1), 59-66. Jawa Barat.
- Utama, 2019. Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Ukm) pada Era Digital Di Kota Bandung. *Equilibrium*, 7(1): 1-10
- Wiharjanto, Y. 2012. Perencanaan Sistem Penjualan Tunai Berbasis Web Sebagai Sarana Informasi Produk Bagi Konsumen pada Pt. Warna Ac, *Jurnal Nominal*, 1(1): 1-11.
- Wijesinghe, A. G. K., N. R. Abenayake, & R. I. C. Priyadarshani. 2020. Factors Influencing Powdered Milk Brand Preference: A Case Study from Kegalle District, Sri Lanka. *Sri Lanka Marketing Journal*, 6(2): 1-24.
- Zaman, K., Mashadi.,& Gendalasari. 2023. Bauran Pemasaran dalam Pembentukan Keunggulan Bersaing pada Usaha Mikro Kuliner. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 3(1): 1-16.

Zulkarnaen, W., & Amin, N.N. 2018. Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry di Jalan Cikutra Bandung), *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*. 2(1). 106-126.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Perhitungan bobot faktor internal

Normalisasi

faktor	image produk	kualitas keamanan pangan	kerja sama	sdm yang bermutu	lokasi kurang	belum efektif promosi	distribusi blm luas	minim pengetahuan
image produk	0.13	0.08	0.11	0.07	0.19	0.24	0.16	0.11
kualitas keamanan pangan	0.23	0.15	0.26	0.17	0.10	0.21	0.18	0.07
kerja sama produsen	0.13	0.10	0.12	0.08	0.16	0.14	0.15	0.14
sdm bermutu	0.18	0.09	0.15	0.10	0.11	0.04	0.11	0.09
lokasi kurang startegis	0.07	0.16	0.08	0.09	0.10	0.07	0.13	0.11
belum efektif promosi	0.06	0.09	0.11	0.26	0.17	0.12	0.09	0.23
distribusi blm luas	0.08	0.09	0.08	0.09	0.08	0.13	0.10	0.14
minim pengetahuan	0.13	0.24	0.09	0.14	0.10	0.06	0.08	0.11
Total	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector (Bobot)

0.14	RI. 1.41		
0.17	Lamda	=	8.66
0.13	CI	=	0.09
0.11	CR	=	0.07
0.10			
0.14			
0.10			
0.12			
1.000			

Lampiran 2. Perhitungan bobot faktor eksternal

Normalisasi

Faktor	RM	Internet	Pasar tersedia	tenaga kerja	pesaing	Harga pakan	Penetapan harga	Permintaan belum stabil
Perkembangan RM	0.11	0.13	0.06	0.08	0.10	0.12	0.09	0.14
Internet	0.07	0.09	0.21	0.09	0.11	0.06	0.06	0.11
Pasar tersedia	0.21	0.05	0.12	0.10	0.07	0.30	0.10	0.17
Tersedianya tenaga kerja	0.13	0.13	0.11	0.09	0.13	0.06	0.09	0.08
Munculnya pesaing	0.12	0.09	0.21	0.08	0.11	0.14	0.18	0.05
Harga pakan melonjak tinggi	0.12	0.22	0.05	0.21	0.11	0.13	0.20	0.19
Penetapan harga KUB	0.12	0.14	0.12	0.15	0.06	0.07	0.10	0.10
Permintaan Pasar Belum Stabil	0.13	0.14	0.12	0.19	0.32	0.12	0.17	0.17
Total	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector (bobot)

0.10
 0.10 Lamda = 8.91
 0.14 CI = 0.13
 0.10
 0.12 CR = 0.09
 0.15
 0.11
 0.17
 1.000

Lampiran 3. Perhitungan rating IFAS dan EFAS

Perhitungan rating IFAS

NO	Faktor Internal	Bobot
<i>Strenght</i>		
1	Image produk yang telah diakui konsumen	0.14
2	Kualitas keamanan pangan yang terjamin	0.17
3	Adanya hubungan kerja sama antara produsen dan konsumen	0.13
4	SDM yang bermutu	0.11
<i>Weakness</i>		
1	Lokasi kurang strategi	0.10
2	Belum efektifnya promosi produk	0.14
3	Distribusi produk belum luas	0.10
4	Minimnya pengetahuan masyarakat pada umumnya terkait ayam KUB	0.12

NO	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Strenght</i>				
1	Image produk yang telah diakui konsumen	0.14	3.33	0.45
2	Kualitas keamanan pangan yang terjamin	0.17	3.17	0.54
3	Adanya hubungan kerja sama antara produsen dan konsumen	0.13	3.33	0.42
4	SDM yang bermutu	0.11	3.00	0.33
Jumlah Strenght				1.74
<i>Weakness</i>				
1	Lokasi kurang strategi	0.10	2.17	0.22
2	Belum efektifnya promosi produk	0.14	2.00	0.29
3	Distribusi produk belum luas	0.10	2.33	0.23
4	Minimnya pengetahuan masyarakat pada umumnya terkait ayam KUB	0.12	2.17	0.26
Jumlah Weakness				0.99
TOTAL IFAS				0.75

Lampiran 4. Perhitungan Rating EFAS

NO	Faktor Eksternal	Bobot
<i>Opportunity</i>		
1	Perkembangan usaha rumah makan	0.10
2	Perkembangan internet	0.10
3	Pasar tersedia	0.14
4	Tersedianya tenaga kerja	0.10
<i>Threats</i>		
1	Munculnya pesaing dengan usaha sejenis	0.12
2	Harga pakan melonjak tinggi	0.15
3	Perbedaan harga dengan usaha ayam KUB lainnya	0.11
4	Permintaan pasar belum stabil	0.17

NO	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
<i>Opportunity</i>				
1	Perkembangan usaha rumah makan	0.10	3.50	0.36
2	Perkembangan internet	0.10	3.17	0.31
3	Pasar tersedia	0.14	3.33	0.47
4	Tersedianya tenaga kerja	0.10	2.83	0.29
Jumlah Opportunity				1.43
<i>Threats</i>				
1	Munculnya pesaing dengan usaha sejenis	0.12	3.33	0.41
2	Harga pakan melonjak tinggi	0.15	2.83	0.44
3	Perbedaan harga dengan usaha ayam KUB lainnya	0.11	2.50	0.27
4	Permintaan pasar belum stabil	0.17	2.83	0.48
Jumlah Threats				1.60
TOTAL EFAS				-0.17

Lampiran 4. Perhitungan bobot kriteria ST

Normalisasi

Faktor	image produk	kualitas keamanan pangan	kerja sama	sdm yang bermutu	muncul pesaing	harga pakan	perbedaan harga	permintaan belum stabil
image produk	0.11	0.05	0.09	0.09	0.15	0.13	0.15	0.14
kualitas keamanan pangan	0.23	0.10	0.17	0.08	0.21	0.07	0.13	0.05
kerja sama produsen	0.12	0.05	0.09	0.14	0.13	0.04	0.17	0.09
sdm bermutu	0.22	0.24	0.11	0.18	0.15	0.41	0.08	0.13
Munculnya pesaing	0.06	0.04	0.05	0.09	0.08	0.12	0.08	0.08
Harga pakan melonjak tinggi	0.11	0.17	0.30	0.05	0.08	0.13	0.25	0.23
Perbedaan harga dengan ayam KUB lainnya	0.05	0.06	0.04	0.17	0.07	0.04	0.07	0.14
Permintaan belum stabil	0.11	0.30	0.14	0.19	0.13	0.07	0.07	0.14
Total	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector (bobot)

0.11			
0.13	Lamda	=	8.66
0.10	CI	=	0.09
0.19	CR	=	0.07
0.07			
0.17			
0.08			
0.14			
1.00			

Lampiran 5. Perhitungan bobot Image product

Normalisasi

faktor	Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	Mempertahankan sumber daya yg ada	Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	Mencari alternative pakan komersil
Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	0.55	0.62	0.42	0.36
Mempertahankan sumber daya yg ada	0.26	0.29	0.49	0.40
Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	0.09	0.04	0.07	0.17
Mencari alternative pakan komersil	0.10	0.05	0.03	0.06
Total	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector

0.48	Lamda	=	4.25
0.36	CI	=	0.08
0.10	CR	=	0.09
0.06			
1.00			

Lampiran 6. Perhitungan bobot kualitas keamanan

Normalisasi

Faktor	Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	Mempertahankan sumber daya yg ada	Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	Mencari alternative pakan komersil
Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	0.41	0.38	0.40	0.35
Mempertahankan sumber daya yg ada	0.38	0.47	0.50	0.42
Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	0.10	0.07	0.07	0.16
Mencari alternative pakan komersil	0.11	0.08	0.03	0.07
Total	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector

0.39	Lamda	=	4.22
0.44	CI	=	0.07
0.10	CR	=	0.08
0.07			
1.00			

Lampiran 7. Perhitungan bobot kerja sama produsen dan konsumen

Normalisasi

faktor	Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	Mempertahankan sumber daya yg ada	Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	Mencari alternatif pakan komersil
Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	0.46	0.50	0.41	0.44
Mempertahankan sumber daya yg ada	0.22	0.24	0.24	0.36
Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	0.24	0.21	0.21	0.12
Mencari alternative pakan komersil	0.08	0.05	0.14	0.07
Total	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vactor

0.45	Lamda	=	4.26
0.27	CI	=	0.09
0.20			
0.08	CR	=	0.09
1.00			

Lampiran 8. Perhitungan bobot SDM yang bermutu

Normalisasi

faktor	Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	Mempertahankan sumber daya yg ada	Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	Mencari alternative pakan komersil
Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	0.18	0.15	0.26	0.23
Mempertahankan sumber daya yg ada	0.56	0.46	0.40	0.41
Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	0.08	0.13	0.12	0.13
Mencari alternative pakan komersil	0.19	0.27	0.22	0.24
Total	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector

0.20

0.46

0.11

0.23

1.00

Lamda = 4.06

CI = 0.02

CR = 0.02

Lampiran 9. Perhitungan bobot munculnya pesaing dengan usaha sejenis

Normalisasi

faktor	Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	Mempertahankan sumber daya yg ada	Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	Mencari alternative pakan komersil
Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	0.38	0.47	0.45	0.35
Mempertahankan sumber daya yg ada	0.36	0.26	0.27	0.33
Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	0.20	0.23	0.23	0.27
Mencari alternative pakan komersil	0.06	0.05	0.05	0.06
Total	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector

0.41	Lamda	=	4.18
0.30	CI	=	0.06
0.23	CR	=	0.06
0.05			
1.00			

Lampiran 10. Perhitungan bobot Harga pakan yang melonjak tinggi

Normalisasi

faktor	Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	Mempertahankan sumber daya yg ada	Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	Mencari alternative pakan komersil
Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	0.05	0.05	0.02	0.07
Mempertahankan sumber daya yg ada	0.29	0.28	0.28	0.28
Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	0.23	0.08	0.08	0.07
Mencari alternative pakan komersil	0.42	0.59	0.63	0.58
Total	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector

0.05	Lamda	=	4.23
0.28	CI	=	0.08
0.12	CR	=	0.09
0.55			
1.00			

Lampiran 11. Perhitungan bobot penetapan harga dengan ayam KUB lainnya

Normalisasi

Faktor	Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	Mempertahankan sumber daya yg ada	Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	Mencari alternative pakan komersil
Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	0.51	0.48	0.58	0.36
Mempertahankan sumber daya yg ada	0.23	0.22	0.16	0.34
Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	0.17	0.26	0.20	0.25
Mencari alternative pakan komersil	0.09	0.04	0.05	0.06
Total	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector

0.48	Lamda	=	4.10
0.24	CI	=	0.03
0.22	CR	=	0.04
0.06			
1.00			

Lampiran 12. Perhitungan bobot permintaan pasar belum stabil

Normalisasi

Faktor	Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	Mempertahankan sumber daya yg ada	Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	Mencari alternative pakan komersil
Menjaga, Meningkatkan kepuasan, diversifikasi	0.58	0.46	0.71	0.35
Mempertahankan sumber daya yg ada	0.17	0.13	0.07	0.26
Sinergi pihak UPTD dan Peternak lokal	0.16	0.38	0.19	0.33
Mencari alternative pakan komersil	0.09	0.03	0.03	0.06
Total	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector

0.52	Lamda	=	4.28
0.16	CI	=	0.09
0.27	CR	=	0.10
0.05			
1.00			

Lampiran 13. Perhitungan bobot alternatif strategi

$$\begin{pmatrix} 0.48 & 0.39 & 0.45 & 0.20 & 0.41 & 0.05 & 0.48 & 0.52 \\ 0.36 & 0.44 & 0.27 & 0.46 & 0.30 & 0.28 & 0.24 & 0.16 \\ 0.10 & 0.10 & 0.20 & 0.11 & 0.23 & 0.12 & 0.22 & 0.27 \\ 0.06 & 0.07 & 0.08 & 0.23 & 0.05 & 0.55 & 0.06 & 0.05 \end{pmatrix} \times \begin{pmatrix} 0.11 \\ 0.13 \\ 0.10 \\ 0.19 \\ 0.07 \\ 0.17 \\ 0.08 \\ 0.14 \end{pmatrix}$$

$$= \begin{pmatrix} 0.054416 & 0.050233 & 0.046721 & 0.038359 & 0.030551 & 0.008026 & 0.039005 & 0.075716 \\ 0.040506 & 0.057622 & 0.02727 & 0.085812 & 0.0226 & 0.046852 & 0.019192 & 0.022739 \\ 0.010725 & 0.013007 & 0.020211 & 0.02118 & 0.01723 & 0.019483 & 0.017906 & 0.038324 \\ 0.006663 & 0.009613 & 0.008703 & 0.043084 & 0.004092 & 0.091468 & 0.005001 & 0.007689 \end{pmatrix}$$

$$= \begin{pmatrix} 0.34 \\ 0.32 \\ 0.16 \\ 0.18 \end{pmatrix}$$

Lampiran 14. Perhitungan bobot sub alternatif strategi

Menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen melalui konsistensi kualitas, dan diversifikasi produk.

Normalisasi

Faktor	Melakukan diversifikasi produk olahan	Meningkatkan loyalitas pelanggan	menerapkan harga kompetitif	mengoptimalkan kerja sama RM
Melakukan diversifikasi produk olahan	0.26	0.24	0.21	0.40
meningkatkan loyalitas pelanggan	0.28	0.25	0.21	0.25
menerapkan harga kompetitif	0.34	0.32	0.27	0.16
mengoptimalkan kerja sama RM	0.12	0.19	0.31	0.19
Total	1.00	1.00	1.00	1.00

Eigen vector

0.276	Lamda	=	4.13
0.246			
0.274	CI	=	0.04
0.204	CR	=	0.05
1.000			

Mempertahankan dan mengembangkan kualitas Sumber Daya yang ada untuk meningkatkan kualitas produksi dan kualitas produk.

Normalisasi

Faktor	Meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan dan study tiru	Memperbaiki dan menambah fasilitas pendukung produksi KUB	Menjamin kualitas produk yang ditawarkan untuk menghadapi pesaing
Meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan dan study tiru	0.59	0.58	0.47
Memperbaiki dan menambah fasilitas pendukung produksi KUB	0.15	0.22	0.32
Menjamin kualitas produk yang ditawarkan untuk menghadapi pesaing	0.26	0.20	0.21
total	1.00	1.00	1.00

Eigen vector

0.55	Lamda	=	3.05
0.23	CI	=	0.03
1.00	CR	=	0.05

Sinergi antar pihak UPTD dengan peternak lokal ayam KUB.

Normalisasi

Faktor	Pembentukan kelompok binaan ayam KUB	Membuat kerja sama dengan beberapa peternak lokal
Pembentukan kelompok binaan ayam KUB	0.72	0.78
Membuat kerja sama dengan beberapa peternak lokal	0.28	0.220831866
Total	1.00	1.00

Eigen vector

0.75	Lamda	=	2.18
0.25	CI	=	0.18
1.00	CR	=	0.00

Mencari alternative pakan komersil.

Normalisasi

Faktor	Pembuatan pakan mandiri dengan memanfaatkan SDM	Bekerjasama dengan berbagai pihak pengelola pakan
Pembuatan pakan mandiri dengan memanfaatkan SDM	0.67	0.67
Bekerjasama dengan berbagai pihak pengelola pakan	0.33	0.33
Total	1.00	1.00

Eigen vector

0.67	Lamda	=	2.00
0.33	CI	=	0.00
1.00	CR	=	0.00

Lampiran 15. Foto kegiatan penelitian





CURICULUM VITAE

A. Data Pribadi

1. Nama : Andi Irdyanti
2. Tempat, tgl. lahir : Uraiyang, 25 Maret 1999
3. Alamat : Jl Pelita
4. Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia

B. Riwayat Pendidikan

1. Tamat SMA tahun 2017 di SMAN 1 Kalukku
2. Sarjana (S1) tahun 2021 di Universitas Hasanuddin
3. Magister (S2) tahun 2024 di Universitas Hasanuddin.

C. Karya ilmiah yang telah dipublikasikan :

Irdyanti A. Et Al. 2024 Strategi Pemasaran Ayam Kub (Kampung Unggul Balitbangtan) Pada Uptd Bphmt- Ib Provinsi Sulawesi Barat