

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Tentang Strategi Pengembangan Usaha

1. Pengertian Strategi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁵

Strategi adalah pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi-organisasi dapat mempertahankan kinerjanya. Strategi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan rencana mengenai penggunaan sumber daya-sumber daya untuk menciptakan suatu posisi menguntungkan.¹⁶

Suatu organisasi atau perusahaan pasti memiliki suatu target yang akan diraih. Dalam mewujudkan target yang tepat tersebut, di dalam organisasi atau perusahaan memiliki suatu strategi-strategi yang disusun sedemikian rupa agar terciptanya suatu kesuksesan. Strategi adalah rencana lengkap untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen strategi adalah proses yang lengkap dan berkelanjutan yang diajukan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi yang efektif. Strategi yang efektif berkaitan dengan tiga persoalan organisasi, yaitu: kompetensi, ruang lingkup dan alokasi sumber daya.¹⁷

¹⁵ Dedi Mulyasana, *Khasanah Pemikiran Pendidikan Islam*, (Bandung: Cendekia Press, 2020), hal. 163.

¹⁶ Zuriani Ritonga, *Manajemen Strategi, Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 3-5.

¹⁷ Ricky W. Griffin, *Manajemen, Edisi Ketujuh, Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2004), hal. 249.

Menurut sejarah manajemen, strategi diciptakan oleh bangsa Yunani, dengan tujuan untuk mencapai kemenangan dalam suatu perang. Strategi dibuat memberikan rincian data dan informasi tentang musuh dan dipergunakan untuk mengalahkan musuh dalam perang. Inti dari strategi adalah memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif dan optimal untuk mencapai kemenangan suatu pertempuran. Seiring dengan perkembangan jaman dan intelektual manusia, pemakaian strategi jugaberkebang pada bidang bisnis, dimana dalam penerapannya diformulasikan dalam bentuk konsep kerja yang mempertimbangkan berbagai faktor yang berpengaruh.¹⁸

Menurut Nanang Fatah dalam Ahmad, Strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan sistemis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam mencapai tujuan.¹⁹

Berdasarkan pengertian tersebut maka yang dimaksud dengan strategi adalah taktik, gagasan dan rencana yang digunakan suatu organisasi atau perusahaan dalam kurun waktu tertentu untuk menciptakan posisi yang menguntungkan.

2. Strategi Pengembangan Usaha

Usaha atau bisnis merupakan aktivitas perekonomian yang di dalamnya terjadi suatu proses mulai dari produksi sampai proses distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan dalam memperoleh suatu keuntungan. Dalam berbisnis, baik bisnis berskala makro maupun mikro pasti memiliki rencana akan keberlangsungan bisnis yang dibangun agar bisa berkembang

¹⁸ Jim Hoy Yam, *Manajemen Strategi, Konsep dan Implementasi*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), hal. 2-3.

¹⁹ Ahmad, *Manajemen Strategis*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), hal. 2.

lebih besar lagi. Tujuan dari suatu pengembangan tidak jauh agar bisnis atau bidang usaha yang dibangun tersebut bisa besar dan bersaing dengan kompetitor yang ada, bisnis tersebut tidak ketinggalan zaman, serta dengan berkembangnya bisnis nantinya bisa dikelola atau dijadikan bisnis turun temurun untuk generasi yang akan datang.

Pengembangan usaha pada suatu industri sangat diharuskan apabila industri tersebut ingin lebih besar. Banyak faktor-faktor yang harus diperbaiki dalam mengembangkan suatu usaha agar bisa berjalan dengan cepat dan memperoleh keuntungan juga nilai tambah industri tersebut. Disisi lain, dengan adanya pengembangan usaha maka akan memberikan daya saing tersendiri sehingga usaha lain yang sejenis akan merasa tersaingi dan tidak akan timbul monopoli produk. Dengan persaingan tersebut maka bisa menghidupkan dunia usaha yang akhirnya sirkulasi ekonomi dan keuangan di masyarakat akan lebih baik dan daya beli masyarakat meningkat.²⁰

Dalam mengembangkan usaha, terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan, yaitu²¹:

a. Aspek penjualan

Pada aspek ini seorang wirausaha memperhatikan bagaimana penjualan barang tersebut, mayoritas umur konsumen yang menjadi sasaran, asal, dan kecenderungan konsumen.

²⁰ Adi Suparwo, dkk, “Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Baju Bayi Indra Collection”, Jurnal ABDIMAS BSI, Vol. 1 No. 2, 2018, hal. 210.

²¹ Silmi Nurul Utami, “Pengembangan Usaha: Pengertian, Jenis, Aspek, Dan Strateginya” dalam <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/skola/read/2021/03/26/150051369/pengembangan-usaha-pengertian-jenis-aspek-dan-strateginya>, diakses pada 10 April 2021.

b. Aspek manajemen

Memperhatikan proses manajerial dari suatu usaha mulai dari pembuatan produk, perencanaan pemasaran sampai perencanaan distribusi produk.

c. Aspek strategi

Pada aspek strategi mencakup bagaimana cara pengembangan bisnis dengan meningkatkan kualitas, membuat produk baru atau bekerja sama dengan pihak lain.

Adapun strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha dianalisis dari beberapa segi, yaitu:

a. Produk

Pengembangan berdasarkan aspek ini dilakukan dengan cara mengembangkan produk sesuai selera pasar, memperbesar variasi produk, sesuai dengan fungsinya dan mencari cara efisien dalam produksi sehingga produk yang dihasilkan berkualitas dengan biaya yang dikeluarkan rendah.²²

b. *Man* (sumber daya manusia)

Merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi. Dalam manajemen, faktor manusia adalah yang paling menentukan. Manusia membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Tanpa ada manusia tidak ada proses kerja, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja. Oleh karena itu, manajemen

²² Silmi Nurul Utami, "Pengembangan Usaha: Pengertian, Jenis, Aspek, Dan Strateginya" dalam <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/skola/read/2021/03/26/150051369/pengembangan-usaha-pengertian-jenis-aspek-dan-strateginya>, diakses pada 10 April 2021.

timbul karena adanya orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan.²³

c. *Money* (uang)

Uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai. Besar kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar di perusahaan. Oleh karena itu uang merupakan alat (*tools*) yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji tenaga kerja, alat-alat yang dibutuhkan dan harus dibeli serta berapa hasil yang akan dicapai dari suatu organisasi.²⁴

d. *Material* (bahan baku)

Material terdiri dari bahan setengah jadi (*raw material*) dan bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan/materi-materi sebagai salah satu sarana. Sebab materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa materi tidak akan tercapai hasil yang dikehendaki.²⁵

e. *Machine* atau mesin

Mesin digunakan untuk memberi kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja.²⁶

²³ Rheza Pratama, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020), hal. 13.

²⁴ *Ibid.*, hal. 13-14.

²⁵ *Ibid.*, hal. 14.

²⁶ *Ibid.*,

f. *Method* (tata cara kerja)

Method adalah suatu tata cara kerja yang memperlancar jalannya pekerjaan manajer. Sebuah metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan kegiatan usaha. Akan tetapi, apabila metode yang digunakan baik, sedangkan orang yang melaksanakannya tidak mengerti atau tidak memiliki pengalaman maka hasilnya tidak akan memuaskan.²⁷

g. *Market* atau pasar

Market adalah tempat dimana organisasi menyebarluaskan (memasarkan) produknya. Memasarkan produk tentu sangat penting sebab apabila barang yang diproduksi tidak laku, maka proses produksi akan berhenti. Artinya, proses kerja tidak akan berlangsung. Oleh sebab itu, penguasaan pasar dalam arti menyebarkan hasil produksi merupakan faktor menentukan dalam perusahaan. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera konsumen dan daya beli (kemampuan) konsumen.²⁸

3. Jenis-jenis strategi pengembangan usaha di bidang peternakan

Usaha bidang peternakan ayam ras pedaging (broiler) dapat dikembangkan dengan beberapa pola, yaitu :

²⁷ Rheza Pratama, *Pengantar Manajemen...*, hal. 14

²⁸ *Ibid.*,

a. Peternakan non mandiri (pola kemitraan)

Pola kemitraan pada usaha peternakan ayam ras pedaging (broiler) yang melibatkan peternak mitra dan perusahaan mitra bisa dikatakan sebagai pola inti plasma, dimana peternak mitra bertindak sebagai plasma dan perusahaan mitra sebagai inti. Pada pola ini, perusahaan mitra menyediakan sarana produksi peternakan berupa DOC, pakan, obat-obatan, vaksin, vitamin bimbingan teknis dan pemasaran. Sedangkan plasma menyediakan kandang dan tenaga kerja.²⁹

Faktor yang menjadi pendorong peternak bersedia mengikuti pola kemitraan adalah : 1) Tersedianya sarana produksi, 2) Adanya tenaga ahli di bidang peternakan ayam ras pedaging (broiler), 3) Modal kerja disediakan oleh inti, 4) Pemasaran telah terjamin. Kendala dari pola ini adalah rendahnya posisi tawar pihak plasma terhadap inti dan tidak transparannya dalam penentuan harga input dan output.³⁰

Menurut sumartini, akibat dari kurang transparannya penentuan harga, baik harga input (harga DOC, pakan, dan sebagiannya) maupun harga output (harga jual) mengakibatkan rendahnya pendapatan peternak program kemitraan. Kemudian, Sumartini menambahkan bahwa pada pola kemitraan ayam ras pedaging biasanya terjadi ketidakadilan karena adanya perbedaan kekuatan posisi tawar antara kelompok peternak mitra sebagai plasma dengan perusahaan mitra sebagai inti, sehingga hal ini

²⁹ Dedeh Ritta Sumiarsih, “*Analisis Efisiensi Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging Pola Kemitraan dan Pola Mandiri di Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan*”, Maduranch: Jurnal Ilmu Peternakan, Vol. 3 No. 1, 2018, hal. 8.

³⁰ *Ibid.*,

menyebabkan pihak kemitraan belum bisa memberikan pendapatan yang sesuai harapan, khususnya para peternak.³¹

b. Peternakan pola mandiri

Menurut Supriyatna dalam Ariani dkk, pola mandiri dalam peternakan ayam ras pedaging diartikan sebagai semua kegiatan peternakan mulai dari permodalan sampai hasil diatur oleh peternak itu sendiri. Peternak sebagai penanggung semua modal yang diperlukan mulai dari DOC, kandang, peralatan tenaga kerja, obat-obatan, tenaga kerja, sampai sistem pemasaran. Prinsip dari pola ini yaitu menyediakan seluruh input sampai output, sehingga keuntungan dan kerugian sepenuhnya ditanggung oleh peternak.³²

Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami bahwa peternak dengan sistem pola mandiri, semua yang terjadi selama kegiatan produksi mulai dari sistem perkandangan, pemilihan bibit, vitamin dan obat-obatan sampai pemasaran merupakan tanggung jawab dari peternak, sehingga apabila terjadi kerugian maka seorang peternak pola mandiri harus siap menghadapinya.

Dengan memiliki kebebasan usaha tanpa diatur oleh perusahaan mitra, maka dalam hal mencegah kerugian dan mendapat keuntungan maksimal peternak pola mandiri menggunakan strategi memilih DOC dengan harga murah namun tetap memiliki kualitas bagus serta memilih konsentrat yang murah juga. Konsentrat dengan harga yang cukup murah pastinya

³¹ Dedeh Ritta Sumiarsih, "Analisis Efisiensi...", hal. 8.

³² Ariani Trisna Murti, "Analisa Keuntungan Usaha Peternakan Ayam Broiler Pola Mandiri Di Kabupaten Malang (Studi Kasus Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)", *Jurnal Sosial Ekonomi Pematian*, Vol. 14 No. 1, 2020, hal. 42-43.

memiliki kandungan protein dan gizi lebih rendah, oleh karena itu peternak harus pandai berinovasi agar konsentrat tersebut bisa memiliki kandungan protein yang tinggi. Strategi yang dipakai antara lain adalah yaitu fermentasi dengan EM4 peternakan.

Fermentasi merupakan salah satu teknologi pengolahan bahan pakan secara biologis yang melibatkan aktivitas mikroorganisme guna memperbaiki gizi bahan berkualitas rendah. Bahan hasil fermentasi memiliki ketahanan lebih lama. Fermentasi dapat meningkatkan kualitas nutrisi bahan pakan, karena proses fermentasi terjadi perubahan kimiawi senyawa-senyawa organik (karbohidrat, lemak, protein, serat kasar dan bahan organik lainnya) melalui kerja enzim yang dihasilkan mikroba.³³

Manfaat EM4 peternakan pada unggas yaitu sebagai berikut:³⁴

- a) Menyeimbangkan mikroorganisme yang menguntungkan dalam perut ternak.

Dengan menggunakan produk EM4 kesehatan hewan ternak menjadi bagus. Kondisi ternak yang sehat ditandai dengan nafsu makan yang tinggi, berbobot, berak tidak encer dan lebih produktif untuk menghasilkan telur (pada ayam petelur).

- b) Mengurangi stress pada ternak.

Hewan ternak khususnya ayam broiler merupakan jenis hewan ternak yang mudah stress. Apabila ada tekanan dari lingkungan luar, seperti ada suara-suara yang membuat ayam-ayam tersebut kaget,

³³ Najmah Ali, dkk, “Pemberian Dedak Yang Difermentasikan Dengan EM4 Sebagai Pakan Ayam Broiler”, Jurnal Ilmu Pertanian, Vol. 4 No. 1, 2019, hal. 1-2.

³⁴ Burhani, “Aplikasi Penggunaan EM-4 Pada Peternakan” dalam <http://cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/87401/Aplikasi-Penggunaan-EM-4-Pada-Peternakan-/>, diakses pada 2 April 2021.

perubahan suhu dan cuaca, perubahan jenis pakan, dan sebagainya maka bisa menyebabkan stress yang memicu nafsu makan menurun bahkan bisa mengakibatkan kematian. Dengan menggunakan pakan yang difermentasikan produk EM4 peternakan dengan dosis yang tepat maka ayam broiler akan lebih tahan terhadap berbagai tekanan yang timbul.

c) Memperbaiki dan meningkatkan kesehatan ternak.

Produk EM4 peternakan bisa mengatasi berbagai penyakit yang paling ditakuti seperti tetelo, ngorok, berak kapur, bahkan penyakit seperti flu burung. Selain itu dengan menggunakan pakan yang telah difermentasikan EM4 peternakan, kesehatan jantung ayam semakin kuat.

d) Meningkatkan mutu daging ternak.

Kualitas daging yang dihasilkan pada hewan ternak khususnya ayam broiler dan telah diberi pakan konsentrat yang difermentasikan dengan produk EM4 peternakan menjadi lebih bagus. Pada ayam broiler yang diberi pakan biasa, daging yang dihasilkan lembek dan banyak mengandung lemak, sedangkan yang diberi pakan dengan fermentasi produk EM4 peternakan kualitas daging yang dihasilkan berbeda yaitu lebih padat dan tidak mengandung lemak berlebihan hampir seperti daging ayam kampung.

e) Memperbaiki kesuburan ternak.

Produk EM4 peternakan bisa digunakan untuk meningkatkan kesuburan hewan ternak karena bau dan rasanya yang manis

menjadikan nafsu ayam terhadap pakan yang telah dicampur produk EM4 pertanian menjadi tinggi.

- f) Mencegah bau tak sedap pada kandang ternak dan kotoran ternak.

Seperti yang telah diketahui bahwa manfaat EM4 peternakan yaitu mengurangi penyakit berak kapur dan encer, apabila berak ayam broiler yang dihasilkan bagus maka bau kotoran yang ditimbulkan tidak terlalu menyengat sehingga tidak terlalu banyak datang lalat yang membawa sumber penyakit di kandang. Penyemprotan kandang dengan produk EM4 peternakan yang telah dicampur dengan air bisa mengurangi bau dari kotoran dan mencegah pertumbuhan kuman-kuman yang ada di kandang.

B. Konsep Peternakan Ayam Broiler

1. Pengertian Peternakan

Ternak adalah tempat pengembangbiakan dan budidaya ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan ini. pengertian peternakan tidak terbatas pada pemeliharaan saja. Memelihara dan beternak perbedaannya terletak pada tujuan yang ditetapkan. Tujuan peternakan adalah mencari keuntungan dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada faktor-faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal.³⁵

Jenis hewan ternak bermacam banyaknya, mulai dari sapi, kambing, kerbau, kuda, ayam, itik, bebek, lebah madu, dan masih banyak jenis lainnya. Masing-masing dari hewan ternak tersebut diambil manfaat dan hasilnya.

³⁵ Icuk Ranga Bawono dan Erwin Setiadi, *Optimalisasi Potensi Desa di Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2019), hal. 65.

Hewan ternak itu dapat dijadikan pilihan untuk dternakkan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.³⁶

Tujuan dari peternakan sendiri yaitu tujuan komersial sebagai cara untuk memperoleh keuntungan. Namun ada juga yang beternak dengan tujuan ingin memanfaatkan sumber daya seperti mengisi waktu luang, tetapi meskipun demikian aspek modal dan keuntungan juga harus diperhatikan agar tidak terjadi kebangkrutan. Dalam usaha peternakan adapun manajemen pemeliharaan yang perlu diperhatikan guna mendapat keuntungan yang optimal, yaitu:

a. Seleksi bibit

Seleksi DOC (*day old chick*) atau yang lebih dikenal dengan bibit ayam merupakan tahap yang harus diperhatikan karena pertumbuhan dan perkembangan ayam yang cepat didukung oleh kualitas bibit yang bagus. Berikut merupakan pedoman dalam pemilihan bibit yang bagus:

- a) Memilih bibit dari indukan yang sehat agar tidak membawa penyakit bawaan. Apabila tiga hari bibit ayam sudah banyak yang mati, sedangkan tidak ada hal lain yang patut dicurigai sebagai penyebab kematiannya, bisa jadi pemicunya adalah induk yang tidak sehat.
- b) Memilih DOC atau bibit berdasarkan bobot yang baik. Apabila ukuran atau bobot anak ayam relatif kecil, kemungkinan dipengaruhi oleh telur tetas ayam tersebut. Telur tetas yang besar biasanya menghasilkan bibit yang besar, begitu pula sebaliknya. Pembibit yang baik biasanya melakukan seleksi ketat saat setelah penetasan.

³⁶ Icuk Ranga Bawono dan Erwin Setiadi, *Optimalisasi...*, hal. 65.

- c) Memilih anak ayam dengan kondisi matanya cerah atau bercahaya, aktif serta tampak segar.
- d) Memilih bibit yang tidak cacat secara fisik, misalnya kaki bengkok, mata buta, atau kelainan lainnya yang dapat dilihat secara fisik. Bibit yang sehat umumnya memiliki bulu yang kering dan halus.
- e) Tidak ada lekatan tinja di duburnya.³⁷

Bibit ayam yang dipilih layakanya sesuai dengan kriteria pedoman-pedoman tersebut, tetapi pada praktiknya, bibit dijual dalam bentuk boks yang sudah diikat sehingga sulit untuk memilih. Jadi, sebagai peternak harus pandai dalam memilih pembibit yang baik yang benar-benar menjual bibit unggul serta sudah divaksin.

b. Pakan

Pemberian pakan untuk ayam broiler adalah *full feed*. Artinya, tabung pakan tidak boleh dalam keadaan kosong. Walaupun demikian, sebaiknya tabung tidak diisi penuh. Penambahan pakan dilakukan sehari minimal tiga kali dan wadah pakan sering digoyang. Hal ini bertujuan untuk merangsang nafsu makan ayam. Apabila peternak ingin mengganti jenis pakan dari pabrik, sebaiknya jangan langsung mengganti dengan yang baru tetapi dilakukan secara bertahap dengan cara mencampur antara pakan yang lama dan yang baru agar ayam tidak mengalami stress hingga ayam terbiasa dengan pakan barunya.³⁸

³⁷ Muhammad Rasyaf, "Panduan...", hal. 16-18.

³⁸ Hari Santoso dan Tiik Sudaryani, *Panduan Praktis Pembesaran Ayam Pedaging, Edisi Revisi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2015), hal.28.

c. Kandang

Fungsi perkandangan secara umum yaitu memberikan kenyamanan pada ayam yang dipelihara agar dapat tumbuh dengan baik sehingga memberikan produksi yang optimal. Selain itu, fungsi kandang yaitu melindungi ayam dari sengatan sinar matahari, hujan, angin atau binatang buas, mempermudah penanganan dan produksi yang lebih baik. Kandang harus dibuat nyaman mungkin, karena kondisi yang kurang nyaman membuat performa ayam tidak optimal.

Lokasi kandang yang baik yaitu terdapat sumber mata air yang baik dan memadai, dekat dengan pemasaran, akses jalan mudah, jauh dari pencemaran dan peternakan lain, jauh dari pemukiman penduduk, kondisi dan struktur tanah berhubungan dengan keamanan, serta memungkinkan untuk melakukan pengembangan.³⁹

d. Sistem perkawinan

Para peternak biasanya mengawinkan ayam broiler dengan cara inseminasi. Inseminasi yaitu sperma ayam jantan diambil menggunakan suntik kemudian disuntikkan ke ayam betina. Cara ini cukup mudah dan praktis, sehingga banyak peternak yang menggunakan cara ini.⁴⁰

e. Kesehatan hewan

Kesehatan merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam usaha peternakan ayam broiler. Dengan memperhatikan pemilihan bibit ayam yang sehat dan telah diberi vaksin, pemberian pakan yang memiliki

³⁹ Ferry Tamalluddin, *Panduan Lengkap Ayam Broiler*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2016), hal. 28-30.

⁴⁰ Agus Harianto, "Apakah Ayam Broiler Bisa Bertelur Dan Bisa Ditetaskan" dalam <https://hobiternak.com/apakah-ayam-broiler-bisa-bertelur/#more-12058>, diakses pada tanggal 6 Juli 2021.

kualitas nutrisi baik, pengawasan secara terus menerus, pemberian vitamin yang sesuai dengan anjuran, serta kebersihan kandang terjaga maka hewan ternak akan terbebas dari berbagai macam penyakit.

f. Pemeliharaan

Pemeliharaan broiler harus dilakukan secara intensif. Kandang dibuat dengan persyaratan teknis yang memadai dalam satu tempat. Pakan yang diberikan dalam pemeliharaan merupakan pakan yang berkualitas dengan pemberian yang terkontrol agar nutrisi ayam terpenuhi. Selain itu, perlu dilakukan pengawasan secara terus-menerus, baik ayam dalam kondisi sehat maupun sakit. Diperlukan juga manajemen usaha yang terencana, terprogram, dan mampu dilaksanakan dengan baik. Dengan menjalankan semua langkah ini, usaha peternakan ayam akan menghasilkan keuntungan yang optimal.⁴¹

g. Pemasaran.

Seiring laju pertumbuhan jumlah penduduk menyebabkan tuntutan permintaan protein hewani khususnya ayam broiler meningkat. Hal ini didukung oleh harga yang dibandrol cukup murah dan lezat dagingnya yang sudah dikenal konsumen. Dalam memenuhi permintaan pasar, ayam broiler ditawarkan dalam berbagai bentuk, baik dalam kondisi mentah maupun olahan. Dalam kondisi mentah, biasanya ayam dipotong dan sudah dibersihkan bulunya. Bagian dalam (jeroan) dijual terpisah. Namun, ada juga bagian kecil ayam seperti kaki, sayap, dan kepala yang dijual terpisah.⁴²

⁴¹ Ferry Tamalluddin, *Panduan*, ... hal. 43.

⁴² Bambang Cahyono, *Ayam Buras Pedaging*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011), hal. 8-9.

Prospek pemasaran daging ayam broiler tidak terbatas. Dengan harga yang cukup terjangkau maka semua orang bisa menikmati masakan dengan bahan dasar ayam broiler ini. Tetapi walaupun demikian, sistem pemasaran harus diperhatikan terutama pada peternakan pola mandiri agar terhindar dari kerugian. Peternak harus bisa manajemen jumlah ayam yang sesuai dengan kemampuan penjualan agar nantinya tidak mengulur waktu panen yang terlalu lama. Karena jika waktu terlalu lama mengakibatkan performa ayam turun dan biaya modal yang dikeluarkan semakin banyak. Beberapa cara yang bisa dipakai agar peternak tidak mengulur waktu panen yaitu dengan memiliki pelanggan pedagang pengepul (tengkulak dan broker), penjual ayam di pasar, dan sebagiannya. Dengan semakin kuatnya jaringan bisnis, maka semakin mudah usaha dijalankan.⁴³

Pemberian pakan yang memiliki kandungan gizi bagus akan berpengaruh terhadap pertumbuhan hewan. Hewan ternak dari bibit yang berkualitas dan diberi pakan yang bermutu tentunya akan menghasilkan hewan dengan bobot, daging, dan pupuk yang dihasilkan juga berkualitas baik.⁴⁴ Begitupun jika peternak memiliki jaringan pemasaran yang baik maka penjualan ayam ras pedaging (broiler) dapat dilakukan dengan mudah dan lancar.

2. Konsep Ayam Broiler

a. Pengertian Ayam Broiler

Ayam broiler merupakan jenis ternak ayam yang pemeliharaannya tergolong mudah, paling cepat pertumbuhannya, dan tidak terlalu banyak

⁴³ Bambang Cahyono, *Ayam Buras...*, hal. 14.

⁴⁴ Icku Ranga Bawono dan Erwin Setiadi, *Optimalisasi...*, hal. 66-68.

biaya pemeliharaannya. Dalam umur beberapa minggu, daging ayam broiler sudah bisa dikonsumsi.⁴⁵

Ayam ras pedaging (broiler) merupakan jenis ayam yang memiliki kelebihan tertelak pada dagingnya yang banyak. Ayam ras pedaging ini bisa dikatakan sebagai ayam jantan dan betina yang masih muda berumur dibawah 8 (delapan) minggu dan dijual dengan bobot tertentu, pertumbuhannya cepat, serta memiliki dada yang lebar dengan timbunan daging yang baik dan banyak.⁴⁶

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa ayam broiler dapat menghasilkan badan yang besar, bulat, berisi, dan berbobot dalam waktu yang singkat. Biasanya ayam ini identik dengan bulu berwarna putih sampai ke kaki. Ayam broiler yang dewasa akan bergerak lebih lambat atau lebih suka berdiam ditempat. Oleh karena itu peternak biasanya memberi pakan tidak terlalu banyak kalau ayam sudah memasuki usia 30 (tiga puluh) hari.

b. Bibit Ayam Broiler

Pemilihan bibit ayam broiler biasanya berbeda-beda tergantung lembaga yang mengembangkannya. Perbedaannya biasanya terletak pada pertumbuhan ayam, konsumsi ransum, dan konversi ransumnya.

a) Pertumbuhan Ayam

Pertumbuhan ayam jika masih bibit tidak semuanya sama. Ada bibit yang awalnya tumbuh sangat cepat namun ketika di akhir biasa-biasa saja, atau sebaliknya. Hal ini dipengaruhi oleh pihak pembibit,

⁴⁵ Neni Suhaeni, *Petunjuk Praktis Beternak Ayam Broiler*, (Bandung: Nuansa, 2007), hal. 9.

⁴⁶ Muhammad Rasyaf, *Panduan*,... hal. 5-7.

peternak, atau lembaga yang membibitkan ayam tersebut. Pertumbuhan bibit yang cepat diawal akan membantu peternak dalam mencapai sasaran manajemennya karena umumnya ayam dijual ketika sudah memasuki usia 5-6 minggu. Apabila pertumbuhan yang cepat terjadi di akhir, maka peternak harus lebih memperhatikan pemasarannya.

Peternak harus memperhatikan hal penunjang lainnya seperti pemberian ransum. Pertumbuhan yang cepat biasanya dibarengi dengan konsumsi ransum yang lebih banyak, tingkat mortalitas bibit yang tinggi, atau penumpukan lemak yang meningkat di akhir masa pemeliharaan. Hal ini akan berdampak terhadap konversi ransum dan biaya produksi. Oleh karena itu, peternak harus memperhatikan konsumsi ransum dan mortalitasnya serta melakukan pengawasan dengan cara melakukan fungsi pengendalian dan fungsi pengawasan dalam ha menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.⁴⁷

b) Konsumsi Ransum

Pertumbuhan yang cepat dipengaruhi oleh seberapa banyak hewan mengonsumsi ransum. Ayam broiler merupakan jenis ayam yang suka makan, jadi apabila ayam terus diberi ransum tanpa memperhatikan porsi maka ayam tersebut akan terus makan sepuasnya sampai kekenyangan. Oleh karena itu, pemberian ransum sebaiknya sesuai dengan taraf konsumsi ransum pada batas tertentu sehingga kemampuan prima ayam akan muncul.

⁴⁷ Muhammad Rasyaf, *Panduan...*, hal. 11-12.

c) Konversi Ransum

Dari masa ke masa, Konversi ransum akan terus diperbaiki oleh para pembibit. Karena konversi ini melibatkan pertumbuhan ayam dan konsumsi ransum. Peternak selalu mengharapkan ayam yang memiliki daya pertumbuhan cepat dengan makanan yang sedikit, artinya jumlah ransum yang dikonsumsi dapat menunjang pertumbuhan dengan cepat. Hal ini berarti efisiensi penggunaan pakan yang baik. Pertumbuhan yang cepat diartikan sebagai pertumbuhan diusahakan sesuai dengan ambang atas genetisnya, sedangkan dalam bisnis jika pertumbuhan cepat maka waktu jual akan cepat dicapai.⁴⁸

c. Faktor Pendukung Pertumbuhan Ayam

Dalam pertumbuhan suatu makhluk hidup pasti dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu:

a) Makanan

Pertumbuhan yang cepat tidak akan terlihat jika tidak didukung dengan pemberian ransum yang mengandung protein dan asam amino yang seimbang sesuai dengan kebutuhan ayam. Ransum juga harus memenuhi syarat kuantitas karena jumlah ransum yang dimakan berkaitan dengan jumlah unsur nutrisi yang masuk sempurna ke dalam tubuh ayam.⁴⁹

b) Temperatur Lingkungan

Ayam ras pedaging (broiler) akan tumbuh optimal pada temperature lingkungan 19-21°C. Jika ayam berada pada kondisi

⁴⁸ Muhammad Rasyaf, *Panduan...*, hal. 13-14.

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 14.

panas, maka ayam akan cenderung lebih banyak minum daripada makan. Hal ini akan menyebabkan ayam akan kekurangan nutrisi, sehingga kelebihan ayam tidak tampak.⁵⁰

c) Pemeliharaan

Bibit yang baik tentunya membutuhkan pemeliharaan yang baik pula. Perawatan ini mencakup pemberian vaksinasi yang baik dan benar juga agar keunggulan ayam bisa tampak.⁵¹

3. Pengertian Bisnis peternakan ayam

Pada dasarnya dalam mengelola suatu usaha peternakan, baik untuk ayam ras pedaging maupun ayam petelur adalah untuk mendapatkan keuntungan maksimal dari mengalokasikan input seminimal mungkin.⁵² Tetapi dalam berbisnis peternakan harus diperhatikan beberapa faktor-faktor, diantara:

a. Kondisi lingkungan sekitar

Kondisi lingkungan merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam memulai usaha ini. karena jika masyarakat tidak mendukung maka selanjutnya akan menimbulkan banyak masalah. Oleh karena itu alangkah baiknya jika berbisnis ini harus jauh dari pemukiman warga serta harus memikirkan kondisi kandang agar tidak menimbulkan bau. Hal yang bisa dilakukan yaitu dengan menaruh pakan ditempat yang tepat agar tidak tercecer dan tercampur dengan kotoran yang menimbulkan bau tak sedap. Dalam hal ini sirkulasi kandang juga harus diperhatikan karena kalau

⁵⁰ Muhammad Rasyaf, *Panduan...*, hal. 14.

⁵¹ *Ibid...*, hal. 15.

⁵² Imam Rahayu, dkk, *Panduan Lengkap Ayam*, (Depok: Penebar Swadaya, 2011), hal. 22-

kandang kurang udara maka bau akan lebih tercium dan ayam pun juga kurang sehat.

b. Kualitas pakan

Memilih pakan yang memiliki kualitas super akan menjadikan ayam sehat dan cepat besar. Pemberian vitamin dan nutrisi secara rutin akan menjadikan bobot ayam cepat bertambah serta kekebalan tubuh ayam akan semakin kuat, karena jika ayam terkena virus penyakit akan menyebar secara cepat apabila ayam tidak memiliki kekebalan maka ayam banyak yang terlular. Solusi lain untuk menambah kekebalan tubuh dan penguatan jantung yaitu mencampur pakan dengan bubuk jagung. Hal ini selain untuk kesehatan juga bermanfaat untuk efisiensi modal.

c. Jaringan pemasaran

Sebenarnya pemasaran ayam tidaklah sulit bagi peternakan yang sudah memiliki pedagang pengepul langganan tetapi biasanya pedagang besar menawarkan harga lebih rendah daripada pedagang ecer di pasaran. Hal ini yang biasanya sangat dipertimbangkan peternakan mandiri dalam menjual ayam, apalagi saat ini harga ayam cenderung rendah berturut-turut.

4. Perkembangan Ayam Broiler di Indonesia

Usaha peternakan ayam sangat berkembang pesat di Indonesia. Selain karena kondisi iklim yang mendukung, ayam broiler merupakan sumber protein hewani tinggi yang bisa memenuhi kebutuhan gizi masyarakat Indonesia dengan harga cukup terjangkau di semua kalangan. Hal ini menjadikan beternak ayam broiler memberi kontribusi yang besar pada pendapatan asli daerah, menyerap tenaga kerja dan meningkatkan

produktivitas masyarakat. Minat masyarakat terjun di bisnis yaitu dengan alasan modal yang di keluarkan tidak terlalu banyak, dengan pemeliharaan yang tidak terlalu rumit, serta usia antara bibit sampai panen tidak lama hanya berkisar 35-40 hari. Di umur yang cukup singkat tersebut bobot ayam sudah mencapai rata-rata berat 2 kg bahkan lebih, sedangkan ayam kampung dengan usia segitu bobot yang dihasilkan belum ada separuhnya ayam ras pedaging (broiler) ini. kekaguman dan minat masyarakat semakin tinggi jika sudah menggeluti bidang usaha ini.

Ayam broiler memiliki sejarah yang cukup panjang. Dahulu, sebelum ayam pedaging berkembang, broiler adalah ayam jantan muda yang diafkir dari peternakan. *breeding*-nya sendiri dimulai sekitar tahun 1916. Broiler berasal dari hasil persilangan pejantan bangsa *Cornish* (ayam kelas inggris yang mempunyai karakteristik tulang besar). daging ayam hasil persilangan itu mulai diperkenalkan padatahun 1930-an, dan menjadi populer tahun 1960-an. Namun, hasil persilangan ini memiliki masalah, misalnya fertilitas rendah, pertumbuhan lambat dan mudah terserang penyakit. Melalui berbagai tahapan seleksi dan rekayasa genetic, kini broiler modern memiliki karakteristik berbeda dari ayam persilangan *Cornish* dan *Plymouth rocks*.⁵³

Semula ayam yang dipotong adalah ayam petelur, tetapi saat masyarakat luas masih banyak yang antipasti terhadap ayam broiler (mereka lebih terbiasa mengonsumsi ayam kampung) terus berkembang, maka pemasaran ayam broiler semakin sulit dan mengakibatkan kerugian. Akhirnya, akhir periode 1980-an, pemegang kekuasaan mencanangkan penggalang konsumsi daging

⁵³ Wawan Hendriyanto, *Sukses Beternak & Berbisnis Ayam Pedaging (Broiler)*, (Yogyakarta: Laksana, 2019), hal. 10-11.

ayam untuk menggantikan ataupun membantu konsumsi daging ruminansia yang semakin sulit keberadaannya. Kondisi pun semakin membaik, banyak apara peternak ayam broiler bangkit, dan peternak musiman bermunculan seiring permintaan daging yang semakin banyak. Dari sinilah daging ayam broiler komersial mulai dikenal dan perlahan diterima masyarakat luas sebagai ayam konsumsi.⁵⁴

Kekaguman masyarakat dan minat pemodal semakin tergugah setelah mengetahui bahwa ayam broiler dapat dijual sebelum umur 8 (delapan) minggu. Sebab pada usia tersebut, bobot tubuhnya hampir sama dengan bobot ayam kampung usia 1 (satu) tahun. Masyarakat pun mulai mengenal ayam broiler sebagai pesaing ayam kampung dengan rasa empuk dan berdaging banyak. Namun, terdapat beberapa peternak yang mengeluh bahwa beternak ayam broiler cukup repot dan tidak tahan penyakit. Sebenarnya hal tersebut tidak akan terjadi jika manajemen yang ditetapkan benar.⁵⁵

C. Peternakan Ayam Ras Pedaging (Broiler) Pola Mandiri

Pola mandiri adalah bentuk usaha budidaya ayam potong atau ayam ras pedaging yang dilakukan oleh peternak tanpa bantuan dari pihak lain, baik dari pengadaan input, teknis budidaya sampai ke sistem pemasarannya. Peternak pola mandiri tidak mendapat bimbingan teknis dari lembaga atau badan yang terkait, peternak cenderung menggali ilmu peternakan sendiri.⁵⁶

Pada pola ini peternak bebas memasarkan produknya, baik dalam jumlah dan waktu ataupun kepada siapa akan dipasarkan. Bebasnya waktu penjualan ini

⁵⁴ Wawan Hendriyanto, *Sukses Beternak...*, hal. 11-12.

⁵⁵ *Ibid.*, hal. 12-13.

⁵⁶ Harianto, dkk, "Perbandingan Pendapatan Dan Efisiensi Usaha Peternakan Ayam Potong Pada Berbagai Pola Usaha Di Kabupaten Bengkulu Utara", *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, Vol. 31 No.2, 2019, hal 127-128

dijadikan para peternak pola mandiri untuk menentukan waktu memasarkan yang baik. Peternak cenderung menjual saat harga tinggi, sehingga akan mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Tetapi lamanya masa pemeliharaan juga akan mempengaruhi biaya-biaya variabel yang dikeluarkan semakin tinggi terutama pada pakan dan tenaga kerja. Biaya mengenai obat-obatan dan vitamin akan tinggi, karena peternak mengantisipasi serangan penyakit akibat kurangnya pemahaman ternak tentang kesehatan ayam peliharaan karena tidak adanya bimbingan teknis budidaya.⁵⁷

Keunggulan dari pola ini adalah keuntungan bisa lebih maksimal karena biaya sapronak bisa lebih rendah. Peternak bisa memilih sapronak seperti DOC, merk pakan, obat-obatan, dan lainnya sehingga kualitasnya bisa terjamin (tergantung modal yang dikeluarkan). Harga jual ayam bisa lebih tinggi karena biaya pemasarannya lebih rendah.⁵⁸ Agar bisa menjalankan usaha ayam ras pedaging (broiler) dengan pola mandiri, maka hal berikut harus diperhatikan, diantaranya:

1. Kekuatan modal

Modal merupakan hal yang penting diperhatikan dalam usaha peternak ayam ras pedaging (broiler) pola mandiri karena apabila kekurangan modal, usaha tersebut bisa berhenti dijalan. Modal tersebut meliputi biaya sewa atau membuat kandang, biaya sapronak, dan biaya operasional yang dikeluarkan juga besar.⁵⁹

⁵⁷Harianto, dkk..., "*Perbandingan Pendapatan*", hal. 128-130.

⁵⁸ Veby Ramadhani, *Faktor Pengambilan...*, hal. 24.

⁵⁹ *Ibid.*, hal. 24-25.

2. Ketrampilan beternak

Dalam peternakan pola mandiri, ketrampilan beternak merupakan hal yang harus dikuasai. Baik atau buruknya *performance* ditanggung sendiri sebab tidak ada bimbingan teknis dari lembaga ahli seperti pada pola kemitraan. Apabila peternak tidak menguasai ilmu beternak maka modal akan menjadi taruhannya, bisa saja terjadi *performance* buruk pada ayam pedaging atau bahkan dicurangi oleh pekerja kandang atau anak kandang.⁶⁰

3. Kemampuan memasarkan (pengetahuan tentang pasar)

Pemasaran merupakan bagian penting dalam suatu bisnis. Peternak pola mandiri harus menguasai ilmu pemasaran agar produknya bisa laku dan terhindar dari kerugian. Peternak harus bisa melihat jumlah ternak yang dipelihara dengan kemampuan penjualan. Waktu panen yang terlalu lama dapat mengakibatkan *performance* ayam turun karena proses panen sehingga mengakibatkan ayam drop karena stress dan nantinya menyebabkan pertumbuhan terhambat dan bobot ayam turun.⁶¹

4. Jaringan bisnis

Membangun jaringan bisnis akan mempermudah peternak untuk memperlancar proses persiapan produksi, produksi, dan pemasaran. Jaringan bisnis yang dibangun antara lain dengan *supliyer* DOC, pakan, OVK, para tengkulak, broker atau penjual ayam. Semakin banyak jaringan yang dibangun maka bisnis akan semakin mudah. Sebagai peternak, jangan sampai usaha yang dijalani belum mendapatkan *supliyer*

⁶⁰ Veby Ramadhani, *Faktor Pengambilan...*, hal. 25.

⁶¹ *Ibid.*,

sapronak yang murah, kemana harus menjual ayam, berapa ukuran ayam yang bisa diterima dipasaran. Dengan melihat hal tersebut maka biaya produksi akan menjadi lebih efisien.⁶²

Peternak dengan sistem mandiri memiliki keunggulan yaitu semua serba dijalankan sendiri, tanpa ada campur tangan pihak lain, dan tanpa harus mengikuti aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan mitra. Peternak bebas memilih pakan yang murah dengan berinovasi agar pakan murah tersebut tetap mengandung protein tinggi sehingga kebutuhan protein dan gizi pada ayam ras pedaging tetap terpenuhi. Apabila protein dan zat gizi terpenuhi maka ayam akan sehat dan pertumbuhan cepat. Selain itu, peternak memiliki kebebasan panen dalam waktu kapanpun dan kebebasan menjual kepada pedagang manapun.

D. PENELITIAN TERDAHULU

Karya penelitian tentang pengembangan atau pengelolaan peternakan ayam telah banyak dihasilkan oleh para akademis, baik dalam bentuk buku, jurnal maupun skripsi. Karya-karya tersebut antara lain;

Penelitian yang dilakukan oleh Juliana R. Tampubolon dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Peternak Ayam Broiler (Studi Kasus Peternak Ayam Broiler Tanjung Morawa).⁶³ Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa ayam broiler adalah ayam ras hasil pemurnian genetik yang memiliki keunggulan-keunggulan produksi. Keunggulan yang dimiliki yaitu tingkat pertumbuhan cepat, kemampuan menimbun daging sangat baik. Kelebihan ayam broiler dari segi

⁶² Veby Ramadhani, *Faktor Pengambilan...*, hal. 25.

⁶³ Juliana R. Tampubolon, *Strategi Pengembangan Usaha Peternak Ayam Broiler (Studi Kasus Peternak Ayam Broiler Tanjung Morawa)*, Universitas Sumatera Utara: Skripsi Diterbitkan, 2017.

usaha adalah modal yang dikeluarkan cukup, lahan yang dibutuhkan tidak begitu luas dan perputaran uang bisa cepat.

Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa pada matriks SWOT menghasilkan 4 (empat), yaitu: 1) Peningkatan kapasitas produksi yaitu dengan menambah kandang. 2) Memberikan jaminan dalam permodalan dan mengoptimalkan teknologi yang ada. 3) Harga sesuai dengan kualitas produksi. 4) Mendistribusikan produknya keluar daerah.⁶⁴

Selanjutnya penelitian lain yang dilakukan oleh Jajang Hawari Ramadhan dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Ayam Ras Petelur Skala Kecil Di Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo.⁶⁵ Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dari hasil analisis internal menghasilkan lima faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan usaha. Dengan kekuatan utama yaitu kualitas pelayanan yang baik dan kelemahan utama yaitu promosi belum maksimal. Sedangkan hasil analisis faktor eksternal terdapat lima faktor yang menjadi peluang dan ancaman. Dengan peluang utama yaitu adanya perkembangan teknologi dan ancaman utama yaitu persaingan antar usaha sejenis.

Berdasarkan analisis SWOT , diperoleh empat strategi alternatif utama yaitu menjalin kerjasama yang baik dan subsistem hulu hingga subsistem hilir, memperkuat modal dengan bekerjasama dengan pemerintah agar usaha semakin berkembang, menjaga hubungan baik dengan masyarakat setempat dalam aktivitas pengembangan usaha, meningkatkan kapasitas produksi dan kesehatan ternak

⁶⁴ Juliana R. Tampubolon, *Strategi Pengembangan Usaha Peternak Ayam Broiler (Studi Kasus Peternak Ayam Broiler Tanjung Morawa)*, Universitas Sumatera Utara: Skripsi Diterbitkan, 2017.

⁶⁵ Jajang Hawari Ramadhan, *Strategi Pengembangan Usaha Ayam Ras Petelur Skala Kecil Di Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo*, Universitas Sebelas Maret: Skripsi tidak diterbitkan, 2015.

dengan menambah jumlah ternak dan menjaga kebersihan, pemberian vaksin dan pemeliharaan yang tepat.⁶⁶

Kemudian penelitian lain yang dilakukan oleh I Dewa Gede Bagus Eka Priyatna dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging (Broiler) Ananta Guna Di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar.⁶⁷ Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kondisi lingkungan internal berupa kekuatan yaitu produk yang berkualitas tinggi, harga yang terjangkau, menggunakan saluran distribusi langsung, promosi yang cukup optimal, kepuasan kerja karyawan cukup tinggi, kondisi kerja yang berbeda, tidak memiliki cabang usaha, tidak membuat laporan keuangan, masih lemahnya pendelegasian tugas. Kondisi eksternal yang menyangkut peluang adalah dapat meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, adanya kerjasama dengan usaha sejenis, mendapat dukungan dari masyarakat, kemampuan dalam memanfaatkan teknologi dengan baik. Faktor yang menjadi ancaman yaitu kebijakan perekonomian, keberadaan pesaing, tertundanya aktivitas usaha karena kegiatan keagamaan.

Lalu penelitian lain yang dilakukan oleh Ahmad Jamaludin, dkk dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Ayam Ras Pedaging (Broiler) di Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri.⁶⁸ Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa: 1) Berdasarkan analisis lingkungan IE (Internal-Eksternal) dari kekuatan dan peluang berupa menerapkan SOP (Standard Operating Procedure) sebagai acuan

⁶⁶ Jajang Hawari Ramadhan, *Strategi Pengembangan Usaha Ayam Ras Petelur Skala Kecil Di Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo*, Universitas Sebelas Maret: Skripsi tidak diterbitkan, 2015.

⁶⁷ I Dewa Gede Bagus Eka Priyatna, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging (Broiler) Ananta Guna Di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar*, Vol. 7 No.2, 2016.

⁶⁸ Ahmad Jamaludin, dkk, *Strategi Pengembangan Usaha Ayam Ras Pedaging (Broiler) di Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri*, Jurnal Ilmiah Fillia Cendekia, Vol. 4 No. 2, 2019.

untuk mendapatkan target yang diinginkan dan menghindari dampak lingkungan sekitar, mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, dan sebagainya.

2) Strategi yang merupakan kelemahan sekaligus peluang dan ancaman yaitu memberi kontrol kepada peternak untuk meningkatkan kualitas daging sehingga bisa bersaing dengan pangsa pasar, meningkatkan sistem manajemen peternakan dan menghindari ketergantungan pada satu agen penjualan.

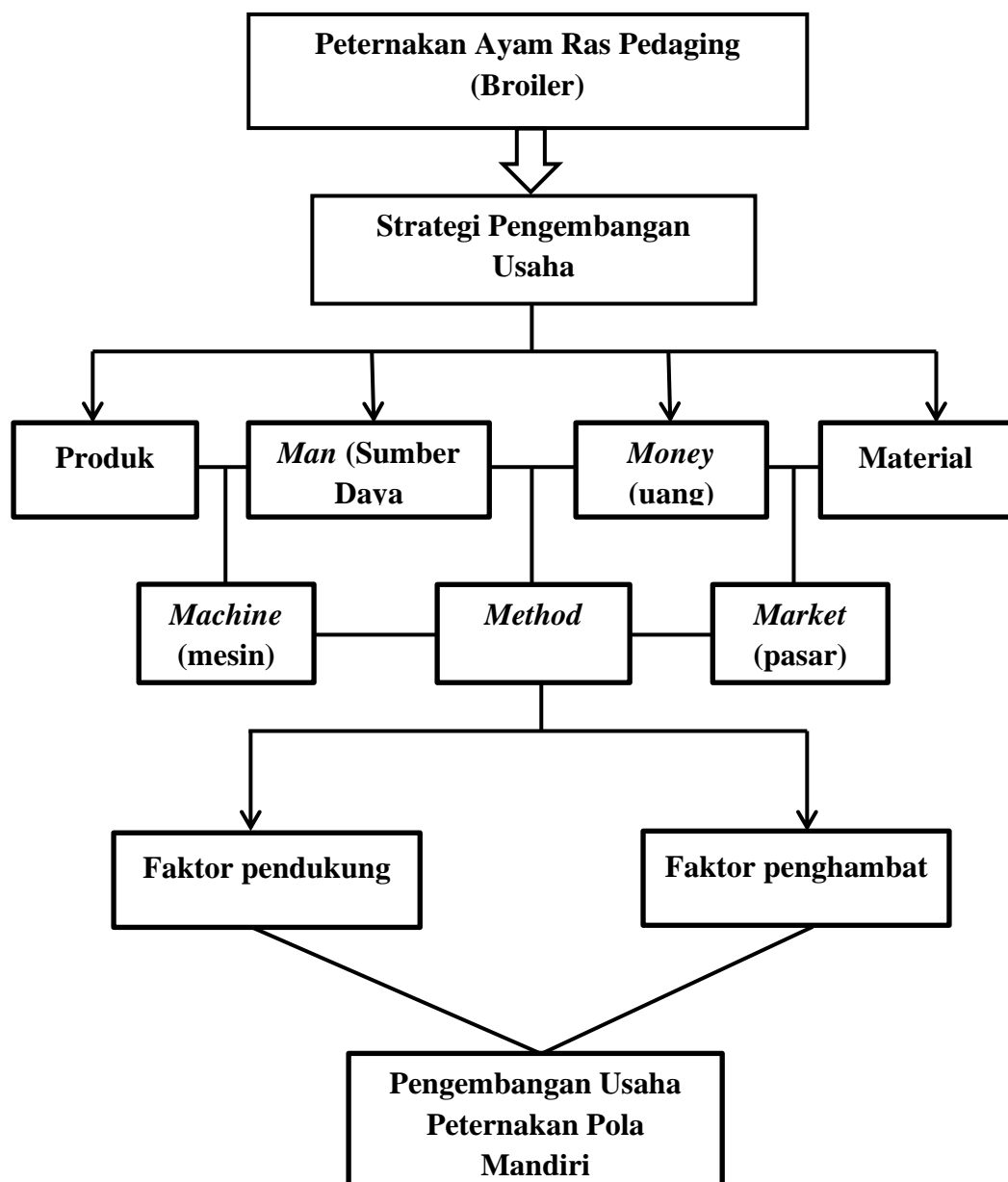
Serta penelitian lain yang dilakukan oleh Rizki Andika Kurniawan dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Broiler di CV Rizki Jaya.⁶⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis penyusunan strategi manajemen pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dalam pengembangan omzet CV. Rizki Jaya Kecamatan Balongpanggang Kabupaten Gresik yaitu dari hasil analisis SWOT skor kekuatan 2,68 kelemahan 0,33 peluang 2,25 ancaman 0,37. Dari nilai diagram SWOT dapat dilihat dari selisih nilai skor kekuatan dan kelemahan nilai skor kekuatan lebih tinggi. Sedangkan nilai skor selisih peluang dan ancaman nilai skor tertinggi yaitu peluang. Sehingga menunjukkan bahwa CV Rizki Jaya telah berada pada jalur yang tepat untuk mengembangkan usahanya dan terus melakukan strategi agresif guna mendorong peningkatan omzet.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini pasti terdapat keterkaitan dan perbedaan. Keterkaitan kelima penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi yang digunakan dalam pengembangan suatu usaha pada ternak ayam. Perbedaannya yaitu terkait dengan variabel penelitian dan hal ini dijelaskan

⁶⁹ Rizki Andika Kurniawan, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Broiler di CV Rizki Jaya*, Jurnal Riset Entrepreneurship, Vol. 2 No.2, 2019.

dalam penelitian dari Jajang Hawari Ramadhan bahwa variabelnya terkait dengan strategi pengembangan usaha dengan menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Sedangkan dalam penelitian penulis variabelnya terkait dengan strategi pengembangan usaha dengan menganalisis dari segi produk, *man*, *money*, *material*, *machine* (mesin), *metode*, *market*.

E. KERANGKA BERFIKIR



Sumber: dikelola oleh peneliti