

Journal of Engineering Science and Technology Management

| ISSN (Online) 2828-7886 |



Article

Analysis of Profits and Development Strategies for Broiler Chickens in Mitra Pokphand Chicken Farms

Rico Mandana Putra¹, Uun Novalia Harahap², and Denny Walady Utama³

Prodi Teknik Industri Fakultas Teknik Dan Komputer Universitas Harapan Medan^(1,2,3)

E-mail: ricomandanaputra2019163@email.com

ARTICLE INFORMATION

Volume 4 Issue 1
Received: 06 Februari 2024
Accepted: 09 Maret 2024
Publish Online: 10 Maret 2024
Online: at <https://JESTM.org/>

A B S T R A C T

It is known that the income earned by breeders is still not optimal, so it is quite difficult to obtain higher profits. Based on the problems in this study, how to analyze factors of production, total costs, income, business efficiency and Break Event Point broiler farms in partnership Pokphand chickens and how business development strategies can be applied. This study aims to analyze the advantages of Mitra Pokphand Chicken Livestock to then determine the right development strategy by utilizing the strengths and opportunities that this livestock business has. Data analysis was carried out qualitatively and quantitatively. The data that has been obtained is analyzed using descriptive analysis, business analysis and SWOT analysis using the IFE/EFE matrix. The results showed that the size of Mitra Pokphand's business income was influenced by revenue and production costs. For breeders to increase their income, it is hoped that livestock owners can reduce production costs. Meanwhile, based on the SWOT analysis IE matrix, the broiler business in Mitra Pokphand Chicken Livestock is in cell IV position which indicates that the strategy needed for the business is to grow and develop (growth and build). This strategy shows that livestock businesses need strategies to grow better and to develop broiler farming businesses to be better.

Keywords

Chicken Farming
Profit Analysis
SWOT

1. BACKGROUND

1.1. Introduction

Peternakan merupakan sektor yang memiliki peluang sangat besar untuk dikembangkan sebagai usaha di masa depan. Kebutuhan masyarakat akan produk-produk peternakan akan semakin meningkat setiap tahunnya. Peternakan sebagai penyedia protein, energi, vitamin, dan mineral semakin meningkat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan gizi guna meningkatkan kualitas hidup (Yusfela, Prayuginingsih, and Nurdiana 2019).

Ayam merupakan daging favorit di negara kita karena hampir 100% masyarakat Indonesia menyantap masakan olahan ayam. Bagi pelaku usaha peternakan ayam, hal ini merupakan peluang pengembangan yang cukup menguntungkan. Peternakan ayam mitra Pokphand Broiler merupakan usaha peternakan yang cukup besar sehingga peternak memerlukan strategi pemasaran. Mitra Pokphand ayam pedaging di Desa Danau Desa Medang Baru Kec. Medang Deras, Kab. Batu Bara bekerjasama dengan perusahaan Pokphand untuk memproduksi benih (DOC) dan pakan ternak. Peternak menyiapkan kandang dan peralatan pakan serta biaya pengobatan dan pemeliharaan. Pendapatan peternak berasal dari penjualan ayam yang dibeli langsung dari perusahaan dengan harga Rp 19.000/kg atau sekitar 50% dari harga pasar. Upaya peningkatan usaha peternakan ayam pedaging terus dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan peternak dan menciptakan lapangan kerja. Namun strategi apa yang harus diterapkan untuk meningkatkan aktivitas tersebut, maka perlu dilakukan analisis SWOT.

Analisis SWOT melibatkan pengenalan faktor-faktor yang berbeda untuk merancang strategi bisnis. Analisis ini berasal dari pemikiran yang mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang sebaik mungkin, namun juga mampu mengurangi kelemahan dan ancaman sekecil mungkin. Keputusan penting dalam bisnis harus mempertimbangkan faktor-faktor internal seperti keunggulan dan kelemahan internal, serta faktor-faktor eksternal seperti peluang dan ancaman. Oleh sebab itu, terdapat faktor-faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam melakukan analisis SWOT. (Yusfela, Prayuginingsih, and Nurdiana 2019).

Tabel 1 Hasil panen ayam di Ternak Ayam Mitra Pokphand pada tahun 2022

No	Panen	Bibit/ DOC (Ekor) Input	Jumlah Kematian (Ekor)	Hasil Panen (Ekor) Output
1	Panen Pertama	5,000	147	4,853
2	Panen Kedua	5,000	132	4,868
3	Panen Ketiga	5,000	233	4,767
4	Panen Keempat	5,000	254	4,746
5	Panen Kelima	5,000	247	4,753
6	Panen Keenam	5,000	265	4,735
	Total	30,000	1,278	28,722

20

(Sumber : Ternak Ayam Mitra Pokphand, 2022)

Berdasarkan Tabel 1. jumlah hasil ayam pedaging di Ternak ayam mitra pokphand sebanyak 6 kali panen pada tahun 2022. Standar kematian ayam di ternak Ayam Mitra Pokphand adalah sebanyak 50 ekor sedangkan diketahui dalam tabel 1.1 bahwa pendapatan hasil panen yang diperoleh oleh peternak masih belum maksimal karena kematian ayam yang cukup tinggi disebabkan suhu yang tidak menentu mengakibatkan ayam mudah terserang penyakit yang mengakibatkan kematian, bibit kurang bagus, waktu masa panen terlalu lama sehingga untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi cukup sulit

Berdasarkan beberapa permasalahan yang ada maka menarik untuk dikaji analisis usaha yang diperoleh oleh peternak dalam perpapanan serta bagaimana strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan. Untuk mencari strategi menggunakan analisis SWOT menggunakan matriks IFE/EFE. Analisis data dimulai dengan penentuan bobot faktor-faktor strategis yang mempengaruhi, kemudian hasil bobot dianalisis dengan matriks SWOT. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan peternak di Ternak Ayam Mitra Pokphand dan usaha yang jalankan dapat berkembang.

1.2. Research Purposes

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor produksi, jumlah biaya, pendapatan, efisiensi usaha dan Break Event Point usaha peternakan ayam ras pedaging di ternak ayam mitra pokphand serta bagaimana alternatif strategi pengembangan usaha yang tepat untuk peternakan ayam ras pedaging di ternak ayam mitra pokphand.

2. LITERATURE REVIEW

2.1 Ayam Ras Pedaging

Ayam pedaging merupakan istilah yang biasa digunakan untuk menyebut ayam yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi peternakan (Rasyaf, 2006). Ayam broiler memiliki ciri-ciri ekonomi seperti pertumbuhan yang cepat, produksi daging dengan konversi pakan yang ekonomis, dan persiapan pemotongan pada usia yang relatif muda. Ciri khas daging ayam broiler merupakan dagingnya empuk dan banyak, serta pengolahannya muda tetapi akan hancur dalam perebusan yang lama. Sebenarnya ayam ras pedaging ini baru populer di Indonesia sejak tahun 1980-an walaupun galur murninya sudah diketahui pada tahun 1960-an ketika peternak mulai melakukan pemeliharaan terhadap ayam ras pedaging. Sebelumnya ayam yang dipotong adalah ayam ras petelur.

2.2 Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging

Menurut Keputusan Menteri Pertanian Republic Indonesia No. 940/Kpts/OT 210/10/97, usaha peternakan adalah suatu usaha budidaya dalam bentuk perusahaan peternakan atau peternakan rakyat, yang dilakukan secara terus-menerus dan dalam jangka waktu tertentu.

Usaha ternak ayam pedaging di bagi menjadi dua pola, yaitu Pola Mandiri dan Pola Kemitraan, Pola mandiri adalah usaha peternakan ayam ras pedaging yang dilakukan dengan menyediakan seluruh input produksi dari modal sendiri dan bebas memasarkan produknya. Seluruh keuntungan dan resiko ditanggung sepenuhnya

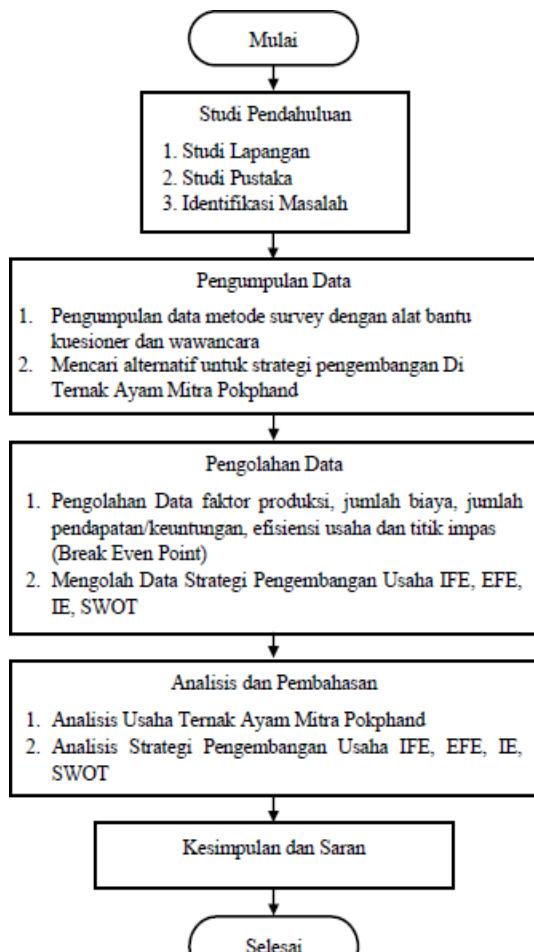
utama dalam area fungsional bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut.

2. Eksternal Factor Evaluation Matrix (Matriks EFE)

Lingkungan eksternal merupakan lingkungan yang berasal dari luar peternakan yang tidak dapat dikontrol secara langsung oleh para peternak. Analisis lingkungan eksternal ini bertujuan untuk mengembangkan faktor-faktor peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang harus dihindari.

3. METHODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Ternak Ayam Mitra Pokpand Dusun Danau, Desa Medang Baru, Kecamatan Medang Deras, Kabupaten Batu Bara. Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. dan jenis penelitian ini adalah observational dengan *Cross Sectional Study*. Metode yang digunakan adalah Metode Analisis usaha untuk mengetahui kelayakan suatu usaha/ dan untuk mengevaluasi kegiatan usaha yang sudah berlangsung. Objek penelitian ini adalah Peternakan Ayam Mitra Pokpand dalam kaitannya dengan analisis keuntungan dan strategi pengembangannya dengan menggunakan model kemitraan. Dengan menggunakan Analisis Strategi Pengembangan Usaha IFE, EFE, IE, SWOT.



Gambar 1. Flowchart Penelitian

Tujuan dilakukannya studi lapangan untuk mengetahui situasi dan kondisi peternakan. Setelah melakukan survey lapangan, kemudian setelah itu melakukan studi literatur agar memiliki pengetahuan dari beberapa sumber terkait peternakan melalui jurnal, buku dll. Identifikasi metode pemecahan masalah adalah mengetahui metode yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan. Setelah mengetahui permasalahan serta metode pemecahan masalah yang tepat, dilakukan pengumpulan data. Data yang dikumpulkan didapatkan melalui wawancara terhadap pihak perusahaan dan dilakukan pengamatan secara langsung. Hasil data yang diperoleh kemudian dilanjutkan dengan pengolahan data. Pengolahan data menggunakan metode SWOT. Hasil akhir dari pengolahan data adalah penarikan kesimpulan.

4. Results and Discussion

4.1 Hasil Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Hasil biaya tetap adalah biaya dalam batasan tertentu tidak berubah jika tingkat kegiatan ternak ayam berubah, sedangkan hasil biaya variabel adalah biaya yang langsung berkaitan dengan jumlah bibit ayam yang akan dipelihara di ternak ayam mitra pokpand, dengan kata lain biaya ini sangat bergantung pada jumlah bibit ayam yang akan dipelihara. Hasil biaya tetap dan biaya variabel dapat disajikan pada tabel 2.

Tabel 2 Hasil biaya tetap dan biaya variabel

No	Komponen Biaya	Hasil Biaya tetap & Biaya Variabel permanen Permanen Tahun 2021-2023
1	Biaya Tetap	46.500.000
2	Biaya Variabel	27.635.172

Tabel 2 menunjukkan hasil didapatkan data penyusutan dalam penelitian ini yang digunakan yaitu biaya penyusutan perpanen setiap tahunnya sebanyak 6 kali panen. Dari hasil olah data biaya penyusutan pertahun sebesar Rp.279,000,000 dibagi dengan 6 kali panen di setiap tahun. Sehingga didapatkan total biaya penyusutan perpanen pada usaha ternak ayam mitra pokpand dalam perpanen yaitu Rp. 46,500,000/panen. Hasil biaya tetap didapatkan dengan menggunakan rumus biaya tetap = Total biaya produksi – (Biaya variabel per unit × Jumlah unit yang diproduksi/*Fixed Cost* (FC)).

Sedangkan hasil didapatkan biaya variabel perpanen pada tahun 2021-2023 di Ternak Ayam Mitra Pokpand yaitu sebesar Rp. 27.635.172. Hasil biaya variabel bisa berubah-ubah seiring nya keperluan dalam melakukan pembudidayaan ayam tergantung komponen biaya variabel yang dipakai. Dalam hasil didapatkan dengan menggunakan rumus biaya variabel yaitu: Total biaya variabel = Biaya variabel per unit × Jumlah produksi/*Variable Cost* (VC).

4.2 Hasil Total Biaya

Hasil total biaya didapatkan dari hasil penjumlahan dari total biaya tetap (*Fixed Cost*) dengan total biaya

variabel (*Variable Cost*).

Tabel 3 Hasil total biaya.

No	Komponen Biaya	Tahun 2021-2023 Biaya Permanen (Rp)
1	Total Biaya Tetap (<i>Fixed Cost</i>)	46,500,000
2	Total Biaya Tidak Tetap (<i>Variabel Cost</i>)	27,635,172
	Total Biaya	74,135,172

Tabel 3 menunjukkan total biaya yang harus dikeluarkan oleh Ternak ayam mitra pokphand yang merupakan hasil penjumlahan dari biaya tetap perpanen pada tahun 2021-2023 sebesar Rp. 46,500,000 dengan biaya variabel sebesar Rp. 27,635,172. Sehingga diperoleh total biaya sebesar 74,135,172. Angka-angka ini merupakan biaya total yang harus dikeluarkan oleh Ternak Ayam Mitra Pokphand.

4.3 Hasil Penerimaan

Hasil total penerimaan yaitu dari hasil setiap panen dari tahun 2021 sampai tahun 2023 sebanyak lima belas kali panen. Hasil total penerimaan yang diperoleh ternak ini disajikan dalam setiap panennya pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil total penerimaan

No.	Panen	Hasil Total Pendapatan
1	Panen Pertama	255,024,806.4
2	Panen Kedua	265,376,548.8
3	Panen Ketiga	267,886,800.6
4	Panen Keempat	201,560,520.8
5	Panen Kelima	204,409,235.4
6	Panen Keenam	248,592,641.6
7	Panen Ketujuh	265,813,889.6
8	Panen Kedelapan	268,566,096.4
9	Panen Kesembilan	253,301,648.2
10	Panen Kesepuluh	249,996,052.8
11	Panen Kesebelas	249,098,706
12	Panen Keduabelas	248,186,126
13	Panen Ketigabelas	201,560,520.8
14	Panen Keempatbelas	268,325,479.2
15	Panen Kelimabelas	249,098,706
	Total	3,696,797,778.60

Tabel 4 Merupakan hasil total penerimaan pada siklus panen pada tahun 2021 sampai 2023 sebanyak 15 kali panen. Dapat dilihat ditabel diatas Sehingga diperoleh total penerimaan Rp. 3,696,797,778.60. Dibagi 15 kali perpanen sebesar Rp. 246, 453, 185.24. Jumlah ini merupakan hasil total penerimaan yang diterima oleh Ternak Ayam Mitra Pokphand dalam jangka waktu 15 kali panen.

4.4 Hasil Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil dari penerimaan

dari tahun 2021 sampai tahun 2023 sebanyak lima belas kali panen dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan. Hasil total pendapatan yang diperoleh ternak ini disajikan dalam setiap panennya pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Total Pendapatan

No.	Panen	Hasil Total Pendapatan
1	Panen Pertama	180,889,634.4
2	Panen Kedua	191,241,376.8
3	Panen Ketiga	193,731,628.6
4	Panen Keempat	127,425,348.8
5	Panen Kelima	130,274,063.4
6	Panen Keenam	174,457,469.6
7	Panen Ketujuh	191,678,717.6
8	Panen Kedelapan	194,430,924.4
9	Panen Kesembilan	179,166,476.2
10	Panen Kesepuluh	175,860,880.8
11	Panen Kesebelas	174,963,534
12	Panen Keduabelas	174,050,954
13	Panen Ketigabelas	127,425,388.8
14	Panen Keempatbelas	194,190,307.2
15	Panen Kelimabelas	174,963,534
	Total	2,584,750,198.60

Tabel 5 Menunjukkan bahwa hasil jumlah total pendapatan yang diterima pada siklus panen di tahun 2021 sampai 2023 sebanyak 15 kali panen. Dapat dilihat dari tabel diatas diperoleh hasil total pendapatan Rp. 2,584,750,198.60 dibagi 15 kali perpanen sebesar Rp. 172,316,679 maka nilai tersebut menunjukkan total pendapatan yang diterima dalam jangka waktu 15 kali panen.

4.5 Hasil R/C Ratio

Nilai R/C ratio merupakan perbandingan antara total penerimaan setiap panen pada tahun 2021 sampai 2023 dengan total biaya. Hasil R/C Ratio yang diperoleh ternak ini disajikan dalam setiap panennya pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil Nilai R/C ratio

No.	Panen	Hasil R/C Ratio
1	Panen Pertama	3,44
2	Panen Kedua	3,58
3	Panen Ketiga	3,61
4	Panen Keempat	2,72
5	Panen Kelima	2,76
6	Panen Keenam	3,35
7	Panen Ketujuh	3,58
8	Panen Kedelapan	3,62
9	Panen Kesembilan	3,42
10	Panen Kesepuluh	3,37
11	Panen Kesebelas	3,36
12	Panen Keduabelas	3,35
13	Panen Ketigabelas	2,71
14	Panen Keempatbelas	3,62
15	Panen Kelimabelas	3,36
	Total	49,85

Kriteria nilai R/C Rasio adalah Jika $R/C > 1$, maka usaha menguntungkan (tambahan manfaat/penerimaan lebih besar dari tambahan biaya), $R/C < 1$, maka usaha tidak menguntungkan (tambahan biaya lebih besar dari tambahan penerimaan) dan $R/C = 1$, usahatani impas (tambahan penerimaan sama dengan tambahan biaya).

Hasil total R/C rasio dari panen pertama hingga panen kelimabelas menunjukkan bahwa nilai $R/C (49,85) > 1$ dibagi 15 kali perpanen sebesar (3,32), yang berarti usaha di Ternak Ayam Mitra Pokphand yang dijalankan dapat dikatakan menguntungkan dalam jangka waktu 15 kali panen pada tahun periode 2021-2023.

4.6 Hasil Break Even Point (BEP)

BEP Produksi dan BEP Harga. BEP produksi didapatkan dari pembagian total biaya dengan harga jual, sedangkan BEP Harga didapat dari hasil pembagian total biaya dengan jumlah hasil panen. Hasil Break Even Point yang diperoleh ternak ini disajikan dalam setiap panennya pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil BEP Produksi dan BEP Harga

No	Panen	Hasil BEP Produksi (Kg)	Hasil BEP Harga (Rp/Kg)
1	Panen Pertama	3,429	6,286
2	Panen Kedua	3,440	6,019
3	Panen Ketiga	3,438	5,966
4	Panen Keempat	3,448	7,908
5	Panen Kelima	3,445	7,826
6	Panen Keenam	3,449	6,410
7	Panen Ketujuh	3,437	6,014
8	Panen Kedelapan	3,436	5,995
9	Panen Kesembilan	3,450	6,288
10	Panen Kesepuluh	3,443	6,384
11	Panen Kesebelas	3,446	6,402
12	Panen Keduabelas	3,450	6,417
13	Panen Ketigabelas	3,448	7,908
14	Panen Keempatbelas	3,436	5,960
15	Panen Kelimabelas	3,446	6,401
Total		51,631	98,184

Tabel 7 merupakan hasil analisis total BEP dari panen pertama sampai dengan panen kelimabelas, diperoleh total nilai BEP Produksi sebesar 51,631 Kg dibagi 15 kali perpanen diperoleh sebesar Rp. 3,442 yang berarti pada ternak ayam tidak mengalami kerugian maupun keuntungan dalam jangka waktu 15 kali panen sebanyak 3,442 Kg, usaha tersebut akan dianggap untung jika hasil panen diatas 3,442 Kg. Total nilai BEP Harga diperoleh sebesar Rp. 98,184 dibagi setiap perpanen sebanyak 15 kali sebesar Rp. 6,545.6 yang berarti Ternak Ayam tidak mengalami kerugian maupun keuntungan dalam jangka waktu 15 kali panen dijual seharga Rp. 6,545.6- per kg. Usaha ini akan dianggap untung jika menjual Ayam dengan harga diatas Rp. 6,545.6- per kg.

4.7 Hasil Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Tabel 8 Hasil Analisis Matriks

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Kekuatan (Strength)			
	1. Lokasi kandang yang strategis	0,19	4,00	0,76
	2. Pemeliharaan tidak begitu sulit	0,14	3,00	0,43
	3. Kepemilikan kandang yang luas	0,14	3,00	0,43
	4. Pengalaman beternak yang dimiliki	0,14	3,00	0,43
	5. Tenaga kerja yang ahli	0,19	4,00	0,76
	SUBTOTAL			2,81
2	Kelemahan (Weakness)			
	1. Keterbatasan Modal	0,05	1,00	0,05
	2. Peralatan kandang yang masih konvensional	0,10	2,00	0,19
	3. Kualitas bibit yang belum maksimal kurangnya informasi mengenai inovasi dalam melakukan budidaya	0,05	1,00	0,05
	SUBTOTAL			0,29
	TOTAL SKOR PEMBOBOTAN	1,00	21,00	3,10

Berdasarkan Tabel 8. matriks hasil IFE (*internal factor evaluation*) diperoleh nilai total bobot untuk pengaruh internal sebesar 3,10 yang menunjukkan bahwa faktor internal yang ada dalam pengembangan Ternak Ayam mitra Pokphand sudah efiesien dalam pemanfaatan kekuatan dan menutupi kekurangannya.

4.8 Hasil Analisis Matrik EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Tabel 9 Matriks Analisis Hasil EFE

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Peluang (Opportunities)			
	1. Mitra menjamin ketersediaan DOC dan pakan	0,13	3,00	0,39
	2. Tingkat permintaan ayam ras pedaging yang meningkat	0,13	3,00	0,39
	3. Harga produk substitusi tinggi	0,13	3,00	0,39
	4. Peluang pasar yang terbuka	0,09	2,00	0,17
	5. Tingkat konsumsi daging ayam meningkat	0,09	2,00	0,17
	6. Kemudahan dalam memasarkan hasil produksi	0,09	2,00	0,17
	SUBTOTAL			1,68
2	Ancaman (Treats)			
	1. Wabah penyakit pada ayam ras pedaging	0,04	1,00	0,04
	2. Harga DOC dan pakan tidak stabil	0,09	2,00	0,17
	3. Harga jual yang fluktuasi	0,09	2,00	0,17
	4. Perubahan iklim yang tidak menentu	0,04	1,00	0,04
	5. Banyak usaha peternak yang sejenis	0,04	1,00	0,04
	6. Ketergantungan pakan	0,04	1,00	0,04
	SUBTOTAL			0,5
	TOTAL SKOR PEMBOBOTAN	1,00	23,00	2,18

Berdasarkan Tabel 9. hasil matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation) diperoleh total nilai bobot untuk pengaruh faktor eksternal sebesar 2,18 yang menunjukkan bahwa faktor eksternal yang ada dalam pengembangan Ternak Ayam Mitra Pokphand sudah baik dalam pemanfaatan peluang dan pencegahan ancaman.

4.9 Hasil Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci yaitu skor bobot IFE total dan pada sumbu x dan skor bobot EFE total pada sumbu y. Berdasarkan analisis secara kuantitatif, pada sumbu x dari matriks IE skor bobot IFE sebesar 3,10 dan pada sumbu y dari matriks IE skor bobot sebesar 2,18. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.

		Total Skor IFE 3,10		
		Kuat	Rata-Rata	Lemah
		3,0-4,0	2,0-2,99	1,0-1,99
Total Skor EFE 2,18				
Tinggi 3,0-4,0	(I)	(II)	(III)	
Sedang 2,0-2,99	(IV)	(V)	(VI)	
Rendah 1,0-1,9	(VII)	(VIII)	(IX)	

Gambar 2 Matriks IE

Dengan demikian strategi pengembangan usaha peternakan ayam pedaging di Ternak Ayam Mitra Pokphand berada pada sel IV yang menunjukkan bahwa strategi yang diperlukan untuk usahanya adalah tumbuh dan berkembang (*growth and build*). Strategi ini menunjukkan bahwa usaha peternakan membutuhkan strategi untuk tumbuh lebih baik dan dapat mengembangkan usaha peternakan ayam pedaging menjadi lebih baik. Strategi yang dapat diterapkan oleh peternakan ayam pedaging saat ini adalah penembusan hasil panen agar mendapatkan keuntungan yang baik dengan cara merawat bibit ayam, menyesuaikan dengan perubahan iklim cuaca yang berubah-ubah, memperhatikan pakan dan vitamin yang sesuai dengan keadaan bibit ayam tersebut. Lalu Peternak Ayam juga harus (I) (II) (III) (IV) (V) (VI) (VII) (VIII) (IX) mempertahankan dan meningkatkan kekuatannya yang mana merupakan kualitas hasil panen yang dihasilkan, sehingga dapat menjadi daya tarik untuk mitra usaha.

4.10 Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, diketahui bahwa terdapat empat macam strategi yang bisa digunakan untuk pengembangan usaha peternakan ayam pedaging di Ternak Ayam Mitra Pokphand, yaitu:

- A. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal pada suatu usaha memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

1. Meningkatkan kapasitas jumlah produksi ayam pedaging
2. Menekan biaya produksi dengan memanfatkan berpengalaman budidaya agar menghasilkan produk rendah biaya.

B. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO adalah strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal suatu usaha dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

1. Memperbaiki akses permodalan agar pengembangan bisa dilakukan
2. Memperbaiki Teknik budidaya yang dilakukan
3. Memperbaiki manajemen produksi untuk efisiensi biaya produksi.

C. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal pada suatu usaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal yang ada. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

1. Mempertahankan kualitas dari hasil produksi
2. Mengembangkan strategi bersaing
3. Memaksimalkan penggunaan pakan ayam pedaging.

D. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi WT adalah strategi defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan pada suatu usaha serta menghindari ancaman eksternal yang ada. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

1. Perlu hati-hati dalam melakukan budidaya
2. Meningkatkan kemitraan untuk menghadapi pesaing usaha
3. Meningkatkan pola kemitraan dalam permodalan untuk memperbaiki sarana dan persiapan bahan baku produksi agar dapat bersaing.

5. CONCLUSION

Berdasarkan pengolahan data analisis data, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Besar kecilnya pendapatan Di Ternak Ayam Mitra Pokphand yang diterima oleh peternak di pengaruhi oleh penerimaan dan biaya produksi. Jika hasil panen dan harga jual ayam semakin tinggi maka akan meningkatkan penerimaan. Apabila biaya produksi ayam lebih tinggi dari penerimaan maka akan menyebabkan kerugian pada peternak.
2. Posisi usaha ayam pedaging di Ternak Ayam Mitra Pokphand berdasarkan matriks IE berada pada sel IV yang menunjukkan bahwa strategi yang diperlukan untuk usahanya adalah tumbuh dan berkembang (*growth and build*). Strategi ini menunjukkan bahwa usaha peternakan membutuhkan strategi untuk tumbuh lebih baik dan dapat mengembangkan usaha peternakan ayam pedaging menjadi lebih baik. Hasil analisis matriks SWOT, diketahui bahwa terdapat empat macam strategi yang bisa digunakan untuk

- pengembangan usaha peternakan ayam pedaging di Ternak Ayam Mitra Pokphand, yaitu:
- Strategi SO, Meningkatkan kapasitas jumlah produksi ayam pedaging dan menekan biaya produksi dengan memanfaatkan berpengalaman budidaya agar menghasilkan produk rendah biaya.
 - Strategi WO, Memperbaiki akses permodalan agar pengembangan bisa dilakukan, memperbaiki Teknik budidaya yang dilakukan, memperbaiki manajemen produksi untuk efisiensi biaya produksi.
 - Strategi ST, Mempertahankan kualitas dari hasil produksi, mengembangkan strategi bersaing, memaksimalkan penggunaan pakan ayam pedaging.
 - Strategi WT, Perlu hati-hati dalam melakukan budidaya, meningkatkan kemitraan untuk menghadapi pesaing usaha, meningkatkan pola kemitraan dalam permodalan untuk memperbaiki sarana dan persiapan bahan baku produksi agar dapat bersaing

Acknowledgement

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pemilik usaha peternakan ayam pedaging di Ternak Ayam Mitra Pokphand yang telah mendukung dan membantu dalam memberikan data maupun informasi untuk tujuan penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Uun Novalia Harahap S.T., M.Si, dan Bapak Denny Wallady Utama, S.T., M.T, yang telah membimbing dan memberi arahan sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik.

References

- Kustrianti yusfela. 2019. Analisis Kuntungan dan Strategi Pengembangan Ayam Ras Petelur di Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso. Agribest. Jember.
- David, Fred R. 2006. Manajemen Strategis. Ed ke-10. Budi, Ichsan Setiyo, Terjemahan dari: Strategic Management. Penerjemah: Salemba Empat. Jakarta. David, Freddy Rangkuti. 2004. Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis.. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Abdillah, A. H dan Arnila, H. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Broiler di Kecamatan Sangatta Selatan Kabupaten Kutai Timur. Jurnal Pertanian Terpadu. 7(1): 47-58.
- Cahyono, B. 1995. Cara Meningkatkan Budidaya Ayam Ras Pedaging (Broiler). Yayasan Pustaka Nusantara. Yogyakarta.
- Ekapriyatna, I. D. (2016). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging
- Juliandi, Azuar & Irfan. Metode Penelitian Kuantitatif. Medan: Ciptapustaka Media Perintis. 2013

- Jummiati, 2017. Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Artikel Ilmiah. Universitas Pasir Pangairan. Riau.
- Kurniawan, R. A. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam
- Moleong, Lexy J, Metode Penelitian Kuantitatif, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2014 R.Tampubolon, J. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Broiler (Studi Kasus Peternak Ayam Broiler Tanjung Morawa). Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Broiler (Studi Kasus Peternak Ayam Broiler Tanjung Morawa), Rangkuti, F. Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka. Jakarta. (2006)
- Rasyaf, M. Beternak Ayam Pedaging. Penebar Swadaya. Jakarta. (2012).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Purwadi Rendi, et al, 2023. Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM pada Pupuk Non-Subsidi NPK Pelangi PT Pupuk Kaltim. Dialektika. Kaltim.
- M. Putri, et al, 2023. Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE (Studi kasus pada bisnis Banjjagim.id). Universitas Pendidikan Indonesia. Kota Bandung.