



## RINGKASAN

JULIANTO FRANSISKO. Strategi Usaha Ayam Buras Pedaging CV. Lan Moy Farm. Dibimbing oleh HADI K. PURWADARIA dan AMZUL RIFIN.

Ayam buras pedaging atau ayam kampung (*Gallus domesticus*) pada awalnya adalah sebutan di Indonesia bagi ayam peliharaan yang tidak ditangani dengan cara budidaya massal serta tidak berasal dari ras yang biasanya di hasilkan untuk komersial. Pengembangan ternak ayam buras/ayam kampung sebagai produk pangan komplemen dalam penyediaan daging unggas dewasa ini memiliki prospek yang cukup baik. Keunggulan ayam buras pedaging adalah rasa dagingnya yang khas, mempunyai pangsa pasar tersendiri. Besarnya pangsa pasar ayam buras pedaging tercermin dari semakin banyaknya restoran yang menggunakan daging ayam buras pedaging. Meskipun permintaan akan ayam buras terus meningkat, namun pertumbuhan ayam buras sangatlah berjalan lambat bahkan cenderung terus menurun terutama di daerah Jawa Barat.

Ketersediaan ayam buras pedaging yang masih kurang saat ini jika dibandingkan dengan kebutuhan konsumsi merupakan permasalahan yang perlu diperhatikan mengingat daging ayam merupakan bahan pangan yang penting bagi sumber protein masyarakat. Selain itu, untuk mendukung pemenuhan ketersediaan ayam buras pedaging maka perlu dilakukan peningkatan produksi pada pelaku usaha ayam buras pedaging. Salah satu perusahaan ayam buras pedaging di Bogor, Jawa Barat adalah CV. Lan Moy Farm. Perusahaan ini telah melakukan usaha ayam buras pedaging selama 14 tahun. Saat ini perusahaan memiliki kendala dalam mengembangkan bisnisnya untuk memenuhi kebutuhan permintaan daging ayam. Dalam mengelola usahanya perusahaan saat ini masih menggunakan sistem pemeliharaan yang masih tradisional. CV. Lan Moy Farm perlu melakukan perumusan strategi yang berguna dalam membantu mengembangkan usaha dan menghadapi permasalahan usaha saat ini. Tujuan penelitian ini adalah 1) menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap produksi ayam buras pedaging pada CV. Lan Moy Farm, 2) merumuskan alternatif strategi yang dapat meningkatkan produksi ayam buras pedaging pada CV. Lan Moy Farm, dan 3) menentukan prioritas alternatif strategi yang digunakan untuk meningkatkan produksi CV. Lan Moy Farm.

Penelitian ini dilakukan dengan deskriptif kualitatif dalam bentuk studi kasus pada CV. Lan moy Farm. Penggunaan jenis penelitian pendekatan studi kasus ditujukan untuk menggambarkan informasi yang lebih rinci permasalahan dari objek yang diteliti. Penelitian ini mempelajari dan menganalisis rantai nilai pada CV. Lan Moy Farm. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, baik berupa kualitatif maupun kuantitatif. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dan kuesioner kepada responden. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan, berupa laporan tahunan perusahaan. Teknik pengolahan dan analisis data terdiri dari analisis deskriptif dan analisis lingkungan perusahaan. Alat bantu analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi adalah analisis SWOT-AHP.

Hasil penelitian pada analisis rantai nilai diperoleh bahwa terdapat dua saluran pola kegiatan pasokan daging ayam buras pedaging hingga konsumen. Saluran tersebut yaitu 1) peternak, pengepul, rumah potong ayam (RPA),

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



supermarket/restoran, dan konsumen 2) peternak, pengepul, pasar tradisional. Pola rantai nilai yang ada menggambarkan bahwa saat ini seluruh kegiatan penjualan daging ayam buras pedaging di perusahaan melalui tangan pengepul. pengepul menyalurkan seluruh hasil produksi ke rumah potong ayam dan pasar tradisional.

Analisis selanjutnya pada lingkungan internal perusahaan diperoleh hasil, kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan adalah sumber daya manusia yang berpengalaman pada peternakan tradisional, keuntungan meningkat rata-rata 10% per tahun, memiliki lahan peternakan yang belum digunakan, dan nilai penjualan yang stabil. Sedangkan kelemahan perusahaan adalah keterampilan SDM masih kurang, tingkat kematian ayam tinggi, dan harga pokok produksi ayam buras pedaging tinggi. Analisis pada lingkungan eksternal perusahaan diperoleh peluang yang dapat dimanfaatkan adalah adanya dukungan pemerintah terhadap peternakan rakyat ayam buras pedaging, permintaan ayam buras pedaging di Jabodetabek terus meningkat, dan peningkatan pendapatan masyarakat yang signifikan. Kemudian ancaman yang dapat mempengaruhi perusahaan adalah adanya perusahaan pesaing, adanya produk substitusi daging ayam ras dan pejantan yang lebih murah, keterbatasan pasokan *day old chicks* (DOC), dan serangan wabah penyakit.

Hasil analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan kemudian dilakukan perumusan strategi. Hasil rumusan strategi yang diperoleh dari analisis tersebut yaitu strategi peningkatan volume produksi ayam buras pedaging (SO), Strategi peningkatan kemampuan sumber daya manusia (WO), memproduksi DOC secara mandiri (ST), strategi pemasaran langsung (ST), dan Strategi peningkatan *biosecurity* (WT). Analisis lanjutan untuk menentukan prioritas strategi menggunakan analisis SWOT-AHP diperoleh urutan strategi yaitu memproduksi DOC secara mandiri, peningkatan *biosecurity*, peningkatan volume produksi ayam buras pedaging, peningkatan kemampuan SDM, dan pemasaran langsung.

Kata kunci : Ayam buras pedaging, perumusan strategi , rantai nilai, SWOT-AHP

