

**ANALISIS USAHATANI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN  
AYAM KAMPUNG SUPER DI DESA GADING SARI  
KECAMATAN TAPUNG KABUPATEN KAMPAR  
PROVINSI RIAU**

Oleh:

**NURUL RAMADHAN**  
**144210144**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2020**

**ANALISIS USAHATANI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN  
AYAM KAMPUNG SUPER DI DESA GADING SARI  
KECAMATAN TAPUNG KABUPATEN KAMPAR  
PROVINSI RIAU**

**SKRIPSI**

**NAMA : NURUL RAMADHAN  
NPM : 144210144  
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN  
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 6 MEI 2020  
DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG DISEPAKATI.  
KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN STUDI  
PADA FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**MENYETUJUI**

**DOSEN PEMBIMBING I**

**DOSEN PEMBIMBING II**

**Dr. Ir. H. Asrol., M.Ec**

**Herivanto, SP., M. Si**

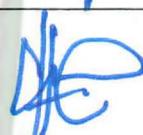
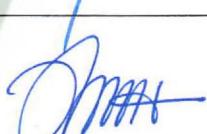
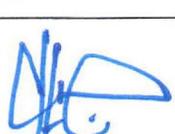
**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**KETUA PROGRAM STUDI  
AGRIBISNIS**

**Dr. Ir. Siti Zahrah, MP**

**Sisca Vaulina, SP, MP**

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN  
DALAM UJIAN KOMPREHENSIF FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
TANGGAL 6 MEI 2020

No.	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Ir. H. Asrol, M.Ec	Ketua	
2	Heriyanto, SP., M. Si	Sekretaris	
3	Sisca Vaulina, SP. MP	Anggota	
4	Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si	Anggota	
5	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Anggota	
6	Ir. Salman, M.Si <i>An. Prodi Agribisnis</i>	Notulen	

## BIOGRAFI PENULIS



Penulis adalah anak kedua dari dua bersaudara. Lahir di Jakarta pada tanggal 04 Januari 1997 dari pasangan Bapak Marhali, SH dan Ibu Derma Ely Rostinawati Am. Keb. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2008 di SDN 012 Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang menengah pertama di SMP Latersia Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar dan selesai pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang sekolah menengah atas di SMAS Purna Manunggal Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar dan selesai pada tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan ke jenjang pendidikan Perguruan Tinggi di Program Studi Agribisnis Strata Satu (S1) Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Pada tanggal 8 April 2020 penulis melakukan ujian komprehensif dan dinyatakan lulus ujian komprehensif dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Pertanian (SP) dengan judul skripsi “**Analisis Usahatani Dan Strategi Pengembangan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau**”.

**Nurul Ramadhan,SP**

## ABSTRAK

**NURUL RAMADHAN (144210144). Analisis Usahatani dan Strategi Pengembangan Ayam Kampung Super Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau, di bawah bimbingan Bapak Ir. H. Asrol., M.Ec sebagai pembimbing I dan Bapak Heryanto, SP., M.Si selaku pembimbing II.**

Ayam kampung super adalah ayam kampung yang berasal dari hasil persilangan antara ayam petelur dan ayam kampung. Ayam kampung super dapat dipanen dengan kurun waktu 45-60 hari. Penelitian ini dilakukan di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Karakteristik peternak dan profil usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari, (2) Usahatani peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari, (3) Strategi pengembangan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif statistik dan analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan November 2019 sampai April 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata umur peternak 32 tahun, pendidikan peternak 12 tahun, jumlah tanggungan keluarga peternak 2 jiwa, dan pengalaman berusahatani 3 tahun. Profil usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari, Skala usahanya kecil menengah, modalnya adalah modal sendiri atau pribadi dan jumlah tenaga kerja satu orang yaitu pemilik usaha itu sendiri. Penggunaan faktor produksi rata-rata terdiri dari penggunaan DOC 700 ekor, OVK 719 gram (bks) dan 3,5 liter (botol) , luas kandang 42 m<sup>2</sup>, biaya tetap Rp. 437.595, biaya variabel Rp. 19.142.625, keuntungan Rp. 9.226.780, dengan efisiensi sebesar 1,47, secara rata-rata usaha ini layak dan menguntungkan. Sementara prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari adalah (1)Pemberian akses permodalan untuk usaha ayam kampung super, (2)Penyusunan kebijakan pemberian bantuan modal untuk meningkatkan skala usaha, (3)Pemberian bantuan serta membuat sentra bibit, (4)Pemberdayaan peternak dibidang teknologi budidaya ayam kampung super, (5)Pemanfaatan kebijakan pemerintah untuk pengembangan ayam kampung super, (6)Membuat organisasi berbadan hukum peternakan ayam kampung super, (7)Pemberian penyuluhan mengenai manajerial usaha melalui tenaga penyuluh,(8) Pemberian subsidi pakan dan obat-obatan, (9) Bekerjasama dan saling berkoordinasi antar peternak guna memecahkan masalah yang ada.

**Kata Kunci :** *Ayam Kampung Super, Usahatani, Strategi Pengembangan, SWOT*

## ABSTRACT

**NURUL RAMADHAN (144210144). Analysis of Farming and Chicken Development Strategy of Kampung Super District Tapung Kampar Riau Province, under the guidance of Mr. Ir. H. Asrol., M.Ec as supervisor I and Mr. Heryanto, SP., M.Si as supervisor II.**

Super kampung chickens are native chickens that come from the result of a cross between laying hens and native chickens. Super native chickens can be harvested within 45-60 days. This research was conducted in Gading Sari Village, Tapung District, Kampar Regency, this study aims to analyze: (1) Characteristics of farmers and business profile of super native chicken farms in Gading Sari Village, (2) Super village chicken farming in Gading Sari Village, (3) Strategy for developing super native chicken farming business in Gading Sari Village. The method used in this research is the survey method. Data analysis is done by using descriptive statistical analysis and SWOT analysis. This research was conducted for 6 months starting from November 2019 to April 2020. The results of this study showed that the average age of farmers is 32 years, the education of farmers is 12 years, the number of dependents of the farmer's family is 2 people, and the experience of farming is 3 years. Profile of super village chicken farming in Gading Sari Village, The scale of the business is small and medium enterprises, the capital is own or personal capital and the number of workers of one person is the owner of the business itself. The average use of production factor consists of the use of DOC 700 heads, OVK 719 grams (bks) and 3.5 liters (bottle) , cage area of 42 m<sup>2</sup>, fixed cost Rp. 437,595, variable cost Rp. 19,142,625, profit Rp. 9,226,780, with efficiency of 1.47, on average this business is feasible and profitable. While the priority of strategies that can be applied in the development of super-village chicken farming business in Gading Sari Village is (1) Providing access to capital for super-village chicken businesses, (2) Drafting policies to provide capital assistance to increase business scale, (3) Providing assistance and creating seed centers, (4) Empowerment of farmers in the field of super village chicken cultivation technology, (5) Utilizing government policies for the development of super native chickens , (6) Creating a legal organization of super native chicken farms, (7) Providing counseling on managerial business through extension workers, (8) Providing feed and medicine subsidies, (9) Cooperating and coordinating between farmers to solve existing problems.

**Keywords: Super Village Chicken, Farming, Development Strategy, SWOT**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Analisis Usahatani dan Strategi Pengembangan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau”**.

Selanjutnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga yang telah banyak membantu penulis baik dalam doa maupun materil.
2. Bapak Ir. H. Asrol, M.Ec selaku dosen pembimbing I dan Bapak Heryanto, S.P, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, sumbangan pikiran serta arahan dalam penulisan hasil penelitian.
3. Teman-teman serta orang-orang yang telah banyak membantu memberikan masukan dan motivasi ke pada penulis.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini, telah diupayakan sebaik mungkin, namun apabila terdapat kekurangan, penulis mengharap masukan dan saran perbaikan demi kesempurnaan dan bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, April 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1. Usaha Peternakan Ayam Kampung Super .....	12
2.1.1. Karakteristik Ayam Kampung Super .....	12
2.1.2. Kandang .....	13
2.1.3. DOC .....	16
2.1.4. Pakan .....	16
2.1.5. Pemanas .....	18
2.1.6. Vitamin .....	19
2.2. Karakteristik Petani dan Profil Usaha.....	19
2.3. Konsep Analisis Usahatani .....	22
2.4. Strategi Pengembangan Usaha.....	29
2.4.1. Konsep Strategi .....	29
2.4.2. Jenis Strategi .....	32
2.4.3. Konsep Manajemen Strategi .....	36
2.4.4. Identifikasi Masalah .....	37
2.4.4.1. Analisis Lingkungan Internal .....	37
2.4.4.2. Analisis Lingkungan Eksternal.....	38
2.4.4.3. Perencanaan Strategi .....	39

2.5. Penelitian Terdahulu .....	41
2.6. Kerangka Berpikir .....	49
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian .....	51
3.2. Teknik Pengambilan Sampel .....	51
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.4. Konsep Operasional .....	53
3.5. Analisis Data .....	56
3.5.1. Analisis Karakteristik Peternak dan Profil Usaha .....	56
3.5.2. Analisis Usahatani Peternakan Ayam Kampung .....	57
3.5.3. Analisis Strategi Pengembangan.....	60
<b>IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>72</b>
4.1. Geografi dan Topografi .....	72
4.2. Keadaan Umum Penduduk .....	73
4.2.1. Jumlah Penduduk dan Jenis Kelamin .....	73
4.2.2. Pendidikan.....	73
4.2.3. Mata Pencaharian Penduduk .....	74
4.3. Potensi Pengembangan Ayam Kampung Super .....	75
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
5.1. Karakteristik Peternak Dan Profil Usaha .....	76
5.1.1. Karakteristik Peternak .....	76
5.1.2. Profil Usaha Ternak Ayam Kampung Super .....	79
5.2. Penggunaan Faktor Produksi, Biaya Produksi, Keuntungan dan Efisiensi Usaha Peternakan Ayam Kampung Super .....	81
5.2.1. Penggunaan Faktor Produksi Peternakan .....	81
5.2.2. Biaya Produksi .....	92
5.2.2.1. Biaya Variabel .....	93
5.2.2.2. Biaya Tetap .....	95
5.2.3. Produksi .....	96
5.2.4. Pendapatan .....	97
5.2.5. Efisiensi .....	97
5.3. Strategi Pengembangan Ayam Kampung Super .....	98

5.3.1. Faktor Strategi Internal .....	98
5.3.1.1. Faktor Kekuatan .....	99
5.3.1.2. Faktor Kelemahan .....	102
5.3.2. Faktor Strategi Eksternal .....	103
5.3.2.1. Faktor Peluang .....	104
5.3.2.2. Faktor Ancaman .....	106
5.3.3. Anaisis Lingkungan Internal dan Eksternal .....	108
5.3.4. Metode Analisa SWOT .....	112
5.3.5. Prioritas Strategi .....	119
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>122</b>
6.1. Kesimpulan .....	122
6.2. Saran .....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>127</b>

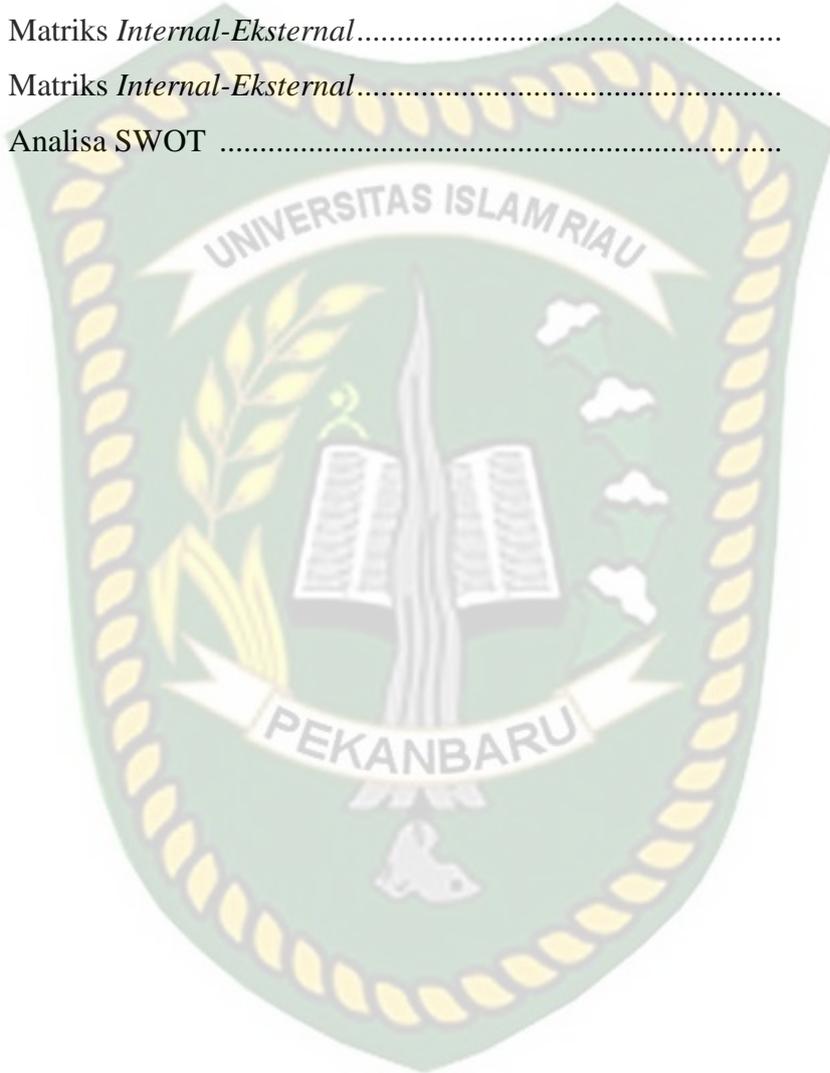
## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Ternak Unggas Menurut Jenis dan Kabupaten/Kota di Provinsi Riau 2018 .....	3
2. Jumlah Ternak dan Jenis di Kabupaten Kampar Mulai Tahun 2013-2017.....	4
3. Jumlah Populasi Unggas Di Kecamatan Tapung .....	5
4. Kepadatan Kandang DOC.....	16
5. Kebutuhan Zat-zat Gizi Ayam Kampung Pedaging.....	17
6. Kebutuhan Pakan DOC Pedaging .....	18
7. Kerangka Sampel Penelitian .....	51
8. Penilaian Bobot dan Nilai Skor Evaluasi Faktor Internal .....	61
9. Penilaian Bobot dan Nilai Skor Evaluasi Faktor Eksternal.....	62
10. Matriks <i>SWOT</i> ( <i>Strength, Weakness, Opportunities, and Threats</i> ) .....	64
11. <i>Quantitative Strategies Planning Matrix</i> .....	70
12. Tingkat Pendidikan di Desa Gading Sari .....	73
13. Mata Pencaharian Penduduk Desa Gading Sari .....	74
14. Rata-rata Umur, Lama Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Pengalaman Peternak Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019 .....	76
15. Rata-rata Penggunaan Pakan dan Harga Pakan Ternak Ayam Kampung Super per Periode di Desa Gading Sari, Tahun 2019...	84
16. Pemberian Pakan Ternak Ayam Kampung Super per Periode di Desa Gading Sari, Tahun 2019 .....	85
17. Rata-rata Penggunaan OVK Usaha Ternak Ayam Kampung Super per Periode di Desa Gading Sari, Tahun 2019.....	86

18. Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan per Periode Usaha Ternak Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.....	87
19. Rata-rata Biaya Penyusutan Alat Usaha Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019 .....	88
20. Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Peternakan Ayam Kampung Super Di Desa Gading Sari, Tahun 2019.....	92
21. Nilai Biaya Pakan Berdasarkan Jenis Pakan pada Usaha Peternakan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019 .....	94
22. Uraian Biaya Obat-obatan dan Vaksin pada Peternakan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019 .....	94
23. Nilai Penyusutan Tiap Prasarana Produksi pada Usaha Peternakan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.....	96
24. IFE ( <i>Intrnal Faktor Evaluation</i> ) Usahatani Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019 .....	109
25. EFE ( <i>Eksternal Faktor Evaluation</i> ) Usahatani Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019 .....	110
26. Matrik Strategi <i>Strength-Opportunities</i> .....	114
27. Matrik Strategi <i>Weakness-Opportunities</i> .....	115
28. Matrik Strategi <i>Strengths-Threats</i> .....	115
29. Matrik Strategi <i>Weakness-Threats</i> .....	116
30. Peringkat Ketertarikan Responden Terhadap Strategi Umum .....	117
31. Nilai Peringkat Skor Total Ketertarikan.....	118
32. Strategi Prioritas Pengembangan Usaha Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari Berdasarkan Nilai Peringkat .....	120

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Kerangka Berpikir Penelitian .....	50
2. Matriks <i>Internal-Eksternal</i> .....	65
3. Matriks <i>Internal-Eksternal</i> .....	112
4. Analisa SWOT .....	113



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Peternak Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari .....	127
2. Profil Usaha Peternak Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari .....	127
3. Anggaran Biaya Distribusi Penggunaan Saprak Usaha Ternak Ayam Kampung Super .....	128
4. Distribusi Penggunaan Alat dan Biaya Penyusutan Alat-alat Peternakan yang Digunakan dalam Usaha Ternak Ayam Kampung Super.....	129
5. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Usaha Peternakan Ayam Kampung Super .....	131
6. Penggunaan Bahan Tambahan atau Bahan Pendukung Usaha Ternak Ayam Kampung Super.....	132
7. Rincian Pendapatan dan Biaya Usaha Ternak Ayam Kampung Super.....	133
8. IFAS dan EFAS Ayam Kampung Super.....	134
9. Peringkat Ketertarikan Strategi Pengembangan Ayam Kampung Super.....	135
10. Analisa SWOT .....	136
11. Matriks QSPM .....	137
12. Dokumentasi Penelitian .....	142



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu dari lima sub sektor pertanian. Peternakan adalah kegiatan memelihara hewan ternak untuk dibudidayakan dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut (Rasyaf, 1996). Subsektor peternakan terbagi menjadi dua golongan, yaitu peternakan hewan besar (seperti sapi, kerbau, dan kuda), dan peternakan hewan kecil (seperti ayam, kelinci, itik, dan burung puyuh) (Dermawan, 2017).

Pengembangan industri peternakan saat ini masih menghadapi berbagai permasalahan, antara lain struktur industri peternakan yang masih terbagi-bagi dan belum menunjukkan keterkaitan yang kuat antara satu dengan yang lain pada subsistem agribisnis peternakan. Agribisnis ayam pedaging juga merupakan bisnis yang penuh gejolak dan berisiko. Hampir setiap tahun mengalami gejolak harga dengan intensitas harga yang berbeda dan selalu menempatkan peternak dalam kondisi rawan.

Agribisnis peternakan merupakan segala aktivitas bisnis yang terkait dengan kegiatan budidaya ternak, industri hulu, industri hilir, dan lembaga-lembaga pendukung. Agribisnis tersebut merupakan bidang yang sangat penting bagi pendapatan masyarakat dan memiliki potensi dijadikan sebagai penggerak utama ekonomi nasional. Usaha peternakan bahkan mampu meningkatkan ekonomi pedesaan dan sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat desa.

Ayam kampung super memang memiliki kelebihan tersendiri sebagai komoditas unggas unggulan. Meskipun mayoritas daging ayam konsumsi yang berada di pasaran merupakan ayam ras (broiler), komoditas ayam kampung memiliki pasar penyerap yang cukup besar, baik telur maupun dagingnya. Ditambah beberapa tahun belakangan trend mengkonsumsi daging ayam kampung semakin meningkat ditandai dengan bermunculannya restoran-restoran khusus penyedia menu daging ayam kampung (Krista, 2011).

Ayam kampung super merupakan hasil dari persilangan ayam petelur dan ayam kampung, dari hasil persilangan tersebut terciptalah jenis komoditi baru yaitu ayam kampung super. Ayam kampung super ini sudah bisa dipanen hanya dalam kurun waktu 60-70 hari dengan berat 0,8 kg sampai dengan 1,2 kg per ekor. Ayam kampung super memiliki kelebihan seperti citra rasa lebih gurih dibanding ayam pedaging lain, memiliki harga yang lebih tinggi, tahan terhadap serangan penyakit, masa panen lebih cepat serta memiliki warna bulu yang menarik.

Berdasarkan data BPS Riau (2019), jumlah penduduk Kabupaten Kampar meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014 jumlahnya 773.171 jiwa dan meningkat menjadi 832.387 jiwa pada tahun 2018. Kondisi ini juga membuat semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap protein sebagai salah satu asupan gizi yang penting untuk pertumbuhan, sehingga Kabupaten Kampar yang merupakan salah satu penghasil unggas, khususnya berpotensi untuk membudidayakan peternakan ayam kampung super. Lebih jelasnya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Ternak Unggas Menurut Jenis dan Kabupaten/Kota, 2017

No	Kabupaten/Kota	Ayam Ras Petelur (Ekor)	Ayam Ras Pedaging (Ekor)	Ayam Kampung (Ekor)	Itik (Ekor)
1	Kuantan Singingi	500	4.623.771	102.853	10.861
2	Indragiri Hulu	-	7.095.287	230.729	26.623
3	Indragiri Hilir	-	2.936.203	3.721.423	40.082
4	Pelalawan	-	6.132.000	265.048	30.397
5	Siak	-	3.874.738	361.048	33.684
6	Kampar	150.000	14.025.153	294.318	17.354
7	Rokan Hulu	-	82.200	677.916	37.405
8	Bengkalis	4.114	91.651	88.876	6.643
9	Rokan Hilir	2.320	199.091	122.328	11.714
10	Meranti	255	743.562	69.019	3.092
11	Pekanbaru	700	6.982.964	218.088	7.041
12	Dumai	500	191.082	23.347	5.665

Sumber : BPS Riau (2018)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa Kampar merupakan kabupaten dengan nomor urut pertama sebagai penghasil ternak unggas dengan jumlah 14.486.825 ekor untuk tahun 2017 dan ayam kampung sebanyak 294.318 ekor. Hal ini membuat Kampar menjadi kabupaten yang memiliki daya saing dalam ternak unggas, baik ayam ras petelur, ayam ras pedaging, ayam kampung dan itik.

Adapun daya dukung lain yang dimiliki oleh Kabupaten Kampar ini adalah kepemilikan lahan yang sebagian besar masih menggunakan lahan pribadi dan berada dalam lahan perkebunan. Menggunakan lahan pribadi akan mengurangi sewa lahan atau biaya variabel. Sedangkan keberadaannya yang terletak di lahan perkebunan, membuat tumbuhan yang tumbuh pada sekeliling kandang akan semakin subur, jika dilihat dari segi lingkungan, usahatani ayam kampung super ini sangat mendukung untuk pertumbuhan ekonomi peternak.

Untuk pertumbuhan pertahun jumlah unggas yang ada di Kabupaten Kampar disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Ayam Kampung di Kabupaten Kampar Mulai Tahun 2013-2017

Tahun	Ayam Kampung (Ekor)	Pertumbuhan Ayam Kampung Per-tahun(%)
2013	565.338	-
2014	594.567	4,91
2015	494.218	(20,30)
2016	381.388	(29,58)
2017	294.318	(22,81)

Sumber: BPS Riau (Riau Dalam Angka 2018)

Berdasarkan Tabel 2 di atas, produksi ayam kampung di Kabupaten Kampar terjadi penurunan yang cukup signifikan mulai tahun 2014, yaitu 20,30% di tahun 2015, 29,58% di tahun 2016 dan 22,81% di tahun 2017. Jumlah 594.567 ekor ayam kampung di tahun 2014 dan 294.318 ekor ayam kampung di tahun 2017, terdapat selisih 300.243 jumlah ekor ayam kampung atau 50,48% turun dalam kurun waktu empat tahun terakhir. Sementara itu jumlah penduduk yang terus meningkat mengakibatkan produksi ayam kampung tidak mampu memenuhi permintaan ayam kampung khususnya di dalam wilayah Kabupaten Kampar.

Menurut pusat data dan sistem informasi pertanian (2018), rata-rata konsumsi rumah tangga per kapita daging ayam kampung di Indonesia sebesar 0,55 kg per tahun. Jumlah penduduk yang terus meningkat di Kabupaten Kampar, sementara jumlah produksi ayam kampung turun disetiap tahunnya. Hal ini mengakibatkan permintaan daging ayam kampung tinggi, sehingga produksi tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Kecamatan Tapung merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Kampar, sebagian besar pendapatan masyarakatnya dari sektor perkebunan, namun pendapatan masyarakatnya juga diperoleh dari sektor peternakan. Kecamatan Tapung merupakan salah satu penghasil ternak unggas yang terdiri dari 25 Desa. Untuk melihat jumlah ternak unggas yang ada di Kecamatan Tapung disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Populasi Unggas di Kecamatan Tapung, 2016

No	Desa/Kelurahan (Ekor)	Ayam Kampung (Ekor)	Ayam Ras (Ekor)	Itik/Bebek (Ekor)
1	Petapahan	4.800	15.060	1.211
2	Sei Lembu Makmur	2.200	14.900	156
3	Muara Mahat Baru	5.800	0	0
4	Kinantan	3.400	14.000	600
5	Sibuak	1.200	12.000	90
6	Pantai Cermin	4.100	22.000	1.100
7	Sei Putih	2.000	31.000	293
8	Pagaruyung	1.450	6.000	204
9	Air Terbit	1.100	80.000	544
10	Pancuran Gading	2.000	55.000	455
11	Sari Galuh	1.800	1.800	129
12	Tri Manunggal	1.200	20.000	354
13	Muktisari	1.100	0	385
14	Indrapuri	3.400	25.000	458
<b>15</b>	<b>Gading Sari</b>	<b>4.600</b>	<b>6.000</b>	<b>400</b>
16	Tanjung Sawit	3.200	8.000	343
17	Sumber Makmur	1.100	0	400
18	Petapahan Jaya	1.500	3.650	380
19	Pelambaian	1.300	0	360
20	Indra Sakti	1.800	0	340
21	Sungai Agung	1.500	14.000	0
22	Karya Indah	3.300	20.000	60
23	Kijang Rejo	1.100	0	465
24	Bencah Lubi	1.700	7.500	321
25	Batu Gajah	1.250	0	28
	<b>Jumlah Total</b>	<b>56.300</b>	<b>355.910</b>	<b>9.127</b>

Sumber : BPS Kecamatan Tapung Dalam Angka, 2017

Berdasarkan Tabel 3, Desa Gading Sari merupakan penghasil ayam kampung nomor 3 terbesar dari 25 Desa di Kecamatan Tapung dengan jumlah ternak 4.600 ekor ayam kampung, yaitu 8,69% ayam kampung di Kecamatan Tapung dihasilkan dari Desa Gading Sari.

Jika dilihat dari prospek pengembangan usaha ternak unggas di Kabupaten Kampar ini khususnya di Kecamatan Tapung Desa Gading Sari, berusahatani ayam kampung super sangat menjanjikan terhadap perbaikan perekonomian di kalangan masyarakat setempat. Mulai dari segi permintaan ayam kampung, harga yang tinggi serta kebiasaan masyarakat setempat dalam mengkonsumsi ayam kampung membuat mudahnya dalam pemasaran ayam kampung super .

Jika dilihat dari prospeknya, usaha ternak ayam kampung super ini memiliki kelebihan tersendiri mulai dari harga yang cukup menjanjikan, permintaan yang tinggi, lingkungan sosial yang diterima di masyarakat dan dukungan dari pemerintah. Namun kenyataannya usaha ternak ayam kampung super di desa ini belum dilakukan secara efektif dan efisien, sehingga belum terlihat adanya perkembangan terhadap usaha mereka melainkan kemunduran yang terjadi pada usaha peternak. Hal ini disebabkan oleh kurangnya modal usaha, belum adanya bantuan dari pemerintah serta penerapan teknologi yang belum maksimal. Maka diperlukan strategi pengembangan ternak ayam kampung super di Desa Gading Sari.

Berdasarkan fakta tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Usahatani dan Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik peternak dan profil usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari?
2. Bagaimana usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, adapun tujuan secara umum penelitian ini adalah menganalisis usahatani dan strategi pengembangan ayam kampung super. Adapun secara spesifik penelitian ini bertujuan:

1. Menganalisis karakteristik peternak dan profil usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari.
2. Menganalisis usahatani peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari.
3. Menganalisis strategi pengembangan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari.

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan yang dapat diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi peternak, penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan dalam perbaikan maupun evaluasi usaha yang telah atau akan di jalankan.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam pemberian bantuan baik dalam pemberian faktor produksi maupun dalam kegiatan pengembangan usaha.

#### 1.4 Ruang lingkup

Penelitian ini menganalisis usahatani mulai dari bagaimana biaya produksi, pendapatan serta efisiensi usaha ayam kampung di Desa Gading Sari dan strategi pengembangan ayam kampung super di Desa Gading Sari. Adapun ruang lingkup penelitian adalah usahatani (produksi, biaya, pendapatan efisiensi) dan strategi pengembangan ayam kampung super dengan menggunakan analisis SWOT yang menganalisis lingkungan internal dan eksternal masing-masing faktor tersebut. Responden dalam penelitian ini adalah peternak ayam kampung super yang berada di Desa Gading Sari.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Usaha Peternakan Ayam Kampung Super

Ayam kampung super adalah ayam kampung yang berasal dari hasil persilangan antara ayam petelur dan ayam kampung. Inovasi penemuan ayam kampung super ini disebabkan karena banyaknya peternak yang mengeluh karena lamanya menikmati hasil dari budidaya ayam kampung. Dengan penemuan ini dapat memberikan jawaban kepada peternak, ayam kampung super dapat dipanen hasilnya dengan kurun waktu 45-60 hari (Suryanto, 2018).

Ayam kampung memang memiliki kelebihan tersendiri sebagai komoditas unggas unggulan. Meskipun mayoritas konsumsi yang berada di pasaran merupakan ayam ras (broiler), komoditas ayam kampung memiliki pasar penyerap yang cukup besar, baik telur maupun dagingnya. Di tambah beberapa tahun belakangan trend mengkonsumsi daging ayam kampung semakin meningkat ditandai dengan bermunculannya restoran-restoran khusus penyedia menu daging ayam kampung. Dengan demikian pasokan ayam kampung yang ada selama ini belum cukup memenuhi permintaan yang ada (Krista, 2011).

Dalam islam definisi murabahah atau jual beli dikemukakan dalam dua sudut pandang. Secara Fiqh, murabahah atau jual beli adalah suatu akad jual beli barang, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian dia mensyaratkan atasnya laba / keuntungan dalam jumlah tertentu. Dilihat dari teknis perbankan, murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan/harga beli dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

Ibnu Qudamah dalam bukunya Mughni (1999) mengatakan, bahwa murabahah adalah menjual dengan harga asal ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati.

Nabi Muhammad Saw bersabda:

Dari Rif'ah bin Rafi'I RA bahwasanya Nabi SAW ditanya: "pekerjaan apakah yang terbaik?" Jawab Nabi SAW: "Pekerjaan seseorang (yang dilakukan) dengan tanganya sendiri dan semua jual beli yang bersih" (HR. Al Bazzar dan disahihkan oleh AL Hakim

Dengan penjelasan diatas jelaslah berusaha dengan cara jual beli yang dilakukan dengan tanganya sendiri (melakukanya secara mandiri) itu merupakan pekerjaan yang sangat afdhal menurut Rasul SAW.

حدثنا يحيى بن موسى حدثنا عبد الرزاق أخبرنا معمر عن همام بن منبه حدثنا أبو هريرة : عن رسول الله صلى الله عليه وسلم ( أن داود عليه السلام كان لا يأكل إلا من عمل يده )

Dari abu hurairah ra. Dia berkata: Rasulullah SAW bersabda:

Nabi Daud AS tidak makan kecuali hasil dari usaha tanganya sendiri.(HR.bukhari)[4]

حدثنا يحيى بن بكير حدثنا الليث عن عقيل عن ابن شهاب عن أبي عبيد مولى عبد الرحمن بن عوف أنه سمع أبا هريرة رضي الله عنه يقول : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم ( لأن يحتطب أحدكم حزمة على ظهره خير من أن يسأل أحدا فيعطيه أو يمنعه )

Dari abu hurairah ra. Dia berkata: Rasulullah SAW bersabda:

Seseorang memikul seikat kayu diatas punggungnya, lalu dia menjualnya , hal itu lebih baik daripada meminta kepada seseorang yang mungkin member atau menolaknya (muttafaq alaih)

Orang yang hidupnya mandiri (tidak tergantung dengan orang lain) akan terhindar dari fitnah-fitnah orang-orang sekitar. Contohnya saja, seandainya dia tidak bekerja, kemungkinan besar dia akan dikatakan orang sebagai pengangguran. Oleh karena itu seandainya dia berusaha maka dia akan lebih selamat dari kata-kata yang tidak enak.

حدثنا يحيى بن موسى حدثنا وكيع حدثنا هشام بن عروة عن أبيه عن الزبير بن العوام رضي الله

عنه قال : قال النبي صلى الله عليه وسلم ( لأن يأخذ أحدكم أحبله خير له من أن يسأل الناس )

Dari abu Abdullah Az-zubair ibn awan ra. Dia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Seseorang yang megambil tali-talinya lebih baik daripada meminta kepada orang lain. (HR Bukhari)

عن أبي هريرة رضي الله عنه يقول : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

اراجن مالسا هيلع اي ركز ناك (ملسملا هاور)

“Pendapatan yang paling afdhal adalah hasil karya tangan seseorang dan jual beli yang mabrur.”( HR. Ahmad, Al Bazzar, Ath Thabrani ).

Dalam hadits di atas dijelaskan bahwa pendapatan / penghasilan yang paling afdhal adalah hasil karya tangan seseorang dan jual beli. Hasil karya di sini dapat diartikan sebagai hasil keringat sendiri, yang dalam hal ini dapat berupa memproduksi suatu barang atau jasa untuk selanjutnya dilakukan proses marketing, atau dijual kepada orang lain dengan harapan mendapatkan keuntungan. Bisa juga diartikan dengan bekerja kepada orang lain untuk mendapatkan upah atau keuntungan. Selama kedua hal tersebut di atas tidak mengandung unsur Maisir, Gharar, Haram, Riba.

### 2.1.1. Karakteristik Ayam Kampung Super

Krista (2011), mengatakan sifat-sifat menonjol yang dapat dilihat dari ayam kampung super adalah sebagai berikut :

1. Ukuran DOC lebih besar
2. Memiliki warna yang dominan yaitu putih, hitam dan kuning, beberapa muncul warna coklat dan abu-abu.
3. Ayam kampung super relatif lebih kuat dalam masa awal pemeliharannya.
4. Tahan penyakit, lincah berkokok serta bertengger.
5. Tingkat kematian ayam kampung super juga relatif lebih rendah di banding ayam kampung biasa.
6. Masa panen berkisar 45-60hari
7. Memiliki kemampuan bertelur secara terus menerus seperti ayam ras, tetapi tidak memiliki sifat mengeram.

Kelebihan ayam kampung super dibandingkan jenis ayam lain : 1. Mempunyai cita rasa lebih gurih di banding ayam pedaging jenis lain. Mengenai hal ini sudah diketahui masyarakat luas, 2. Memiliki harga yang lebih tinggi di bandingkan jenis ayam pedaging lain, hal ini dikarenakan cita rasa lebih gurih di bandingkan ayam lain. 3. Peluang kematian ayam kampung super lebih kecil, dikarenakan masa panen lebih cepat yaitu sekitar 60 hari, dan bisa dikatakan pula daya tahan ayam kampung super lebih baik. 4. Kandungan gizi ayam kampung super sangat baik, ayam kampung super memiliki kandungan lemak lebih rendah, sehingga aman dikonsumsi oleh semua kalangan termasuk yang memiliki kadar kolestrol yang tinggi. Ciri-ciri bibit ayam kampung super yang baik dan bagus

adalah: tidak cacat, bulunya kering dan bersih, berat badan minimal 39 gram, tidak menunjukkan adanya penyakit, gerakannya lincah (Krista, 2011).

### **2.1.2. Kandang**

Pada pemeliharaan ayam kampung super, DOC dipelihara dalam kandang panggung hingga berumur sekitar satu bulan. Kandang pemeliharaan DOC dapat berupa kandang panggung atau kandang postal yang dilengkapi pemanas (Krista, 2011)

Kandang panggung pemeliharaan DOC dapat dibuat menggunakan bilah bambu dan kayu kaso. Kadang ini harus memenuhi persyaratan tertentu agar pertumbuhan anak ayam optimal. Hal yang diperhatikan dalam pembuatan kandang ini adalah bagian dinding harus rapat untuk menghindari masuknya pemangsa dan lampu yang digunakan didalam kandang harus pas agar anak ayam tidak merasa kedinginan atau kepanasan. Kandang panggung untuk pemeliharaan DOC biasanya berukuran 100cm x 100cm x 70cm yang dapat menampung hingga 200 ekor DOC. Pastikan kandang diletakkan dilokasi yang memiliki naungan memadai agar DOC tidak terkena panas matahari dan tergujur hujan. Sirkulasi udara disekitar kandang sebaiknya juga lancar agar kandang tidak bau dan kesehatan DOC terjaga. Sementara itu bagian atas kandang dilapisi kertas atau koran (Krista, 2011).

Memudahkan pemberian kandang dikandang panggung, bagian depan kandang dapat dimodifikasi. Caranya, dinding depan kandang bagian bawah dibuat menggunakan kawat kotak berlubang dengan ukuran lubang cukup besar, sehingga muat untuk kepala anak ayam. Selanjutnya tempat pakan dibuat menggunakan bambu berdiameter tidak terlalu besar atau pipa yang dibelah dua,

lalu bagian pinggirnya dihaluskan. Tempat pakan digantungkan dibagian luar kandang panggung. Pastikan posisi tempat pakan mudah dijangkau oleh DOC. Sementara itu, tempat minum menggunakan wadah minum terbuat dari plastik siap pakai. Ketinggian ideal kandang panggung minimum 50cm dari tanah. Hal ini memudahkan dalam membersihkan kotoran bawah kandang dan sekaligus jarak antara kotoran bawah kandang dengan ayam tidak terlalu dekat (Krista, 2011).

Dinding atas alat kandang terbuat dari bilah bambu. Jarak antar bambu, terutama dibagian alas disesuaikan dengan umur anak ayam. Jarak antar bambu dibagian dinding idealnya berpatokan pada kondisi anak ayam tidak bisa lolos dan tidak ada pemangsa, seperti tikus yang bisa masuk. Sementara itu, jarak ideal antar bambu dibagian alas bisa berpatokan pada kondisi kotoran bisa jatuh kebawah, tetapi kaki anak ayam tidak bisa masuk kecelah bambu. Lampu yang dipasang dikandang panggung berguna sebagai pemanas. Kandang berukuran 1mx1m dipasang dua buah lampu bohlam, masing masing 40 watt. Suhu yang dihasilkan dari pancaran lampu ini sekitar 34<sup>0</sup>C-35<sup>0</sup>C. Lampu dipasang dibagian tengah kandang dan dinyalakan pada malam hari atau pada siang hari saat cuaca mendung atau udara dingin (Krista, 2011).

Kandang *brooding* dapat juga menggunakan kandang postal. Untuk ayam kampung pedaging, kandang *brooding* postal bisa sekaligus digunakan sebagai kandang pembesaran. Namun pada pemeliharaan DOC kandang postal disekat-sekat terlebih dahulu sesuai tingkat kepadatan ideal. Tujuannya, untuk menghemat penggunaan lampu pemanas, jika langsung menggunakan kandang postal dalam luasan maksimal, lampu pemanas yang digunakan lebih banyak.

Alas kandang postal dapat berupa tanah yang dipadatkan atau lantai semen yang dialasi sekam. Kontruksi kandang postal pada budidaya ayam kampung sama dengan kontruksi kandang postal pada budidaya ayam broiler. Biasanya dinding bagian bawah kandang terbuat dari bata dan semen dengan ketinggian sekitar 50 cm. Sementara alas kandang dapat berupa tanah yang dipadatkan atau semen. Namun, idealnya menggunakan lantai semen agar mudah dibersihkan. Selain itu, bibit penyakit yang kemungkinan ada, tidak akan ada menyerap atau masuk kedalam tanah yang sewaktu-waktu bisa menyerang lagi (Suryanto, 2018).

Apabila menggunakan lantai berupa tanah sebaiknya dipadatkan terlebih dahulu. Setelah itu, sebelum ayam masuk lantai tanah disiram menggunakan larutan kapur. Pemadatan tanah bertujuan untuk menutup pori-pori tanah. Sedangkan penaburan kapur berfungsi sebagai disinfektan. Sebagai alas lantai dikandang postal sebaiknya ditaburkan sekam secara merata dengan ketebalan sekitar 4cm. Dinding bagian atas kandang postal sebaiknya terbuat dari kawat ram. Kerangka kandang dapat menggunakan bambu atau kayu kaso. Sementara itu atap kandang menggunakan genting. Kadang postal untuk ayam kampung sedikit berbeda untuk ayam broiler. Perbedaannya terletak pada batas antar kandang. Pada kandang postal untuk pembesar ayam kampung pedaging batas antar kandang dibuat lebih tinggi sekitar 1,5m-2m karena ayam kampung lebih aktif dari pada ayam ras (Suryanto, 2018).

Sedangkan untuk kepadatan kandang yang baik (populasi) per meter persegi adalah sebagai berikut (Krista, 2011).

Tabel 4. Kepadatan Kandang DOC

Umur DOC	Kepadatan Kandang (Ekor/m <sup>2</sup> )
1 Hari	100
3-4 Hari	75
1 Minggu	50
2 Minggu	25
3 Minggu	15
4 Minggu hingga panen	10

Sumber : Suryanto, 2018

Kapasitas kandang dapat di perhitungkan saat ayam besar dan siap panen, yaitu 10 ekor/m<sup>2</sup> untuk bobot ayam 1 kg/ekor. Artinya, kandang ukuran 100 m<sup>2</sup> dapat digunakan untuk 1.000 ayam kampung super dengan berat 0,9-1 kg/ekor. Perhitungan kapasitas kandang ini dapat dijadikan patokan untuk menentukan ukuran kandang yang akan dibuat. (Krista, 2011).

### 2.1.2. DOC

Menjelang DOC tiba maka kandang serta peralatan kandang seperti tempat pakan, pemanas, tempat minum, tirai kandang, timbangan, litter (sekam padi), dan kandang dalam keadaan steril. Berat anak ayam yang baik 37-45 gram. Anak ayam yang baik dan sehat memiliki ciri-ciri: bentuk badan seragam dan besar, mata cerah tidak buta, paruh normal tidak cacat, kaki kuat berisi dan tidak kering, bulu mengkilap dan anus kering, pusar kering serta tidak keras (Tawardi, 2006).

### 2.1.3. Pakan

Pakan dari pabrik yang dapat dibeli berupa konsentrat yang dicampurkan ke bahan pakan atau *complete feed* yang dapat langsung diberikan kepada ayam. Komposisi bahan pakan dan kandungan nutrisi biasanya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing ayam, baik DOC maupun ayam pedaging.

Tabel 5. Kebutuhan Zat Gizi Ayam Kampung Super :

Nutrisi Pakan	Umur (hari)			
	0-8	8-12	12-18	18-70
ME (kkal/kg)	2.900	2.900	2.900	2.750
Protein (%)	18-19	16-17	12-14	15
Lemak Kasar (%)	4-5	4-7	4-7	55-7
Serat Kasar (%)	4-5	4-5	7-9	7-9
Kalsium (%)	0,90	1-1,20	1-1,20	2,75
Fosfor (%)	0,40	0,35	0,30	0,25
Lisin (%)	0,85	0,60	0,45	0,70

Sumber : Suryanto, 2018

Pemenuhan kebutuhan nutrisi DOC ayam kampung baik petelur maupun pedaging, pada masa pemeliharaan awal (umur 1-30 hari) sangat penting untuk menunjang penambahan bobot. Pemeliharaan intensif ayam kampung disarankan untuk menggunakan pakan buatan pabrik berupa *complete feed* khusus DOC yang kandungan nutrisinya seimbang dan sudah disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan nutrisi bibit ayam. Dengan menggunakan pakan seperti ini diharapkan pertumbuhan organ-organ tubuh bibit ayam bisa sempurna. Selain kandungan nutrisinya bentuk pakan *complete feed* juga disesuaikan bagi bibit ayam sehingga mudah dikonsumsi. *Complete feed* dapat diberikan hingga DOC berumur 1 bulan (Krista , 2011).

Kebutuhan pakan ayam kampung super selama 1 minggu pertama adalah 7gram/ekor/hari. Minggu kedua kebutuhan pakan meningkat menjadi 19 gram/ekor.hari. Pada minggu ketiga DOC pedaging membutuhkan pakan sebanyak 34 gram/ekor/hari. Pada minggu keempat kebutuhan pakan menjadi 47 serta sampai minggu ke 8 kebutuhan pakan ayam kampung super sebanyak 74

gram/ekor/hari. Kebutuhan pakan DOC pedaging, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6:

Tabel 6. Kebutuhan Pakan DOC Pedaging.

Umur (minggu)	Kebutuhan pakan (gram/ekor/hari)
1	7
2	19
3	34
4	47
5	58
6	66
7	72
8	74

Sumber : Krista, 2011

#### 2.1.4. Pemanas

Terdapat beberapa jenis pemanas yang dapat digunakan dalam pembesaran ayam kampung, yaitu lampu bohlam semawar, ataupun gasolek. Sebagian peternak ada juga yang menggunakan kayu bakar yang dimasukkan ke dalam tong besi sebagai pemanas kandang. Pemanas berupa bohlam dapat digunakan peternakan populasi sedikit (kisaran 50-100 ekor) ataupun dipeternakan populasi besar, tetapi menggunakan kandang *brooding* berupa kandang-kandang berukuran kecil misalkan satu kandang *brooding* berisi 100 ekor DOC sehingga masih ideal menggunakan pemanas bohlam.

Contoh penggunaan bohlam adalah untuk 100-200 DOC dapat digunakan 4 buah bohlam masing-masing 25 watt. Sementara pemanas berupa semawar dan gasolek umumnya digunakan pada peternakan ayam kampung kampung dengan populasi sedang ataupun besar (di atas 500 ekor) karena lebih efisien. Satu buah pemanas semawar umumnya digunakan untuk 500 ekor DOC, sedangkan pemanas gasolek dapat digunakan untuk 900-1000 ekor DOC (Suryanto 2018).

Lebih lanjut dijelaskan oleh Suryanto (2018), sebagai pedoman penggunaan pemanas bisa dilakukan sebagai berikut :

- Umur 1 minggu = 34-37<sup>0</sup>C
- Umur 2 minggu = 32<sup>0</sup>C
- Umur 3 minggu = 30<sup>0</sup>C
- Umur 4 minggu = tidak dihiraukan

#### **2.1.5. Vitamin**

Bagi orang awam, vitamin sering diartikan sebagai “obat kuat”. Vitamin merupakan komponen organik yang mempunyai peranan penting dalam metabolisme tubuh. Vitamin dibutuhkan oleh ayam walaupun jumlahnya kecil. Pada ayam kampung super masa awal, vitamin berguna untuk pertumbuhan, daya tahan terhadap penyakit, dan keindahan bulu ayam. Pemberian vitamin secara rutin diperlukan untuk memacu pertumbuhan ayam serta menjaga kondisi ayam agar tetap prima terutama pada saat kondisi cuaca ekstrem atau pada saat pergantian musim sehingga daya tahan tubuh meningkat menghadapi kendala cuaca (Suryanto, 2018).

#### **2.2. Karakteristik Petani dan Profil Usaha**

Kinerja pelaku usahatani ditentukan oleh kapabilitas pelaku usahatani tersebut dan kapabilitas sangat dipengaruhi oleh :

##### **a. Umur**

Umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik maka semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun dalam hal tanggung jawab semakin tua umur

tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiah, 2008).

Bagi petani yang lebih tua bisa jadi mempunyai kemampuan berusahatani yang konservatif dan lebih mudah lelah. Sedangkan petani muda mungkin lebih miskin dalam pengalaman dan keterampilan tetapi biasanya sifatnya lebih progresif terhadap inovasi baru dan relatif lebih kuat. Dalam hubungan dengan perilaku petani terhadap risiko, maka faktor sikap yang lebih progresif terhadap inovasi baru inilah yang lebih cenderung membentuk nilai perilaku petani usia muda untuk lebih berani menanggung risiko (Soekartawi, 2002).

#### b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berpikir dan bertindak. Pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Pendidikan petani tidak hanya berorientasi kepada peningkatan produksi pertanian semata, tetapi juga menyangkut kehidupan sosial masyarakat petani. Masyarakat petani yang terbelakang lewat pendidikan petani diharapkan dapat lebih aktif, lebih optimis pada masa depan, lebih efektif dan pada akhirnya membawa pada keadaan yang lebih produktif (Soetpomo, 1997).

#### c. Pengalaman Usahatani

Menurut Soekartawi (1999), petani yang sudah lama bertani akan lebih mudah menerapkan inovasi dari pada petani pemula atau petani baru. Petani yang sudah lama berusahatani akan lebih mudah menerapkan anjuran penyuluhan demikian pula dengan penerapan teknologi. Pengalaman bekerja biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu (misalnya

lamanya seseorang bekerja sebagai petani) hal ini disebabkan karena semakin lama orang tersebut bekerja, berarti pengalaman yang didapat secara langsung akan mempengaruhi pendapatan.

#### d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Soekartawi (1999), jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong petani untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya. Semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau harus dipenuhi. Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan petani dalam berusahatani.

Profil usaha yang harus diketahui dalam mengembangkan suatu usaha adalah sebagai berikut :

##### a. Skala Usaha

Skala usaha dalam suatu sistem usaha tani dapat diukur dengan berbagai cara, antara lain dari investasi, biaya tetap, biaya variabel, total nilai penjualan, luas areal tanam, dan jumlah satuan ternak. Perhitungan biaya setiap luasan areal tanam atau satuan ternak dapat dilakukan untuk melihat perbedaan efisiensi di antara petani yang mengusahakan komoditas serupa.

##### b. Modal Usaha

Modal usaha merupakan segala kebutuhan yang digunakan untuk membangun usaha untuk menghasilkan keuntungan. Dalam perkembangannya kemudian modal ditekankan pada nilai, daya beli atau kekuasaan memakai atau

menggunakan yang terkandung dalam barang-barang modal. Modal terbagi menjadi 2 jenis yaitu modal sendiri dan modal pinjaman.

c. Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja adalah jumlah orang yang melakukan pekerjaan mulai dari awal persiapan hingga pasca produksi. Tenaga kerja pada umumnya ada yang berasal dari tenaga kerja wanita dan tenaga kerja pria. Adapun sumber tenaga kerja bisa berasal dari dalam keluarga dan tenaga kerja dari luar keluarga. Setiap pekerja harus berada pada bidang sesuai dengan keahliannya masing-masing, agar pekerjaan yang dihasilkannya pun mendekati efisien. Biasanya tenaga kerja wanita lebih mengarah kepada ketelitian sementara tenaga kerja laki-laki mengarah kepada kerja keras.

### 2.3. Konsep Analisis Usahatani

#### a. Faktor Produksi

Dalam ilmu ekonomi, faktor produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi barang dan jasa. Pada awalnya, faktor produksi di bagi menjadi empat kelompok yaitu tenaga kerja, sumber daya alam dan kewirausahaan. Namun pada perkembangannya faktor sumber daya alam yang diperluas cakupannya menjadi seluruh benda nyata, baik langsung dari alam maupun yang tidak digunakan, yang kemudian disebut sebagai faktor fisik. Secara umum, ada empat hal faktor produksi yaitu, sumber daya alam (*natural resources*), tenaga kerja (*labour*), modal (*capital*), keahlian (*enterprenenship*) (Situmorang, 2008).

### 1. Faktor Produksi Alam

Faktor produksi alam ialah semua kekayaan yang dapat dialam semesta yang dapat digunakan dalam proses produksi. Faktor produksi alam sering pula disebut faktor produksi asli. Faktor produksi alam terdiri atas tanah, air, sinar matahari dan udara.

### 2. Faktor Produksi Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor produksi insani yang secara langsung maupun tidak langsung menjalankan kegiatan produksi. Faktor produksi tenaga kerja juga dikategorikan sebagai faktor produksi asli. Dalam faktor produksi tenaga kerja, terkadang unsur fisik, pikiran serta kemampuan yang dimiliki oleh tenaga kerja. Oleh karna itu, tenaga kerja dapat dikelompokkan berdasarkan kualitas (kemampuan dan keahlian) dan berdasarkan sifat kerjanya.

### 3. Faktor produksi modal

Faktor produksi modal adalah faktor penunjang dalam mempercepat atau menambah kemampuan dalam memproduksi. Faktor produksi modal dapat berupa mesin-mesin, alat pengangkut, sarana pengangkutan dan bangunan.

### 4. Faktor produksi keahlian

Faktor produksi keahlian adalah keahlian atau keterampilan yang digunakan seseorang dalam mengkoordinasikan dan mengelola faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa.

Menurut Soekartawi (2002), mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan faktor produksi adalah semua korbanan yang diberikan pada tanaman agar tanaman tersebut mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik. Faktor produksi dikenal pula dengan istilah input dan korbanan produksi. Faktor memang sangat

menentukan besar-kecilnya produksi yang diperoleh. Faktor produksi lahan, modal untuk membeli bibit, pupuk, obat-obatan, tenaga kerja dan aspek manajemen adalah faktor produksi yang terpenting. Hubungan antara faktor produksi (input) dan produksi (output) biasanya disebut dengan fungsi produksi atau faktor (*relation ship*).

#### **b. Biaya Produksi**

Biaya produksi adalah sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut (Sukirno, 2002).

Rahim dan Diah (2007) mengemukakan bahwa pengeluaran usahatani sama artinya dengan biaya usahatani. Biaya usahatani merupakan pengorbanan yang dilakukan oleh usahatani dalam mengelola usahanya dapat mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya usahatani dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu biaya tetap (*fixed cost*), biaya tidak tetap (*variable cost*) dan biaya total (*total cost*). Teori-teori biayanya yaitu a) biaya tetap atau *fixed cost* (FC) adalah biaya yang tidak berubah berapapun jumlah barang yang diproduksi. b) biaya tidak tetap atau *variable cost* (VC) adalah biaya yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah sesuai dengan jumlah *output* yang dihasilkan semakin banyak. Sebaliknya semakin sedikit *output* yang dihasilkan, semakin sedikit pula biaya variabel yang dikeluarkan. Biaya bahan baku, bahan pembantu, bahan bakar dan upah tenaga kerja langsung merupakan contoh biaya variabel. c) biaya total atau *total cost* (TC) adalah seluruh biaya yang dilakukan untuk memproduksi semua *output*, baik

barang maupun jasa. Biaya total dapat dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap (TFC) dengan biaya total variabel (TVC).

### **c. Produksi**

Produksi dalam arti ekonomi mempunyai pengertian semua kegiatan untuk meningkatkan kegunaan atau faedah suatu benda. Kegiatan ini dengan mengubah bentuk atau menghasilkan bentuk atau menghasilkan barang baru (Sriyadi, 1991). Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang. Produksi ini merupakan suatu proses kombinasi dan koordinasi materi dan kekuatan dalam pembuatan suatu barang dan jasa.

Produksi juga merupakan suatu kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan manfaatnya atau penciptaan faedah bentuk, faedah waktu, faedah tempat, serta kombinasi dari beberapa faedah tersebut diatas. Dengan demikian produksi tidak terbatas pada pembuatan, tetapi sampai pada distribusi. Namun komoditi bukan hanya dalam bentuk output barang, tetapi juga jasa. Menurut Salvatore (2001) produksi adalah merujuk pada transformasi dari berbagai input sumberdaya menjadi output beberapa barang atau jasa.

Produksi adalah hasil yang diperoleh petani dari hasil panen pengolahan atau pengolahan usahatani dan produksi inilah yang menjadi ukuran besar kecilnya keuntungan yang akan diperhitungkan (Mubyarto, 1989). Menurut Nicholson (2000), produksi adalah suatu kegiatan mengubah masukan atau input menjadi keluaran atau output.

#### **d. Pendapatan**

Pendapatan merupakan hasil dari kombinasi antara tenaga kerja, modal, dan jasa dalam tata laksana yang dapat dilihat dengan mengurangi pendapatan kotor terhadap biaya produksi yang dikeluarkan (Hadisapoetro, 1973).

Pendapatan adalah semua penghasilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pendapatan tersebut dapat berupa pendapatan tetap dan pendapatan tidak tetap. Pendapatan tetap adalah biaya yang jumlah totalnya akan sama dan tidak berubah sedikitpun walaupun jumlah barang yang diproduksi dan dijual berubah-ubah dalam kapasitas normal. Pendapatan tidak tetap adalah biaya yang besar kecilnya tergantung dari sedikit atau banyaknya produk atau jasa yang akan dihasilkan. Pendapatan usahatani merupakan selisih antara penerimaan dan semua biaya, atau dengan kata lain pendapatan usahatani meliputi pendapatan kotor atau penerimaan total dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor atau penerimaan total adalah nilai produksi komoditi pertanian secara keseluruhan sebelum dikurangi biaya produksi, sedangkan pendapatan bersih usahatani adalah yaitu selisih antara pendapatan kotor dengan pengeluaran usahatani (Rahim dan Diah, 2007).

Pendapatan bersih adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran total usaha. Penerimaan suatu usaha adalah sebagai produk total dalam waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Penerimaan dihitung dengan cara mengalikan produksi total dengan harga yang berlaku. Pengeluaran total usaha adalah nilai yang habis dipakai atau dikeluarkan dalam proses produksi. Pendapatan kotor adalah sebagai nilai produksi total dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Pengeluaran total (total biaya)

diperoleh dari nilai semua masukan yang habis terpakai atau tidak terpakai dalam satu kali proses produksi (Soekartawi, 1993).

Selain pendapatan bersih yang dapat menentukan layak atau tidaknya suatu usaha tersebut, dapat diukur dari efisiensi usaha dengan menggunakan *Return Cost of Ratio* (RCR) merupakan perbandingan antara penerimaan dengan biaya. Dimana penerimaan dapat diperoleh dengan cara mengalihkan jumlah input dengan harga output dan dibandingkan dengan biaya yang diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap biasanya diartikan sebagai biaya yang dikeluarkan dalam suatu usaha yang besar kecilnya tidak tergantung dari besar kecilnya output yang diperoleh. Biaya variabel diartikan sebagai biaya yang dikeluarkan untuk sebuah usaha yang besar kecilnya dipengaruhi oleh output yang dihasilkan (Soekartawi, 1995).

Menurut Hernanto (2002), besarnya pendapatan yang akan diperoleh dari suatu kegiatan usahatani tergantung dari beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti luas lahan, tingkat produksi, identitas pengusaha, pertanaman dan efisiensi penggunaan tenaga kerja. Dalam melakukan kegiatan usahatani, petani berharap dapat meningkatkan pendapatannya sehingga kebutuhan hidup sehari-hari dapat terpenuhi. Harga dan produktivitas merupakan sumber dari faktor ketidakpastian, sehingga bila harga dan produksi berubah maka pendapatan yang diterima petani juga berubah.

Menurut Soekartawi (2006), bahwa besar kecilnya pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu 1) efisiensi biaya produksi, produk yang efisiensi akan meningkatkan pendapatan bersih pengusaha, karena proses produksi yang efisien

akan menyebabkan biaya produksi per pross akan semakin rendah, 2) efesiensi pengadaan bahan baku dan faktor-faktor produksi.

Soekartawi (2002), menyebutkan bahwa pendapatan terbagi atas 2 macam 1) pendapatan usahatani adalah pendapatan yang diperoleh dengan mempertimbangkan biaya tenaga kerja keluarga, 2) pendapatan keluarga adalah pendapatan yang diperoleh petani dan keluarga tanpa dikurangi dengan biaya tenaga kerja. Suratiyah (2015), menyatakan pendapatan yang diterima petani dan hasil produksi adalah total penerimaan dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.

#### **e. Efisiensi Usahatani**

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara output fisik dan input fisik. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai.

Dalam pengertian umum, efisiensi adalah perusahaan yang dalam produksinya menghasilkan barang dan jasa yang cepat, lancar dan dengan pemborosan yang minimum. Dalam hubungannya dengan organisasi industri, istilah efisiensi berhubungan dengan cara yang paling produktif untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang langka. Dalam hal ini, secara umum dikenal dua jenis efisiensi yaitu efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis (Soekartawi, 2006).

Efisiensi adalah kemampuan menghasilkan output pada suatu tingkat kualitas tertentu dengan biaya yang lebih rendah. Dalam ilmu ekonomi produksi efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber atau biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang menjalankan.

Dikatakan efisien bila pemanfaatan sumber daya tersebut menghasilkan keluaran atau output yang melebihi masukan atau input (Soekartawi, 2006).

## **2.4. Strategi Pengembangan Usaha**

### **2.4.1. Konsep Strategi**

Pembangunan agribisnis petani kecil perlu terus ditumbuh dikembangkan dalam rangka meningkatkan kinerja sistem agribisnis dimasa mendatang. Di samping itu, petani dengan lebih banyak menikmati nilai komoditas yang mereka hasilkan untuk memiliki dan memperoleh pendapatan bahkan kesejahteraan hidup yang lebih layak (Sjarkowi, 2010).

Menurut David (2006), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka Panjang. Strategi bisnis dapat mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penentrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi, dan *joint venture*. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu, strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

Sjarkowi (2010) mendefenisikan strategi lebih khusus yaitu merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkatkan) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi

inti (*Core Competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Manajemen strategi merupakan upaya untuk menumbuhkembangkan kekuatan perusahaan (*company's strengths*) dengan mengeksploitasi peluang bisnis (*business opportunities*) guna mencapai tujuan perusahaan (*company's goal*) yang sesuai dengan misi (*mission*) yang telah ditentukan. Sehubungan dengan itu, Sjarkowi (2010) mengartikan manajemen strategi sebagai suatu himpunan keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang suatu perusahaan.

Untuk memahami konsep ini, berikut ini diuraikan komponen utama dan tahap manajemen strategi, yakni (1) analisis lingkungan bisnis untuk mendeteksi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), (2) analisis profit perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), (3) formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini penekanaan lebih diberikan kepada aktivitas-aktivitas utama antara lain menyiapkan strategi alternatif pemilihan strategi, menetapkan strategi yang digunakan (Anonymous, 2010).

Usaha untuk memperluas dan memperbesar pasar yaitu dengan mengembangkan usaha yang sudah ada atau membeli perusahaan lain. Upaya-upaya tersebut harus dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dan pengelola serta situasi pasar. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara

antaranya penetrasi pasar, perluasan pasar, diversifikasi produk, pengembangan produk, serta perluasan tingkat nasional dan internasional.

- a. Penetrasi pasar : dilakukan dengan menjual jenis produk lama dalam jumlah besar ke pasar yang lama, jika produksi ditingkatkan jumlahnya, produk tersebut dapat diserap oleh pasar yang ada. Jika memang permintaan pasar yang dapat diambil ternyata lebih besar dari produksi, pengelola harus tanggap dan segera memanfaatkannya. Jika tidak, berarti akan memberi peluang bagi pesaing untuk memanfaatkan kesempatan tersebut. Maka dari itu, penelitian pasar perlu dilakukan secara terus menerus dan teratur.
- b. Perluasan pasar : strategi perluasan pasar berarti harus mencari wilayah pasar yang baru untuk jenis produk yang lama. Perluasan pasar dapat merupakan upaya untuk memasarkan kelebihan hasil produksi yang tidak terserap oleh pasar yang lama. Perluasan pasar biasanya dimaksudkan untuk pengembangan perusahaan. Langkah pertama dalam perluasan pasar yaitu menjajaki wilayah pasar yang mungkin dapat dijangkau. Sementara itu semua sistem perusahaan dipersiapkan untuk mendukung strategi tersebut jika dilaksanakan.
- c. Pengembangan produk : strategi pengembangan produk akan meyangkut pasar dan produk secara langsung. Jika situasi pasar memungkinkan bagi produk yang baru, strategi pengembangan produk dapat dilakukan. Produk yang ditawarkan bukanlah produk yang lama tetapi produk baru atau produk yang diperbaharui. Dalam menetapkan strategi ini bukan perkembangan hasil penjualan dari tahun ke tahun yang digunakan untuk ramalan permintaan

pasar karena termasuk jenis baru atau diperbarui. Semua perkiraan permintaan pasar harus didasarkan atas informasi hasil penelitian pasar.

- d. Diversifikasi produk : diversifikasi produk dan pasar bagaikan mendirikan perusahaan baru, yaitu dengan produk dan pasar yang baru. Dalam strategi ini, perusahaan membuat produk baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada. Dengan demikian perusahaan memiliki jenis produk lebih dari satu, sehingga memerlukan perhatian sendiri terutama dalam sistem pemasarannya. Tidak setiap wilayah pasar mempunyai kedudukan dan informasi yang sama.
- e. Perluasan tingkat nasional dan internasional : bagi perusahaan kecil perluasan tingkat nasional jauh lebih mudah dari pada perluasan ke luar negeri, namun peluang pasar dalam negeri relatif terbatas dan laju perkembangan pasar pun lebih lambat. Untuk menembus pasar luar negeri bukan hal yang mudah dan persyaratannya juga tidak sederhana, minimal harus ada jaminan kestabilan mutu yang tinggi.

#### **2.4.2. Jenis Strategi**

Menurut David (2006), terdapat strategi alternatif yang dapat digunakan perusahaan dalam menentukan strategi yang diambil melalui 12 tindakan strategi yaitu integrasi kedepan, integrasi kebelakang, integrasi horizontal, penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar, diversifikasi konsentrik, diversifikasi konglomerat, diversifikasi horzontal, *retrenchement*, divestasi dan likuidasi.

### 1. Strategi Integrasi

Strategi ini yaitu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan meningkatkan kontrol serta melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok dan para pesaingnya. Strategi ini dibagi dalam tiga strategi yaitu :

- a. Integrasi kedepan, adalah jenis strategi yang melibatkan akuisi kepemilikan atau peningkatan kontrol atas distributor atau pengecer.
- b. Integrasi kebelakang, adalah jenis strategi yang melibatkan akuisisi kepemilikan atau peningkatan kontrol atas pemasok.
- c. Integrasi horizontal, adalah jenis strategi yang melibatkan akuisisi kepemilikan atau peningkatan kontrol atas pesaing perusahaan tersebut.

### 2. Strategi Intensif

Strategi ini memiliki usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi pesaing perusahaan melalui produk yang ada. Strategi ini dibagi menjadi tiga strategi yaitu :

- a. Penetrasi pasar, strategi yang berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Strategi ini dapat dilakukan melalui penambah tenaga penjual, iklan dan lain-lain.
- b. Pengembangan pasar, yaitu strategi yang melibatkan pengenalan produk yang ada saat ini ke area geografi baru.
- c. Pengembangan produk, yaitu strategi yang mencari peningkat penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa saat ini.

### 3. Strategi Diversifikasi

Strategi yang dimaksudkan untuk menambah produk baru pada bisnis yang sudah ada. Strategi ini dibagi menjadi tiga yaitu:

- a. Diversifikasi konsentrik, yaitu strategi yang dilakukan dengan menambah produk atau jasa yang baru tetapi berkaitan dengan produk yang lama.
- b. Diversifikasi konglomerat, yaitu strategi yang dilakukan dengan menambah produk atau jasa yang baru tetapi tidak berkaitan untuk pelanggan saat ini.
- c. Diversifikasi horizontal, yaitu strategi yang dilakukan dengan menambah produk atau jasa yang baru dan tidak berkaitan.

#### 4. Strategi Divensif

Strategi ini dimaksudkan agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar yang pada akhirnya mengalami kebangkrutan. Strategi ini dibagi menjadi tiga:

- a. *Retrenchement*, yaitu strategi organisasi mengelompokkan ulang melalui pengurangan aset dan biaya untuk mengembalikan penjualan dan laba yang menurun.
- b. Divestasi, strategi yang dilakukan dengan menjual divisi atau bagian dari suatu organisasi, strategi ini sering digunakan untuk meningkatkan modal untuk akuisisi strategi atau strategi lebih lanjut. Divestasi bagian dari *retrenchement* untuk menyingkirkan bisnis perusahaan yang kurang menguntungkan.
- c. Likuiditas, strategi dengan menjual semua aset perusahaan, secara terpisah-pisah atau sepotong-potong untuk nilai riilnya. Strategi ini bertujuan untuk menutup perusahaan.

## 5. Strategi umum M. Porter

Dalam menyusun strateginya Porter menerapkan tiga strategi yang dapat diterapkan pada perusahaan.

- a. Strategi keunggulan biaya: strategi keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Dalam penerapannya, Strategi keunggulan biaya pada umumnya harus dilakukan bersama dengan diferensiasi. Sejumlah elemen biaya mempengaruhi penggunaan strategi umum, termasuk skala ekonomis yang dicapai, serta hubungan dengan pemasok dan distributor.
- b. Strategi diferensiasi: merupakan strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik yang ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Berbagai strategi memberikan tingkat diferensiasi yang berbeda. Melakukan diferensiasi tidak menjamin munculnya keunggulan kompetitif, terutama produk standar cukup memenuhi kebutuhan pelanggan atau apabila pesaing bisa cepat meniru.
- c. Strategi fokus: fokus berarti membuat produk dan menyediakan produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan para kelompok kecil konsumen. Organisasi yang menerapkan strategi ini dapat memusatkan perhatian pada kelompok pelanggan, pasar geografis atau segmen lini produk tertentu agar dapat melayani pasar sempit namun jenis secara lebih baik dari para pesaing yang melayani pasar yang lebih luas.

### 2.4.3. Konsep Manajemen Strategi

Menurut David (2006), manajemen strategi dapat dideferensikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Manajemen strategi fokus pada menintegrasikan manajemen, keuangan/akutansi, produksi/oprasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem komputer untuk keberhasilan organisasi. Drucker diacu dalam David (2006) menyatakan bahwa pekerjaan utama dalam manajemen strategi adalah berfikir melalui keseluruhan misi perusahaan. Misi tersebut akan mengantakan perusahaa menetapkan tujuan, mengembangkan strategi, dan membuatkeputusan hariini untuk esok hari.

Proses manajemen strategi merupakan alur dimana penyusun setrategi menentukan sasaran dan menyusun strategi. Proses manajemen strategi menurut David (2006), terdiri dari tiga tahap yaitu:

1. **Formulasi Strategi:** Formulasi strategi merupakan pengembangan visi dan misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, menetapkan tujuan jangka panjang, memutuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.
2. **Implementasi Strategi:** Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumberdaya sehingga strategi yang telah di formulasikan dapat dijalankan.
3. **Evaluasi Strategi:** Tiga aktifitas dasar dalam evaluasi strategi adalah meninjau ulang faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar dan strategi saat ini,

mengukur kinerja atau prestasi dan mengambil tindakan korektif. Evaluasi strategi merupakan tahap final dalam manajemen strategi.

Model komprehensif merupakan model manajemen strategi yang telah diterima secara luas. Namun pada penerapan model tersebut tidak menjamin keberhasilan dalam menerapkan manajemen strategi. Model tersebut membantu dalam menjelaskan proses manajemen strategi untuk memformulasi, mengimplementasi dan mengevaluasi.

#### **2.4.4. Identifikasi Masalah**

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kelemahan dan kekuatan perusahaan strategi yang dirumuskan lebih bersifat spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen. Perumusan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan terhadap faktor internal perusahaan seperti terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut (Rangkuti,2001).

##### **2.4.4.1. Analisis Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan internal yaitu berbagai hak atau pihak yang terkait langsung dengan kegiatan sehari-hari dalam suatu usaha dan mempengaruhi langsung setiap program dan kebijakan usaha tersebut. Inti dari analisis lingkungan internal ini adalah berusaha untuk mencari keunggulan strategi yang

dipakai untuk membedakan diri dari para pesaing. Hasil dari analisis lingkungan internal akan menghasilkan kekuatan dan kelemahan suatu usaha. Kekuatan dan keunggulan usahitu meliputi keunggulan pemasaran keunggulan sumberdaya manusia, keunggulan keuangan, keunggulan koprasi dan keunggulan oranganisasi dan manajemen. Kekuatan dan kelemahan pemasaran dapat dilihat dari reputasi perusahaan, pangsa pasar, kualitas produk, ukuran produk, garansi produk, kualitas pelayanan, efektivitas penetapan harga, efektivitas distribusi, efektivitas promosi, kekuatan penjualan, efektivitas inovasi dan cukupan geografis (Anonymous, 2010).

#### **2.4.4.2. Analisis Lingkungan Eksternal**

Suatu usaha selalu dipengaruhi oleh lingkungan dimana usaha itu berada, pengaruh ini timbul dan berada diluar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi petani. Analisis eksternal digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman serta kecenderungan masa depan yang digunakan sebagai masukan dalam formulasi strategi.

Analisis eksternal mencakup pemahaman berbagai faktor luar perusahaan yang mengarah pada munculnya kesempatan atau peluang bisnis bahkan ancaman bagi petani. Di dalam analisis lingkungan eksternal berupaya memilih permasalahan global yang dihadapi dalam bentuk, fungsi dan keterkaitan antar bagian. Bagi pengembangan strategi, analisis ini dibutuhkan tidak hanya sebatas pada analisis rincian kesempatan dan ancaman saja juga untuk menentukan dari mana dan untuk apa hasil analisis itu dipergunakan (Antonimous, 2010).

#### 2.4.4.3. Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi (*strategic planner*) yaitu perusahaan harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) pada kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). Kekuatan (*strengths*) adalah suatu kondisi dimana suatu perusahaan mampu melakukan tugasnya secara baik (diatas rata-rata industri).

Kelemahan (*weaknesses*) adalah kondisi dimana perusahaan kurang mampu melaksanakan tugasnya dengan baik dikarenakan sarana dan prasarananya kurang mencukupi. Peluang (*opportunities*) adalah suatu potensi bisnis menguntungkan yang dapat diraih oleh perusahaan yang masih belum dikuasai oleh pihak pesaing dan masih belum tersentuh oleh pihak manapun. Ancaman (*thearts*) adalah suatu keadaan dimana perusahaan mengalami kesulitan yang disebabkan oleh kinerja pihak pesaing, yang jika dibiarkan maka perusahaan akan mengalami kesulitan dikemudian hari.

Menurut Rangkuti (2004), fungsi dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dan analisis situasi dan memisahkan dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan internal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau

diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dan usaha penetapan strategi.

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis atau memilih berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru (Wikipedia, 2010)

Untuk melakukan analisis SWOT, Rangkuti (2004) mengatakan bahwa bisa dibuat suatu matriks, adapun langkah-langkah yang mesti ditempuh dalam menyusun matriks SWOT ini adalah :

1. Menyusun matriks faktor internal dan faktor eksternal masing-masing empat kolom.
2. Didalam kolom 1 kolom tersebut disusun beberapa peluang, ancaman kekuatan dan kelemahan dari usaha tersebut.
3. Pada kolom 2 berikan bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor

terhadap posisi strategi usaha. Semua bobot jumlahnya tidak boleh lebih dari 1 skor.

4. Hitung rating masing masing faktor dengan memberikan skala lebih dari 4 sampai dengan satu berdasarkan faktor tersebut terhadap kondisi usaha. Apabila variabel yang bersifat positif (kekuatan dan peluang) semakin besar pengaruhnya diberikan nilai 4 dan semakin kecil diberikan nilai 1.
5. Pada kolom 4 dituliskan hasil kali bobot dengan rating guna memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya berupa faktor pembobotan yang nilainya bervariasi dari 1,0 sampai 4,0. Nilai ini menunjukkan bagaimana usaha reaksi terhadap faktor-faktor tersebut.

Analisis SWOT pada pokoknya melibatkan proses internal dan eksternal dalam mendeteksi faktor positif atau negatif yang berimplikasi pada keseluruhan hasil analisa. Analisis didasarkan pada logika bahwa kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) dapat memaksimalkan dan secara simultan kelemahan (*weaknesses*) dengan ancaman (*threats*) dapat diminimalkan agar tidak menjadi penghalang dalam mencapai tujuan.

## **2.5. Penelitian Terdahulu**

Sari (2016), melakukan penelitian dengan judul Analisis Usahatani dan Strategi Pengembangan Salak Pondoh (*salacca zalacca*) di Desa Banjar Semina Kecamatan Dayun Kabupaten Siak Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) karakteristik petani dan profil usaha salak pondoh, (2) Teknologi budidaya, penggunaan faktor produksi, produksi, biaya, pendapatan, dan efisiensi usahatani salak pondoh, (3) Strategi pengembangan usahatani salak

pondoh. Penelitian ini menggunakan metode survey yang berlokasi di Desa Banjar Semina Kecamatan Dayun Kabupaten Siak.

Responden diambil secara sensus sebanyak 30 petani salak pondoh dan untuk responden strategi pengembangan diambil secara sengaja yang terdiri dari 5 orang petani, 1 orang penyuluh pertanian, 1 orang pegawai dinas pertanian dan 1 orang tokoh masyarakat. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik petani yaitu : rata-rata umur adalah 41,66 tahun, rata-rata pendidikan 6 tahun, rata-rata pengalaman berusahatani 8 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga 3 orang. Rata-rata kepemilikan luas lahan 0,24 ha, rata-rata penggunaan kapur 16,4 kg/bulan, pupuk organik 3,9 kg/bulan, pupuk NPK 9,422 kg/bulan. Rata-rata biaya produksi salak pondoh Rp. 739.126 /bulan, rata-rata produksi salak pondoh 116,2 kg/bulan, rata-rata pendapatan bersih Rp. 436,206 kg/bulan, dan rata-rata efisiensi usahatani salak pondoh (RCR) adalah 1,57 ini berarti bahwa usahatani salak pondoh menguntungkan.

Analisis pengembangan usahatani salak pondoh mempunyai tingkat kekuatan sebesar 1,65, kelemahan sebesar 1,00, peluang sebesar 1,85, dan ancaman sebesar 1,40. Strategi yang digunakan adalah SO (*Strenght* dan *oppurtunities*) yaitu: 1. Ketersediaan lahan yang cukup, umur petani yang produktif dan tempat yang strategis yang di gunakan untuk berusahatani salak pondoh sehingga dapat meningkatkan perekonomian petani. 2. Kebijakan pemerintah dalam usahatani salak pondoh untuk pengembangan usahanya. 3. Peningkatan kuantitas dan kualitas produksi salak pondoh guna memenuhi kebutuhan pasar. 4. Tempat lokasi yang strategis yang di gunakan untuk usahatan

akan mengurangi perubahan iklim dan cuaca yang ekstrim yang dapat mempengaruhi terhadap usahatani salak pondoh. 5. Memberikan pengembangan khususnya sentra bibit aslak pondoh agar dapat di kembangkan, sehingga bibit salak pondoh dapat di dimanfaatkan secara efektif dan efisien. 6. Membantu dan mengembangkan menciptakan produk olahan salak pondoh dengan cara memberikan pelatihan, penyuluhan sehingga dapat meningkatkan perekonomian dan dapat memenuhi permintaan pasar.

Rizky (2016) melakukan penelitian tentang Analisis Usaha an Strategi Pengembangan Ternak Kalkun Mitra Alam Di Desa Sukoharjo I Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kegiatan usaha dan strategi pengembangan ternak kalkun Mitra Alam di Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dengan analisis data deskriptif yang mengaplikasikan formulasi evaluasi ekonomi yaitu pendapatan, analisis titik impas (BEP), R/C rasio, dan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha ternak kalkun Mitra Alam berpotensi untuk dikembangkan. Posisi bisnis usaha ternak kalkun Mitra Alam berada pada kuadran II yang termasuk ke dalam area disversifikasi. Strategi prioritas usaha ternak kalkun Mitra Alam yaitu meningkatkan kualitas produk kalkun dengan mengikuti pembinaan dan pelatihan usaha beternak kalkun di berbagai tempat, memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas berdasarkan preferensi masyarakat mengkonsumsi produk bergizi tinggi, dan mempekerjakan seorang profesional di bidang peternakan untuk menjaga kualitas sehingga masyarakat mengetahui manfaat dari kalkun.

Jummiati (2017) melakukan penelitian yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging (Broiler) Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jumlah biaya dan pendapatan peternakan broiler di Kecamatan Rambah dan untuk mencari alternatif strategi yang sesuai untuk diterapkan di Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu dalam upaya pengembangan usaha hulu ayam broiler.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa total produksi periode Agustus 2016 adalah 162.658,8 kilogram dengan panen rata-rata 11618,48 kilogram. Rata-rata kematian (kematian) 1,78% dan berat rata-rata 1,97 kilogram. Harga jual per kilo Rp.19.800, -/kg. Pendapatan periode Agustus 2016 sebesar Rp3.220.644.240, - total biaya sebesar Rp.2.278.347.911 dan penghasilan sebesar Rp.67.306.880.64, - Rasio Biaya Nilai Pengembalian (RCR) yang diperoleh pada peternakan ayam broiler di kabupaten Rambah adalah 1,41 berarti bahwa setiap Rp 1, - uang yang dihabiskan oleh pengusaha akan menghasilkan pendapatan sebesar Rp.1,41, - dan laba Rp.0,41.

Sedangkan strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam pengembangan bisnis ayam pedaging di Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu adalah memanfaatkan lokasi bisnis strategis untuk pengembangan bisnis yang ada guna memenuhi tingginya permintaan akan ayam pedaging, menjaga kualitas produk dan memperhatikan perkembangan pasar dalam menentukan skala bisnis untuk menghadapi persaingan dan menghindari penurunan daya beli, dan untuk meminjam modal untuk meningkatkan infrastruktur dan persediaan pada produksi bahan baku untuk bersaing dan bekerja sama kemitraan dengan perusahaan ternak.

Adinata dkk (2012), melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Sapi Potong di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor strategis yang dapat memengaruhi pengembangan ternak sapi potong dan mengetahui alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan ternak sapi potong. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Mojolaban Kabupaten.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survey, pengambilan sampel penelitian ditentukan secara purposive sampling sebanyak 50 peternak. Analisis data menggunakan analisis lingkungan internal, analisis lingkungan eksternal, dan analisis SWOT.

Hasil analisis menunjukkan bahwa alternatif strategi utama yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha ternak sapi potong yaitu mengoptimalkan dan mengembangkan kemampuan internal peternak serta memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia untuk meningkatkan skala usaha ternak sapi potong menjadi lebih maju, pengenalan mengenai teknologi pengolahan pakan berbasis limbah pertanian dan bibit ternak sapi unggul yang disesuaikan dengan kondisi wilayah setempat, menjalin usaha kemitraan bersama pemerintah dan pihak ketiga dengan memanfaatkan interaksi masyarakat pedesaan yang bersifat kekeluargaan dan kegotongroyongan, memperkuat kelembagaan peternak.

Sari (2018) melakukan penelitian dengan judul Analisis Kelayakan Finansial Usaha Peternakan Ayam Broiler Pola Kemitraan PT. INDOJAYA AGRINUSA di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Karakteristik peternak dan profil usaha peternakan ayam broiler, (2) Penggunaan faktor produksi, biaya produksi, keuntungan, efisiensi usaha peternakan ayam broiler, (3) Kelayakan finansial usaha peternakan ayam broiler. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif melalui analisis kelayakan investasi dan analisis sensitivitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, responden memiliki rata-rata umur 39 tahun, rata-rata lama pendidikan 14 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga sebanyak 3 jiwa, dan rata-rata pengalaman usaha selama 4 tahun dengan jumlah produksi per periode sebanyak 11,894.5 kg. Total biaya produksi sebesar Rp. 203.011.456,13. Keuntungan peternak ayam broiler per periode sebesar Rp. 11.230.696,27 dengan nilai RCR nya 1.05. Secara finansial usaha ini layak di lanjutkan dengan hasil penilaian terhadap kriteria investasinya yaitu: NPV= 269.350.948,4 > 0, Net B/C Ratio=2,32 > 1, IRR=36% > DF(11.1%), PB= 3 tahun 1 bulan (umur usaha 10 tahun). Berdasarkan analisis *switching value* usaha ini sangat sensitif pada penurunan jumlah produksi sebesar 6,10%.

Dewanti dan Sihombing (2012) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pendapatan Usaha Peternakan Ayam Buras (Studi Kasus di Kecamatan Tegalombo, Kabupaten Pacitan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pendapatan yang diperoleh peternak ayam buras dan pengaruh faktor-faktor produksi terhadap pendapatan usaha peternakan ayam buras di Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan. Penelitian dilaksanakan di Desa Kemuning, Desa Tegalombo dan Desa Tahunan mulai tanggal 3 Januari sampai 4 Februari 2011.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei dengan wawancara langsung kepada 30 peternak dan pengambilan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive sampling). Data yang dikumpulkan ditabulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui pendapatan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan fungsi keuntungan dengan teknik Unit Output Price Cobb-Douglas Profit Function (OUP-CDPF) melalui analisis regresi berganda (alat bantu software Econometric Views/Eviews) dan dilanjutkan dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan bersih dari penjualan ayam buras 89 ekor, feses dan telur yaitu Rp. 1.383.358,10 per tahun/peternak. Berdasarkan analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan  $\hat{Y} = 20,947+0,620X1+0,003X2+0,996X3-0,869X4-0,015X5+0,845X6$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,646 berarti pendapatan ayam buras mampu dijelaskan oleh biaya pembelian ayam, jagung, dedak, obat/vitamin, tenaga kerja, listrik sebesar 64,6% sedangkan sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel di luar yang diteliti.

Pada uji F, variabel independen (biaya pembelian ayam, jagung, dedak, obat/vitamin, tenaga kerja, dan listrik) berpengaruh secara bersama terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan 0,05, berdasarkan uji t faktor biaya pendapatan dipengaruhi oleh pembelian ayam dan biaya listrik sedangkan biaya lainnya (biaya jagung, obat/vitamin, dan tenaga kerja) tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha peternakan ayam buras di Kecamatan Tegalombo, Kabupaten Pacitan.

Vaulina, dkk (2018) melakukan penelitian dengan judul Efisiensi Produksi Usahatani Kelapa Dalam (*Cocos Nucifera* Linn) Di Kecamatan Gaung

Anak Serka Kabupaten Indragiri Hilir. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa efisiensi teknis, allocative/harga dan ekonomis perkebunan kelapa di Kecamatan Gaung Anak Serka, Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini menggunakan metode survei. Penelitian dilakukan di Kecamatan Gaung Anak Serka (GAS), di empat desa yaitu (1) desa Rambaian; (2) desa Idaman; (3) desa Iiran; (4) desa Tanjung Harapan. Total sampel yang 62 petani.

Analisis data menggunakan software Frontier versi 4,1 C. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efisiensi teknis rata yang dicapai adalah 72,94 persen dari produktivitas maksimum. Hal ini menunjukkan bahwa kelapa pertanian di Kecamatan Gaung Anak Serka telah efisien untuk efisiensi teknis, namun belum allocatif/harga dan efisiensi ekonomis. Nilai rerata dari keseluruhan efisiensi alokasi adalah 2,40 dan tidak ekonomis efisien karena nilai efisiensi ekonomi yang didapat adalah 1,75.

## **2.6. Kerangka Berpikir**

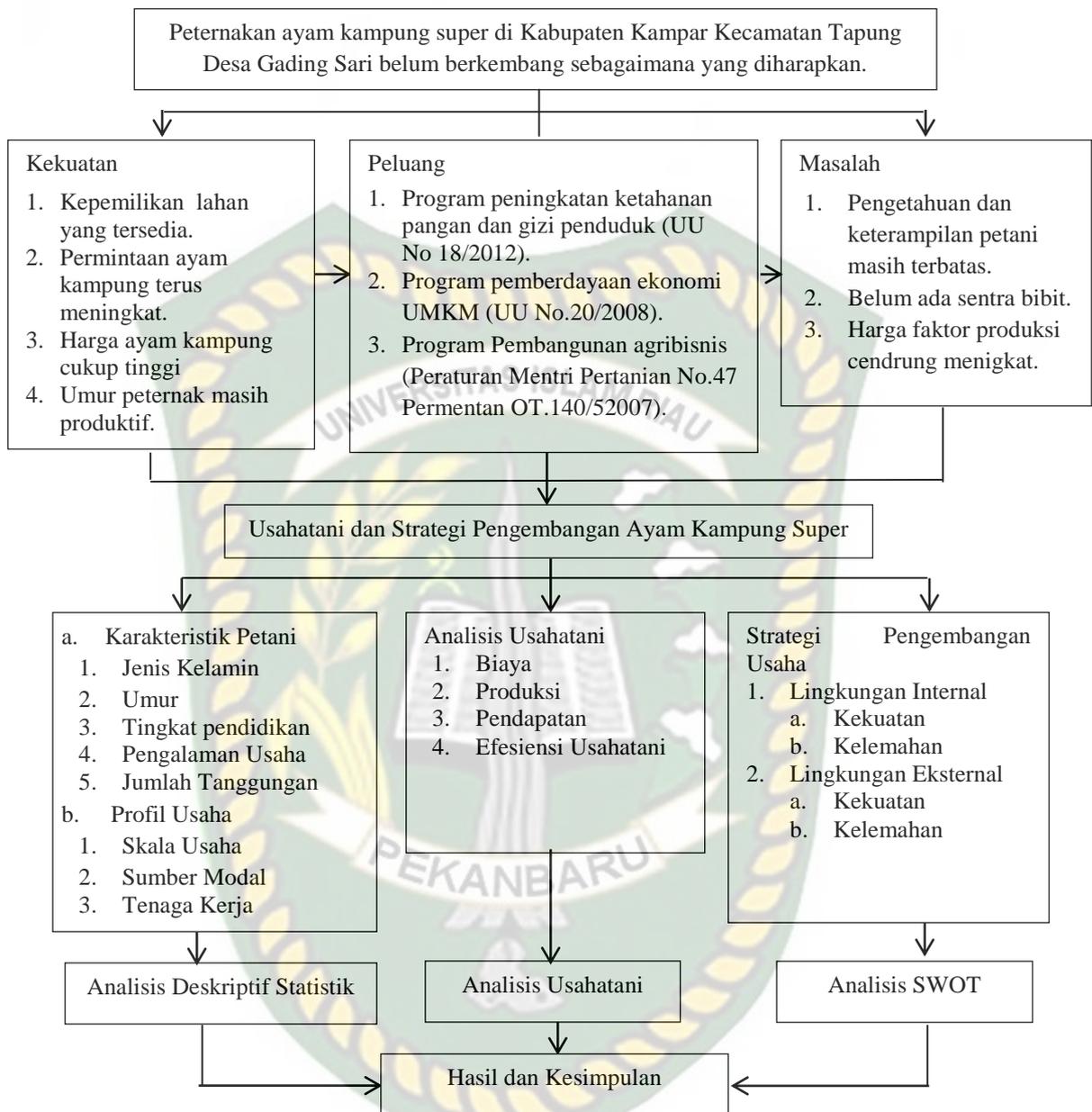
Konsumsi ayam kampung semakin meningkat seiring dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk. Lahan yang tersedia dan secara sosial diterima di masyarakat. Ayam kampung juga berkontribusi sebagai bahan pangan pedaging dan produk kuliner yang memiliki nilai gizi yang tinggi. Hal inilah yang membuat permintaan ayam kampung pedaging terus meningkat. Dilain pihak permintaan ayam kampung super yang begitu besar tidak sebanding dengan jumlah produksinya, sehingga belum mampu memenuhi kebutuhan tersebut.

Dilihat dari proses budidaya ayam kampung super yang tidak terlalu menggunakan banyak biaya dan memiliki nilai harga jual yang tinggi. Penjelasan diatas menggambarkan suatu kondisi yang berkaitan dengan ayam kampung yang

menjadi dasar dilakukannya penelitian ini yaitu menganalisis usahatani serta merumuskan strategi untuk pengembangan ayam kampung super di Desa Gading Sari.

Dalam penelitian ini yang akan dianalisis adalah mengenai usahatani ayam kampung super membahas bagaimana manajemen usahatani meliputi biaya produksi, produksi, pendapatan yang diperoleh serta efisiensi ayam kampung super.

Dalam pemberdayaan perekonomian penduduk di sektor peternakan serta untuk pengembangan agribisnis ayam kampung super diperlukan beberapa strategi yang diperoleh dengan menganalisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) pada sistem agribisnis ayam kampung super. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal tersebut sehingga diperoleh strategi pengembangan yang tepat. Setelah dilakukan analisis terhadap variabel-variabel yang diukur akan dibuat suatu kesimpulan penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat sekema berikut.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Gambar 1. Krangka Berpikir Penelitian

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan cara mewawancarai peternak ayam kampung super secara langsung. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gading Sari, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar. Dengan alasan bahwa Desa Gading Sari merupakan Desa yang memiliki usaha ternak ayam kampung super skala rumah tangga yang cukup banyak dan belum berkembang. Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan, dimulai dari bulan November 2019 sampai bulan April 2020. dengan uraian kegiatan berupa bimbingan proposal, bimbingan kuisisioner, bimbingan proposal, revisi, seminar proposal, dan seminar hasil.

#### 3.2. Teknik Pengambilan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peternak ayam kampung yang berternak ayam kampung super yang berusaha skala kecil di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. Responden untuk strategi pengembangan peternak ayam kampung adalah seluruh populasi yang ada yang di tentukan secara sengaja (pertimbangan) terdiri dari 5 orang peternak. Untuk menambah informasi, juga melibatkan 1 orang penyuluh pertanian, dan 1 orang Pemerintahan atau dinas peternakan setempat. Jadi secara keseluruhan jumlah responden sebanyak 7 orang. Untuk lebih jelasnya di sajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Kerangka Sampel Penelitian.

No	Responden	Populasi	Sampel
1	Peternak	5	5
2	Pemerintah/Dinas Peternakan	1	1
3	Tenaga Penyuluh	1	1
<b>Jumlah</b>		<b>7</b>	<b>7</b>

Sumber : Desa Gading Sari (diolah)

### 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari wawancara dengan responden dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu serta pengamatan langsung ke lapangan.

Data primer yang diperlukan dari usahatani peternakan ayam kampung super meliputi : (1) karakteristik peternak (nama, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, tanggungan keluarga) dan profil usahatani meliputi (skala usaha, permodalan, dan tenaga kerja) (2) subsistem usahatani terdiri dari teknologi budidaya, penggunaan sarana produksi, biaya, produksi, pendapatan, dan efisiensi. (3) faktor internal dan eksternal strategi pengembangan ayam kampung super. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan peternak ayam kampung super yang diambil sebagai sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan.

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Data sekunder yang diperlukan dari usahatani ayam kampung super meliputi : keadaan umum daerah penelitian (geografis dan topografis daerah), jumlah penduduk (berdasarkan umur, jenis kelamin, dan pendidikan), serta data data lain yang mendukung penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Kantor Kepala Desa Gading Sari, Badan Pusat Statistik (BPS), dan instansi lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3.4. Konsep Operasional

Untuk menyamakan persepsi terhadap variabel yang di amati dalam penelitian ini, maka perlu batasan-batasan mengenai konsep, pengukuran serta perhitungan yang akan digunakan. Beberapa konsep penting yang perlu diketahui dalam penelitian ini adalah :

1. Usaha ternak ayam kampung super adalah suatu kegiatan pembudidayaan komoditas ayam kampung super yang dilakukan peternak dengan mengorganisir input (DOC) menjadi produksi dan pendapatan.
2. Peternak adalah orang yang melakukan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari.
3. Kandang adalah tempat yang digunakan untuk kegiatan usaha pemeliharaan ayam kampung super di Desa Gading Sari.
4. Pakan adalah makanan yang diberikan kepada ayam kampung super berupa pakan kecil Vivo pelet (Kg/Priode produksi).
5. Obat-obatan adalah vaksin yang diberikan kepada ayam yang bertujuan agar ayam kebal terhadap suatu penyakit (Liter/Priode produksi).
6. Vitamin adalah nutrisi yang diberikan kepada ayam berupa cairan yang berguna untuk pertumbuhan, daya tahan terhadap penyakit dan keindahan bulu ayam (Gram/Priode produksi).
7. DOC (*Day Old Chiken*) atau bibit adalah anak ayam yang baru menetas dengan memiliki berat 37-45 gram per ekor.
8. Peralatan adalah alat-alat yang memiliki umur ekonomis tertentu yang digunakan dalam kegiatan proses produksi.

9. Tenaga Kerja adalah banyaknya jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam satu kali periode produksi (HOK/Periode produksi).
10. Periode Produksi adalah kegiatan pembudidayaan ayam, mulai dari ayam berumur satu hari (berat 37-45 gram/ekor) sampai ayam berumur 60-70 hari dengan berat ayam  $\pm$  1 kg.
11. Biaya Tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan peningkatan atau penurunan jumlah barang ataupun jasa yang dihasilkan selama periode produksi (Rp/ Periode Produksi).
12. Biaya Variabel adalah biaya yang digunakan selama proses produksi dan akan mengalami perubahan setiap melakukan perubahan pada skala usaha produksi (Rp/Periode Produksi).
13. Biaya Produksi adalah biaya yang digunakan selama kegiatan budidaya ayam, mulai dari ayam berumur satu hari sampai ayam berumur 60 hari (Rp/Periode Produksi).
14. Produksi adalah kegiatan menghasilkan ayam yang sudah berumur 60-70 hari (Kg/Periode Produksi).
15. Harga adalah nilai jual yang dimiliki oleh satu ekor ayam (Rp/Kg).
16. Pendapatan Kotor adalah sejumlah uang yang diterima oleh pengusaha ternak ayam kampung super yang belum dikurangi dengan biaya yang digunakan selama proses produksi (Rp/Periode Produksi).
17. Pendapatan Bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya usaha ternak ayam kampung super (Rp/Periode Produksi ).
18. SWOT adalah suatu alat analisis yang menguji kondisi internal dan eksternal suatu perusahaan untuk mengidentifikasi kondisi kekuatan (*Strength*),

kelemahan (*Weakness*) dan peluang (*Opportunities*) serta ancaman (*Thearth*).

19. Matrik SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun berbagai *alternative* strategi pengembangan.
20. Kekuatan adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar dan merupakan keunggulan bagi peternak untuk mengembangkan sayam kampung, meliputi : potensi lahan yang tersedia, umur petani yang masih produktif, tempat atau lokasi strategis, koordinasi tugas lebih efisien dikelola oleh keluarga, dan kemampuan berusahatani ayam kampung beberapa peternak sudah cukup baik.
21. Kelemahan adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar dan merupakan keterbatasan bagi peternak untuk mengembangkan usahatani ayam kampung super, meliputi : Pengetahuan dan keterampilan peternak masih terbatas, tingkat pendidikan rendah, belum adanya sentra bibit, kemampuan manajerial peternak masih rendah, dan kurang dalam pengelolaan hasil peternakan.
22. Peluang adalah faktor-faktor yang berasal dari luar usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar yang dapat membantu peternak untuk mengembangkan usahatani ayam kampung super, meliputi : umur peternak yang masih produktif, kebijakan pemerintah dalam usahatani ayam kampung, permintaan ayam kampung yang tinggi, harga kompetitif, dan agroklimat yang sesuai.

23. Ancaman adalah faktor-faktor yang berasal dari luar usahatani ternak ayam kampung super di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar yang dapat mengganggu petani untuk mengembangkan usahatani ayam kampung super, meliputi : kesesuaian lahan, perubahan cuaca dan iklim yang ekstrim, kurang ketersediaan teknologi, dan perilaku kompetitif pesaing.
24. Strategi adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak untuk merealisasikannya.

### **3.5. Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif statistik dan analisis SWOT. Analisis deskriptif statistik untuk melihat karakteristik peternak (nama, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, tanggungan keluarga) dan profil usahatani meliputi (skala usaha, permodalan, tenaga kerja) (2) subsistem usahatani terdiri dari teknologi budidaya, penggunaan sarana produksi, biaya, produksi, pendapatan, dan efisiensi. Sedangkan analisis SWOT, untuk melihat faktor internal dan eksternal strategi pengembangan.

#### **3.5.1 Analisis Karakteristik Peternak dan Profil Usaha Peternakan Ayam Kampung Super**

Karakteristik petani dan profil usahatani dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif statistik mengenai umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga. Sedangkan untuk profil usahanya terkait dengan skala usaha, permodalan dan jumlah tenaga kerja.

### 3.5.2 Analisis Usahatani Peternakan Ayam Kampung Super

Analisis usahatani di analisis secara deskriptif statistik meliputi: teknologi budidaya, penggunaan faktor produksi, biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani. Adapun analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### a. Biaya Produksi

Biaya produksi dalam usahatani ayam kampung super adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh peternak ayam kampung super selama satu kali priode produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Untuk menghitung besarnya biaya produksi yang dikeluarkan oleh peternak ayam kampung super, dapat dihitung secara matematis dengan cara (Soekartawi, 2002).

$$TC = TFC + TVC \dots \dots \dots (1)$$

$$TC = D + (X_1.PX_1) + (X_2.PX_2) + (X_3.PX_3) \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

- TC = Total Biaya (Rp/Periode Produksi)
- TFC = Total Biaya Tetap (Rp/Periode Produksi)
- TVC = Total Biaya Variabel (Rp/Periode Produksi)
- D = Penyusutan
- P = Harga
- X<sub>1</sub> = Pakan (kg/Periode Produksi)
- X<sub>2</sub> = Vitamin (liter/Periode Produksi)
- X<sub>3</sub> = DOC atau Bibit (ekor/Periode Produksi)
- X<sub>4</sub> = Tenaga Kerja (Rp/HOK/bulan)
- X<sub>5</sub> = Obat-obatan (gram,liter/Priode Produksi)
- X<sub>6</sub> = Biaya listrik (Rp/Priode Produksi)
- X<sub>7</sub> = Serbuk Gergaji (Karung/Priode Produksi)

Peralatan yang digunakan pada usahatani ayam kampung super umumnya tidak habis dipakai untuk satu kali priode produksi (lebih dari satu tahun). Oleh karna itu, biaya peralatan yang dihitung sebagai komponen biaya produksi adalah nilai penyusutannya. Alat-alat yang digunakan dalam usahatani ini adalah tempat pakan, tempat minum, mesin air, ember dan gayung. Untuk menghitung penyusutan alat-alat peternakan digunakan rumus yang dikemukakan oleh Hernanto (2002), dengan rumus :

$$D = \frac{NB-NS}{N} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

- D = Biaya Penyusutan (Rp/unit/tahun)
- NB = Nilai Beli (Rp/unit)
- NS = Nilai Sisa 20% dari harga beli (Rp/unit/tahun)
- N = Usia Ekonomis (tahun)

**b. Pendapatan Kotor**

Pendapatan kotor yang diterima oleh peternak ayam kampung super didapatkan dengan cara mengalikan harga produksi (Py) produksi (Y) dengan rumus :

$$TR = Y.Py \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

- TR = Total *Revenue* (Rp/Periode Produksi)
- Py = Harga Produksi (Rp/Kg/Periode Produksi)
- Y = Produksi (Kg/Periode Produksi)

**c. Pendapatan Bersih**

Menghitung pendapatan bersih usahatani ayam kampung super diperoleh dengan rumus Soekartawi (1993), yaitu :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(5)$$

$$\pi = ( Y \cdot P_y ) - (TVC + TFC) \dots\dots\dots(6)$$

keterangan :

- $\pi$  = Keuntungan atau pendapatan bersih (Rp/Proses Produksi)
- TR = Pendapatan Kotor (Rp/ Periode Produksi)
- TC = Total biaya produksi (Rp/Periode Produksi)
- Y = Jumlah produksi (kg/Periode Produksi)
- $P_y$  = Harga produksi (Rp/kg/Periode Produksi)
- TVC = Total biaya variabel (Rp/Periode Produksi)
- TFC = Total biaya tetap (Rp/Periode Produksi)

**d. Efisiensi Usahatani**

Tingkat efisiensi ekonomi usahatani ayam kampung super digunakan analisis *Return Cost Ratio* (RCR) dengan rumus menurut Hernanto (2002) sebagai berikut:

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan :

- RCR = *Return Cost Ratio*
- TR = Pendapatan Kotor (Rp/Periode Produksi)
- TC = Total Biaya (Rp/Periode Produksi)

Dengan kriteria keputusan :

RCR > 1 : berarti usahatani ayam kampung super memberikan keuntungan

$RCR < 1$  : berarti usahatani ayam kampung super dalam keadaan rugi

$RCR = 1$  : berarti usahatani ayam kampung super tersebut berada pada titik impas

### 3.5.3 Analisis Strategi Pengembangan Ayam Kampung Super

Untuk melihat prospek pengembangan usaha ayam kampung super di Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar, maka dapat digunakan analisis SWOT. Kerangka analisis dapat diuraikan sebagai berikut :

- Tahap 1 : Memahami situasi dan informasi yang ada
- Tahap 2 : Memahami permasalahan yang terjadi, baik yang bersifat umum atau spesifik.
- Tahap 3 : Menciptakan dan memberikan berbagai alternatif pemecahan masalah.
- Tahap 4 : Evaluasi pilihan alternatif dan pilih yang terbaik dengan cara membahas sisi pro dan sisi kontra serta memberikan bobot dan skor untuk masing-masing alternatif.

#### (1) Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)*

Hasil identifikasi faktor-faktor internal dilakukan analisa dengan menggunakan matriks IFE untuk dilakukan evaluasi terhadap faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pada pengembangan usaha ayam kampung super yang ada. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pembuatan matriks IFE adalah menetapkan faktor utama penentu kekuatan dan kelemahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha ayam kampung super di Desa Gading Sari seperti yang terlihat pada Tabel 8 :

Tabel 8. Penilaian Bobot dan Nilai Skor Evaluasi Faktor Internal

Faktor Strategi Internal	Bobot	Peringkat	Skor
Kekuatan			
1.....			
2.....			
3.....			
Total			
Kelemahan			
1.....			
2.....			
3.....			
Total			

Sumber: David, 2006

Penentuan bobot dilakukan dengan memberikan nilai mulai dari nilai 1 sampai dengan nilai 4 dilakukan berdasarkan data primer dan data sekunder yang ada berdasarkan tingkat kepentingan dari masing masing variabel yang terdapat pada faktor internal, sedangkan penentuan nilai bobot dilakukan dengan penghitungan menurut David (2006) dengan cara menggunakan bobot yang diberikan kepada setiap variabel terhadap jumlah nilai bobot keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i} \dots\dots\dots (8)$$

dimana:

$\alpha_i$  = Bobot variabel ke-i

$X_i$  = Nilai variabel ke-i

i = 1,2,3.....,n

n = Jumlah variabel

Bobot yang diberikan kepada masing-masing variabel pada masing-masing faktor mengindikasikan tingkat penting relatif dari faktor terhadap

keberhasilan pengembangan usaha ayam kampung super di Desa Gading Sari. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

- a) Memberikan peringkat 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut merupakan kelemahan utama (peringkat = 1), kelemahan kecil (peringkat = 2), kekuatan kecil (peringkat = 3), atau kekuatan utama (peringkat = 4);
- b) Mengalikan masing-masing bobot yang terdapat pada masing-masing faktor dengan nilai rating/peringkat untuk mendapatkan nilai skor pada masing-masing variabel yang ada pada faktor internal.
- c) Menjumlahkan nilai skor dari keseluruhan variabel yang terdapat pada masing-masing faktor untuk mendapatkan nilai total skor. Jika total rata-rata skor di bawah 2,5 menggambarkan bahwa pengembangan usahatani ayam kampung super berada pada posisi yang lemah secara internal. Sedangkan jika total skor di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat seperti yang terlihat pada matrik

## **(2) Matriks External Factor Evaluation (EFE)**

Hasil identifikasi faktor-faktor eksternal dilakukan analisa dengan menggunakan matriks EFE untuk mengevaluasi faktor peluang dan ancaman yang ada terhadap pengembangan usahatani ayam kampung super yang ada. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pembuatan matriks EFE adalah menetapkan faktor utama penentu peluang dan ancaman sebagai berikut:

- a) Menentukan faktor-faktor eksternal yang dapat menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari.

b) Penentuan bobot setiap variabel menggunakan skala 1,2, 3 dan 4 dilakukan berdasarkan data primer dan data sekunder yang ada. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah:

1 = Jika indikator kurang penting daripada indikator vertikal;

2 = Jika indikator horisontal sama penting dengan indikator vertikal;

3 = Jika indikator horisontal lebih penting daripada indikator vertikal

4 = Jika indikator horizontal sangat penting daripada indikator vertikal

Bentuk dari penentuan bobot setiap variabel dapat dilihat pada Tabel 9 dibawah ini.

Tabel 9. Penilaian Bobot dan Nilai Skor Evaluasi Faktor Eksternal

Faktor Strategi External	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang			
1.....			
2.....			
3.....			
Total			
Ancaman			
1.....			
2.....			
3.....			
Total			

Sumber: David, 2006

Menurut David (2006) bahwa penentuan nilai bobot dilakukan dengan cara menggunakan bobot yang diberikan kepada setiap variabel terhadap jumlah nilai bobot keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\alpha_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i} \dots \dots \dots (9)$$

dimana:

$\alpha_i$  = Bobot variabel ke-i

$X_i$  = Nilai variabel ke-i

$i$  = 1,2,3,.....,n

$n$  = Jumlah variable

Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengindikasikan tingkat penting relatif dari faktor terhadap pengembangan ayam kampung super di Desa Gading Sari. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 dengan tahapan sebagai berikut:

- a) Memberikan peringkat 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor eksternal utama tentang seberapa efektif strategi perusahaan dalam merespon faktor tersebut, dimana 4 = respon petani sangat baik, 3 = respon petani baik, 2 = respon petani diatas rata-rata, 1 = respon petani sangat buruk.
- b) Mengalikan masing-masing bobot faktor dengan peringkatnya untuk menentukan nilai skor.
- c) Menjumlahkan skor untuk mendapatkan total nilai skor. Jika total nilai skor dibawah 2,5 menggambarkan peternak ayam kampung super tidak dapat memanfaatkan peluang atau menghindari ancaman tergolong rendah. Sedangkan jika total skor di atas 2,5 menunjukkan peternak dan masyarakat dapat merespon peluang dan ancaman tergolong sedang.

### 3) Matriks Internal External (IE)

Matriks Internal External (IE) digunakan untuk menentukan posisi ayam kampung super saat ini, karena tahap pencocokan berkaitan dengan hasil yang didapat dari total nilai bobot IFE dan EFE yang didapat untuk menggambarkan bagaimana posisi suatu unit atau usaha strategis dalam suatu organisasi.

Matriks IE disusun berdasarkan nilai total skor matriks IFE dan EFE. Dimana pada sumbu horisontal merupakan total skor IFE dan pada sumbu vertikal merupakan total skor EFE. Titik perpotongan antara kedua sumbu tersebut akan menunjukkan strategi yang dianggap tepat untuk diterapkan oleh pelaku usaha dan pemangku kepentingan untuk pengembangan usahatani ayam kampung super.

Nilai total skor IFE yang ditunjukkan oleh sumbu X sebesar 1,0 hingga 1,99 menggambarkan posisi internal yang lemah, skor 2,0 hingga 2,99 merupakan pertimbangan rata-rata, dan skor 3,0 hingga 4,0 adalah kuat. Begitu pun dengan nilai total skor EFE yang ditunjukkan oleh sumbu y, dari 1,0 hingga 1,99 adalah pertimbangan rendah, skor 2,0 hingga 2,99 adalah sedang, dan skor 3,0 hingga 4,0 adalah tinggi.

	4,0 kuat	3,0 rata-rata	2,0 lemah	1,0	
Tinggi	I	II	III		NILAI TOTAL SKOR EFE
3,0					
Sedang	IV	V	VI		
2,0					
Rendah	VII	VIII	IX		
1,0					

Sumber: David, 2006

Gambar 2. Matriks *Internal-Eksternal* (IE)

Matriks IE dapat dibagi menjadi tiga daerah utama yang memiliki implikasi strategi berbeda yaitu :

- a) Rekomendasi untuk divisi yang masuk ke dalam sel I, II, atau IV digambarkan sebagai sel yang tumbuh dan pengembangan. Strategi intensif adalah penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar atau integratif seperti integrasi kebelakang, integrasi kedepan, dan integrasi horisontal).
- b) Divisi yang masuk dalam sel III, V, VII dapat dikelola dengan cara terbaik dengan menggunakan strategi menjaga dan mempertahankan penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang umum digunakan untuk divisi ini.
- c) Rekomendasi yang diberikan untuk divisi yang masuk ke dalam sel VI, VIII, IX adalah tunai dan divestasi.

#### 4) Matriks *Strength, Weakness, Opportunities, and Threats (SWOT)*

Matriks kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (*Strength-Weakness-Opportunities-Threats-SWOT Matrix*) adalah ringkasan yang menganalisis kekuatan dan kelemahan secara internal dalam hubungannya dengan peluang dan ancaman eksternal organisasi (McDonald dan Keegan, 1999). Matrik ini digunakan untuk membantu manajer/petani dalam mengembangkan empat tipe strategi yang merupakan alternatif strategi untuk pemasaran, pengembangan usaha dan lain-lain yang dapat diimplementasikan oleh peternak, p (*Weakness-Opportunities*) engusaha yang didapat berdasarkan hasil kombinasi antara faktor eksternal dan internal yang dimiliki oleh peternak, yaitu S-O (*Strength-Opportunities*), W-O, S-T (*Strength-Threats*), dan W-T (*Weakness-Threaths*).

Tahap pencocokan faktor internal dan eksternal kunci merupakan bagian yang sulit dalam mengembangkan analisis ini dan membutuhkan penilaian yang baik.

Model analisis SWOT dapat dilihat pada Tabel 10 dibawah ini.

Tabel 10. Matriks *SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats)*

	<b>STRENGTH-S</b> Daftar faktor-faktor kekuatan	<b>WEAKNESS-W</b> Daftar faktor-faktor kelemahan
<b>OPPORTUNITIES-O</b> Daftar faktor-faktor peluang	<b>STRATEGI S-O</b> Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI W-O</b> Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
<b>THREATS-T</b> Daftar faktor-faktor ancaman	<b>STRATEGI S-T</b> Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	<b>STRATEGI W-T</b> Meminimalkan kelemahan dan hindari ancaman

Langkah-langkah yang diperlukan dalam penyusunan analisis matriks SWOT adalah sebagai berikut:

- (1) Menuliskan faktor-faktor peluang eksternal bagi peternak ayam kampung super
- (2) Menuliskan faktor-faktor ancaman eksternal peternak ayam kampung super
- (3) Menuliskan faktor-faktor kekuatan internal peternak ayam kampung super
- (4) Menuliskan faktor-faktor kelemahan internal peternak ayam kampung super
- (5) Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi S-O yang tepat;
- (6) Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal untuk mendapatkan strategi W-O yang tepat;
- (7) Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi S-T yang tepat;
- (8) Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal untuk mendapatkan strategi W-T yang tepat.

Menganalisis data dengan menggunakan metode analisis SWOT memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dari penggunaan analisis SWOT adalah membantu perusahaan/petani dalam menyusun strategi manajemen pemasaran yang efektif untuk mengelola sarana usaha agar lebih terarah, sehingga dapat mencegah aktivitas pemborosan seoptimal mungkin, sekaligus mampu menempatkan diri secara wajar dan meningkatkan daya saing. Sedangkan kelemahannya bahwa analisis SWOT merupakan metode dengan pendekatan yang cenderung ke arah kualitatif atau subjektif yang perlu diperkuat ketajaman analisisnya dengan data pendukung kuantitatif, agar menghasilkan kajian yang lebih baik (Daut, 2003).

#### **5) *Quantitative Strategies Planning Matrix (QSPM)***

Menurut David (2004), matriks perencanaan strategi kuantitatif (QSPM) dirancang untuk menetapkan daya tarik relatif dari tindakan alternatif yang dapat dijalankan. Matriks perencanaan strategi kuantitatif (QSPM) yang merupakan tahap 3 dari kerangka analitis perumusan strategi dan teknik tersebut secara objektif menunjukkan strategi alternatif yang paling baik. QSPM menggunakan masukan dari analitis tahap 1 dan hasil-hasil pencocokan dari analisis tahap 2 untuk memutuskan secara objektif strategi alternatif yang dapat dijalankan.

QSPM secara konseptual menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi yang didasarkan sampai seberapa jauh faktor-faktor keberhasilan faktor kunci eksternal dan internal dimanfaatkan atau ditingkatkan. Daya tarik relatif dari masing-masing strategi dihitung dengan menentukan dampak kumulatif dari masing-masing faktor keberhasilan faktor kunci eksternal dan internal.

Teknik ini secara objektif mengindikasikan alternatif strategi mana yang terbaik untuk diimplementasikan oleh peternak ayam kampung super. Dimana QSPM adalah alat yang memungkinkan untuk penyusunan strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif, berdasarkan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Analisis ini membutuhkan penilaian intuitif yang baik dalam menyeleksi strategi.

Secara konsep, QSPM menentukan daya tarik dari berbagai gaya strategi berdasarkan seberapa jauh faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau diperbaiki. Enam langkah yang dibutuhkan untuk mengembangkan QSPM sebagai berikut:

- a) Membuat daftar peluang dan ancaman kunci eksternal serta kekuatan dan kelemahan kunci internal petani;
- b) Memberikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal yang dipakai dalam matriks IFE dan EFE;
- c) Mengevaluasi matriks pada tahap dua atau pencocokkan dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi atau perusahaan atau petani untuk diimplementasikan;
- d) Menetapkan nilai daya tarik (*Attractiveness Scores-AS*) pada setiap strategi untuk menunjukkan daya tarik relatif dari suatu strategi atas strategi lain dengan mempertimbangkan faktor penentu. Nilai daya tarik dimulai dari nilai 1 = sangat tidak menarik sekali, 2 = tidak menarik sekali, 3 = tidak menarik, 4 = cukup tidak menarik, 5 = cukup, 6 = cukup menarik, 7 = menarik, 8 = menarik sekali dan 9 = sangat menarik sekali.

- e) Menghitung nilai total daya tarik (*Total Attractiveness Scores-TAS*) merupakan hasil kali dari kolom bobot dan nilai daya tarik (AS) dalam setiap baris. Semakin tinggi nilai TAS, maka semakin menarik alternatif strategi itu.
- f) Menghitung jumlah total daya tarik dengan cara menjumlahkan nilai total daya tarik dalam setiap kolom strategi *Quantitative Strategies Planning Matrix*. Jumlah nilai total daya tarik mengungkapkan strategi mana yang paling menarik dalam setiap strategi. Besarnya perbedaan antar jumlah total daya dalam suatu strategi alternatif tertentu menunjukkan seberapa besar sebuah strategi lebih diinginkan relatif terhadap yang lain. Model dari matrik strategi QSPM pada Tabel 11 berikut ini merupakan model matriks perencanaan strategi kuantitatif.

Tabel 11. *Quantitative Strategies Planning Matrix*

Faktor Kunci	ALTERNATIF STRATEGI						
	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor Kunci Eksternal							
Faktor Kunci Internal							
Jumlah Nilai Total Daya Tarik							

Sumber: David, 2006

Keunggulan dari *Quantitative Strategies Planning Matrix* adalah bahwa setiap strategi dapat dievaluasi secara bertahap atau bersama-sama dan tidak ada batasan untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi dengan memanfaatkan semua informasi eksternal dan internal yang dimiliki. Selain itu, matrik QSPM dapat diadaptasikan untuk digunakan oleh organisasi besar, kecil, yang berorientasi laba maupun nirlaba dan dapat diaplikasikan untuk hampir semua tipe organisasi.

Adapun keterbatasan dari matrik QSPM ini adalah selalu membutuhkan penilaian intuitif dan asumsi yang mendasar yaitu didasarkan kepada informasi yang objektif serta QSPM hanya dapat bermanfaat sebagai informasi pendahuluan dan analisis pencocokan yang mendasari penyusunannya serta mempunyai subjektivitas yang sangat tinggi dengan arti bergantung pada pengalaman pengambilan keputusan (David, 2006).



## IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1. Geografi dan Topografi

Desa Gading Sari adalah nama salah satu desa yang ada di wilayah Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. Desa Gading Sari dahulunya di kenal sebagai tempat tinggal masyarakat transmigrasi yang ditempati oleh para pendatang dari daerah lain, dahulunya desa ini dikenal dengan nama Desa Latersia yang berada dalam wilayah PTPN V Sei Garo (Kantor Desa Gading Sari).

Desa Gading Sari adalah desa pertama di Kecamatan Tapung terbentuk pada tahun 1990 , sehingga Desa Gading Sari akrab di sebut desa Akasia. Kepala desa yang pertama kali menjabat di desa Gading Sari adalah bapak Mochammad Tabrani melalui pemilihan Kepala Desa. Dari tahun 1990 hingga tahun 2019 (sekarang) sudah terjadi pertukaran kepala desa sebanyak 4 kali dan berakhir di tahun 2018 hingga 2019 (sekarang) yang di jabat oleh Bapak Tasmanto Tarigan yaitu anak dari kepala Desa Gading Sari ke dua yang bernama bapak Bantu Tarigan dengan masa jabatan 14 tahun yang merupakan tokoh berpengaruh dalam pembangunan Desa Gading Sari (Kantor Desa Gading Sari).

Desa Gading Sari terletak di wilayah Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau yang berbatasan dengan:

- Sebelah utara berbatasan dengan Desa Sumber Makmur.
- Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Indrapuri.
- Sebelah timur berbatasan dengan Desa Pantai Cermin.
- Sebelah barat berbatasan dengan Desa Tanjung Sawit.

Luas wilayah Desa Pancuran Gading adalah 1.676,5 H dimana 95% berupa daratan yang bertopografi berbukit-bukit dengan ketinggian 50-60 mdpl, curah hujan 271,6 mm, suhu rata-rata 20-35<sup>0</sup>C, sehingga 75% daratan dimanfaatkan sebagai lahan perkebunan yang dimanfaatkan untuk perkebunan kelapa sawit (Kantor Desa Gading Sari).

#### 4.2. Keadaan Umum Penduduk

##### 4.2.1. Jumlah Penduduk dan Jenis Kelamin

Desa Gading Sari mempunyai jumlah penduduk sebesar 3.160 jiwa, yang terdiri dari laki-laki 1.629 jiwa, perempuan sebesar 1.531 orang dengan jumlah kepala keluarga (KK) sebanyak 784 KK yang terbagi dalam 4 wilayah dusun, 5 wilayah RW dan 20 wilayah RT, sementara pusat desa berada di dusun 2, RW 2, RT 9.

##### 4.2.2. Pendidikan

Untuk melihat tingkat pendidikan di Desa Gading Sari ini dapat dilihat pada Tabel 12 berikut:

Tabel 12. Tingkat Pendidikan di Desa Gading Sari, 2019

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Murid	Jumlah Pengajar	Jumlah Sekolah (unit)	Keterangan
1	TK	100	5	1	Swasta
2	Sekolah Dasar	362	28	1	Negeri
3	SMP/ sederajat	396	27	1	Swasta
4	SMA/ sederajat	170	22	1	Yayasan
<b>5</b>	<b>Jumlah</b>	<b>1028</b>	<b>82</b>	<b>4</b>	

Sumber : Kantor Desa Gading Sari, 2019

Berdasarkan kepada Tabel 12 di atas Desa Gading Sari sudah tergolong dalam desa yang memiliki tingkat pendidikan cukup tinggi. Dari jumlah siswa yang bersekolah di Desa Gading Sari sebesar 1.028 siswa, sekitar 714 siswa berasal dari masyarakat Desa Gading Sari dan selebihnya dari Desa sekitar.

#### 4.2.3. Mata Pencaharian Penduduk

Penggunaan lahan di Desa Gading Sari sebagian besar diperuntukkan untuk lahan perkebunan sedangkan sisanya untuk lahan kering yang merupakan bangunan dan fasilitas-fasilitas lainnya. Adapun mata pencaharian di Desa Gading Sari ini ada yang bekerja di sektor perkebunan, sektor perikanan, dan ada pula yang bekerja di sektor peternakan. Sektor perkebunan berupa tanaman kelapa sawit. Ada yang bekerja disektor perikanan seperti budidaya ikan lele adapun yang bekerja di sektor peternakan seperti usaha ternak sapi, ternak kambing, itik, dan ternak ayam kampung.

Disamping itu, ada juga masyarakat yang bekerja sebagai buruh tani untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Ada juga yang bekerja sebagai pedagang. Untuk lebih jelasnya mengenai mata pencaharian penduduk di Desa Gading Sari dapat dilihat pada Tabel 13 di bawah ini:

Tabel 13. Mata Pencaharian Penduduk Bidang Pertanian di Desa Gading Sari Kecamatan Tapung, 2019

No	Mata Pencaharian	Satuan	Luas/Kapasitas
1	Perikanan (Kolam)	Ha	3
2	Perkebunan (Kelapa Sawit)	Ha	1.522
3	Peternakan		
	Ayam Kampung	Ekor	4.700
	Itik	Ekor	660
	Entog	Ekor	735
	Kambing	Ekor	25
	Sapi Biasa	Ekor	250

Sumber : Kantor Desa Gading Sari, 2019

Berdasarkan Tabel 13, dapat diketahui bahwa mata pencaharian terbesar untuk penduduk di Desa Gading Sari ini berada pada perkebunan yang berjumlah 1.522 Ha dan yang paling sedikit berada pada peternakan kambing yang berjumlah 25 ekor. Sedangkan untuk ternak unggas sendiri, ternak ayam buras

atau ayam kampung merupakan jumlah ternak yang paling banyak dimiliki sebesar 4.700 ekor ayam dibandingkan dengan ternak unggas lainnya.

#### **4.3. Potensi Pengembangan Ayam Kampung Super**

Desa Gading Sari merupakan salah satu desa nomor 3 terbesar penghasil ayam kampung dari 25 desa yang ada di Kecamatan Tapung. Peternakan ayam kampung terletak di belakang rumah peternak itu sendiri dengan luas tanah 5000 m sangat cukup untuk berternak ayam kampung super dan sebagian tanah di gunakan untuk tanaman palawija dan perkebunan.

Varietas bibit yang digunakan disini adalah ayam kampung super, dimana varietas ini keunggulannya daging yang lebih lembut, warna bulu menarik, rasa yang gurih serta pertumbuhan lebih cepat yaitu 60 hari sudah bisa panen. Di Desa Gading Sari ayam kampung sebagian dijual kepada pedagang ayam dan rumah makan yang menyediakan menu ayam kampung di Desa Gading Sari dan sekitarnya, namun lebih banyak dijual kepada pemborong untuk dijual kembali ke luar daerah.

Berdasarkan keadaan di lapangan dan hasil penelitian, berusaha ternak ayam kampung super sangat menguntungkan. Dilihat dari permintaan ayam kampung yang tinggi di wilayah setempat mempermudah pemasaran ayam kampung super, serta keuntungan yang dihasilkan peternak cukup tinggi yaitu dengan efisiensi sebesar 1,47 maka usaha ini sangat menguntungkan.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Karakteristik Peternak dan Profil Usaha

#### 5.1.1 Karakteristik Peternak

Karakteristik peternak akan menggambarkan tentang bagaimana kondisi dari sebuah usaha yang sedang dijalankan. Karakteristik peternak dapat dilihat dari beberapa indikator, adapun indikator tersebut adalah umur peternak, lama pendidikan peternak, tanggungan keluarga peternak, dan pengalaman berusaha peternak. Secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 14:

Tabel 14. Rata-rata Umur, Lama Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Pengalaman Peternak Ayam Kampung Super Desa Gading Sari Tahun 2019.

No Sampel	Nama	Umur (Tahun)	Lama Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Berusaha (Tahun)	Jumlah Tanggungan (jiwa)	Luas Kandang (m <sup>2</sup> )
1	Alfian	28	12	2	2	26
2	Hariyanto	37	12	3	3	25
3	Sony	26	12	2	1	27
4	Supriyono	35	12	2	3	72
5	Ilu	32	12	4	2	62
Jumlah		158	60	13	11	212
Rata-rata		31,60	12,00	2,60	2,20	42

#### a. Umur

Umur akan menentukan kinerja seseorang dalam melakukan sebuah pekerjaan. Seseorang yang berada pada kategori muda (memiliki kisaran umur antara 28 tahun sampai 37 tahun) akan lebih produktif dalam hal bekerja bila dibandingkan dengan orang yang sudah tua (memiliki kisaran umur 50 tahun sampai 64 tahun). Meskipun kedua golongan umur tersebut masih termasuk kedalam kategori penduduk usia produktif untuk bekerja, akan tetapi ada perbedaan dalam hal semangat bekerja dan ide. Dimana seseorang yang memiliki

umur antara 28 tahun sampai 37 tahun akan lebih mudah berinovasi dan lebih bersemangat dalam bekerja, sedangkan usia 50 tahun sampai 64 tahun akan lamban untuk melakukan perubahan karena ketakutan dalam pengambilan keputusan.

Peternak yang berada di Desa Gading Sari ini masih berada dalam rata-rata kisaran umur 28 tahun sampai 37 tahun. Sehingga usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari ini masih tergolong kepada usia produktif. Kondisi ini sangat berpotensi untuk pengembangan usaha khususnya dibidang ternak ayam kampung super, karena mereka mempunyai kemampuan fisik dan daya pikir yang lebih baik serta kemauan yang sangat kuat. Adapun rata-rata umur peternak ayam kampung super di Desa Gading Sari dapat dilihat pada pada Tabel 14 (Lampiran 1).

#### **b. Pendidikan**

Pendidikan merupakan indikator penilaian dalam usaha ini, namun pendidikan tidak menjamin kesuksesan sebuah usaha. Tingkat pendidikan sangat mempengaruhi dalam hal penyerapan informasi dan inovasi. Pendidikan berkaitan dengan daya nalar dan perilaku seseorang. Semakin tinggi pendidikan seseorang, maka usaha yang mereka jalankan pun akan semakin rasional karena memiliki wawasan yang lebih luas.

Rata-rata tingkat pendidikan peternak ayam kampung super di Desa Gading Sari 12 tahun yaitu setara dengan pendidikan SMA. Walaupun tergolong rendah, bisa ditingkatkan dari pendidikan non formal atau informal. Untuk lebih jelasnya mengenai rata-rata tingkat pendidikan peternak ayam kampung super Desa Gading Sari dapat dilihat pada Tabel 14 (Lampiran 1).

### **c. Jumlah Tanggungan Keluarga**

Tanggungan keluarga adalah semua orang yang tinggal dalam satu rumah yang mana keseluruhan biaya hidupnya (seperti makan, kesehatan, pendidikan dan sebagainya) di tanggung oleh kepala keluarga. Peternak yang memiliki tanggungan keluarga yang produktif bisa dijadikan sebagai sumber tenaga kerja dalam keluarga.

Selain itu jumlah tanggungan keluarga akan menjadi salah satu faktor dalam kegigihan seseorang dalam bekerja. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga seseorang, maka semakin besar kebutuhan yang diperlukan. Sehingga seseorang akan terdorong untuk terus berusaha meningkatkan pendapatan agar tercukupinya kebutuhan keluarga tersebut. Untuk lebih jelasnya mengenai rata-rata tanggungan keluarga peternak ayam kampung super, dapat di lihat pada Tabel 14.

Dimana pada Tabel 14 terlihat bahwa rata-rata jumlah tanggungan keluarga peternak ayam kampung super sebesar 2 jiwa dan pada lampiran 1 terlihat bahwa jumlah tanggungan keluarga terbesar dimiliki oleh Harianto dan Supriyono (responden 2 dan 4) sebanyak 3 jiwa dan jumlah tanggungan keluarga terkecil dimiliki oleh Sony (responden 3) sebanyak 1 jiwa.

### **d. Pengalaman Berusaha**

Pengalaman berusaha ialah lamanya seseorang bekerja pada usaha yang sama sebelum menjalankan usaha yang sekarang. Pengalaman berusaha mampu mempengaruhi peternak dalam menjalankan usahanya. Semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha, maka tingkat keterampilan seseorang dalam berusaha semakin tinggi bila di dibandingkan dengan pemula sehingga mampu meminimalisirkan tingkat kegagalan.

Semakin lama seorang peternak menekuni usaha ternak ayam kampung super, maka semakin meningkat pula kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan peternak sehingga dapat dijadikan sebagai referensi dalam menjalankan usaha berikutnya. Dibandingkan dengan pemula, orang yang memiliki pengalaman dalam berusaha lebih mudah menjalankan kegiatan usahanya ketimbang orang yang baru mengenyam usaha tersebut.

Peternak ayam kampung super Desa Gading Sari ini memiliki rata-rata pengalaman berusaha selama  $\pm 2,6$  tahun. Semakin lama pengalaman seseorang, maka semakin sedikit pula tingkat kegagalan yang dimiliki orang-orang tersebut karena seseorang yang berpengalaman akan mampu mengatasi sebuah permasalahan. Adapun rata-rata lama pengalaman berusaha beternak ayam kampung super ini dapat di lihat pada Tabel 14 (Lampiran 1).

### **5.1.2 Profil Usaha Ternak Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari**

#### **a. Skala Usaha Ternak Ayam Kampung Super**

Peternakan merupakan kegiatan membudidayakan ayam pedaging (ayam kampung super) mulai ayam berumur satu hari sampai ayam berumur 60-70 hari. Usaha ini dilakukan dengan membangun usaha ternak tanpa pihak lain yang disebut dengan usaha pribadi. Skala usaha ternak ayam kampung super ini masih tergolong usaha kecil mengingat dengan kapasitas yang di produksi masih berkisar 400 ekor sampai 1.000 ekor DOC. Adapun kandang ayam ada yang berukuran  $25m^2$  dengan kapasitas muatan kandang 250-400 ekor dan ada yang berukuran  $80m^2$  dengan kapasitas 800-1000 ekor (dengan rata-rata kepemilikan kandang berukuran  $42m^2$  dengan kapasitas 420-600 ekor) kriteria usaha peternakan ayam kampung super termasuk usaha kecil.

#### **b. Tenaga Kerja dan Modal Usaha Ternak Ayam Kampung Super**

Tenaga kerja yang bekerja pada sektor peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari tidak ada yang berasal dari pihak luar dan hanya melibatkan tenaga kerja dari dalam keluarga. Jumlah tenaga kerja yang digunakan hanya 1 orang selama proses produksi berlangsung. Mengingat dengan pekerjaan yang dilakukan pada usaha ini tidak terlalu membutuhkan keahlian khusus, penggunaan teknologi dan keterampilan yang mahir disertai dengan lamanya pengalaman yang kerjakan, oleh karena itu tidak ada pembagian kerja berdasarkan kemampuan tertentu.

Modal dalam suatu usaha merupakan uang atau sejenis nya yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi jual beli untuk memenuhi kebutuhan dalam melakukan proses produksi. Untuk responden usaha ternak ayam kampung super di Desa Gading Sari ini, modal berasal dari modal sendiri. Hal ini yang memperlama pengembangan usaha, karena modal yang di miliki sendiri belum mencukupi kebutuhan peternak, seperti penggunaan teknologi, penambahan skala usaha untuk meningkatkan pendapatan peternak. Namun ketidakberanian peternak untuk meminjam dari pihak lain serta belum adanya penerimaan bantuan dari pemerintah. Dengan adanya modal yang bersumber dari pihak lain (berupa pinjaman) hal ini menyebabkan adanya bunga yang harus dibayar oleh peternak (peminjam) perbulan.

## 5.2 Penggunaan Faktor Produksi, Biaya Produksi, Keuntungan dan Efisiensi Usaha Peternakan Ayam Kampung Super

### 5.2.1 Penggunaan Faktor Produksi

Faktor produksi ialah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi usaha peternakan ayam kampung super, adapun yang termasuk kedalam faktor produksi adalah kandang, DOC (*Day Old Chicken*) atau bibit, pakan, obat-obatan, tenaga kerja, serta peralatan.

#### 1. Kandang

Kandang merupakan ruangan tempat ayam berinteraksi selama lebih kurang 70 hari. Kandang dalam penelitian ini tidak berlantai hanya beralaskan sekam kayu dan berdinding bambu atau papan. Oleh karena dinding terbuat dari bambu, maka disaat cuaca hujan atau terlalu panas dan saat malam hari kandang di tutup dengan tirai atau terpal untuk menjaga suhu di dalam kandang agar tetap stabil. Suhu yang terlalu dingin dan terlalu panas akan memberikan dampak buruk kepada ayam kampung super itu sendiri, mulai dari pertumbuhannya yang terhambat (tidak cukup bobot badan) sampai kepada ayam kampung super yang mati. Kegiatan ini dilakukan dari ayam kampung super berumur satu hari sampai ayam kampung super berumur 21 hari. Jika ayam kampung super sudah berumur 22 hari, maka tirai tidak akan di tutup pada malam hari kecuali jika cuaca buruk (seperti berangin atau hujan). Umur ayam yang sudah berusia 22 hari ini, sudah memiliki bulu yang (bisa dikatakan) tebal, sehingga ayam dapat menjaga keseimbangan suhu tubuh.

Total kandang yang terdapat di daerah penelitian ini dari keseuruhan sampel sebanyak 5 kandang pembesaran dan 26 kandang DOC yang dimiliki oleh 5 responden (Lampiran 4). Dimana kelima kandang tersebut berlantai tanah dan

berdinding papan serta ada juga kandang yang berdinding bambu dan papan , adapun atapnya terbuat dari seng.

Kandang dibangun dengan bentuk seperti bangunan rumah dan lantai dialaskan dengan sekam gergaji kayu dan untuk ketebalan serkam gergaji kayu pada lantai kandang ayam lebih kurang 3-5 cm dari permukaan tanah. Adapun ukuran kandang ayam kampung super untuk DOC 1-21 hari yaitu 1x1,2m dan untuk kandang pembesaran bervariasi sesuai kapasitas yang di butuhkan. Namun untuk kapasitas ayam 1000 ekor menggunakan kandang dengan luas 5m x 10m. Sedangkan untuk tinggi kandang ayam (dari lantai kandang sampai atap) ±5 meter.

## 2. DOC atau bibit

DOC merupakan singkatan dari *Day Old Chiken* atau lebih dikenal dengan istilah bibit ayam yang masih berumur satu hari. Bibit ayam kampung super memiliki peranan yang penting dalam menghasilkan produk ayam kampung super. Ayam kampung super yang sehat berasal dari bibit yang bagus dan sebaliknya. Pemilihan dan penentuan bibit unggul hanya dilakukan oleh pihak pembibitan, sedangkan peternak hanya berperan dalam proses pembesaran ayam kampung super. Demi menjaga keberlangsungan produksi ternak ayam kampung super, diperlukannya pemasok DOC yang tetap.

Untuk usaha peternakan ayam kampung super akan terjadi kesepakatan antara *delivery hatchery*, marketing DOC dan pihak pembibitan dalam penentuan jadwal untuk pengiriman bibit ke lokasi. Oleh karena itu, apabila ketersediaan bibit sedang kosong atau tidak mencukupi kebutuhan, peternak hanya menunggu datangnya DOC tersebut sebab DOC hanya diproduksi di pulau Jawa.

Sebelum bibit datang, maka kondisi kandang harus steril, selain itu sebelum tempat makan dan tempat minum disiapkan, terlebih dahulu penyebaran serbuk kayu dan diratakan di atas lantai kandang, dan pemanas di hidupkan dua jam sebelum ayam datang.

Pemberian serbuk di atas lantai kandang ini bertujuan agar suhu kandang tetap stabil serta membuat lantai kandang terasa lembut dan tidak lembab. Penggunaan serbuk ini berlangsung dari ayam berumur 1 hari sampai ayam berumur 21 hari.

Rata-rata pemeliharaan ayam kampung super oleh peternak ini sebanyak 700 ekor per periode. Adapun rata-rata harga DOC per ekor adalah Rp. 8000. DOC yang diterima oleh peternak ini sudah dilakukan vaksinasi oleh pihak pembibitan. Sehingga peternak tidak perlu memberikan vaksin lagi kepada ayam kampung super.

### **3. Pakan**

Pakan merupakan faktor penting dalam usaha ternak ayam kampung super ini. Pakan yang berkualitas, pemberian pakan tepat dosis dan tepat pada waktunya akan memberikan hasil yang memuaskan seperti bobot ayam yang sesuai standar (1,8 kg sampai 2 kg) namun permintaan para konsumen dengan bobot 0,8 kg sampai 1,2 kg, tingkat kematian yang rendah dan efisien dalam penggunaan pakannya. Dalam penelitian ini, pakan yang diberikan oleh peternak adalah pakan yang beli dari toko pertanian yang berbentuk *crumble* dengan kode merek VIVO-311, VIVO-512, dan makanan sampingan. Dengan harga yang bervariasi, untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 15 (Lampiran 3) :

Tabel 15. Rata-rata Penggunaan dan Harga Pakan Ternak Ayam kampung super per Periode di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

No	Jenis Pakan Ternak	Penggunaan (Kg)	Harga Satuan (Rp)	Rata Total per Periode (Rp)
1	VIVO-311	336	8000	2.688.000
2	VIVO-512	1.116	7000	7.812.000
3	Pakan Sampingan	184	2.565	472.000
Total				10.972.000

Berdasarkan Tabel 15, pakan jenis VIVO-311 digunakan saat ayam berusia 1-21 hari memiliki rata-rata penggunaan 336 kg sementara pakan jenis VIVO-512 memiliki rata-rata penggunaan terbanyak yaitu sebesar 1.116 Kg selama satu periode. Hal ini berkaitan dengan penggunaan jenis pakan itu sendiri. Dimana pakan jenis VIVO-512 ini di berikan kepada ayam yang berumur 22-70 hari. Dimana pada umur ayam 22-70 hari ini ayam sudah mencapai tahap dewasa dan membutuhkan asupan makanan yang lebih banyak dari fase awal.

Namun, pada usia ayam 40-70 hari diberikan makanan sampingan dengan jumlah rata-rata 184 kg. Makanan sampingan diberikan agar ayam tidak kekurangan makanan karena ayam kampung super yang sudah mencapai tahap dewasa sampai waktu panen membutuhkan asupan makanan yang tinggi, sehingga untuk mengurangi biaya pakan para peternak menggunakan makanan sampingan. Responden 1-3 menggunakan pakan sampingan berupa mihun, responden 4 menggunakan makanan sampingan sampah nasi dan responden 5 menggunakan rerumputan pilihan. Ayam kampung super ini sangat rakus akan makanan maka para peternak memilih menggunakan makanan alternatif atau sampingan. Pakan diberikan secara teratur selama 34 hari dengan aturan pemberian.

Tabel 16. Pemberian Pakan Ternak Ayam Kampung Super per Periode di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

No	Jenis Pakan	Umur Ternak (Hari)	Waktu Pemberian	Takaran (Gram)
1	VIVO-311	0-21	Pagi dan sore, malam	15-20
2	VIVO-512	22-40 41-70	Pagi, siang, sore, malam	40-60 80-100
3	Pakan Sampingan	40-70	Pagi, siang, sore, malam	80-100

Dari Tabel 16 di atas dapat kita ketahui bahwa terdapat perbedaan antara waktu pemberian makanan dengan umur hari ternak. Adapun banyaknya pakan yang harus diberikan tidak boleh terlalu banyak karena ayam akan tetap mengkonsumsi pakan meskipun melebihi kapasitas yang seharusnya. Namun meskipun demikian bobot ayam tidak akan bertambah karena ayam juga sering mengeluarkan kotoran. Pakan yang diberikan juga tidak boleh terlalu sedikit, karena apabila ayam kampung super kekurangan pakan, maka akan menghambat pertumbuhan ayam tersebut. Bobot ayam kampung super tidak ditentukan oleh seberapa banyak pakan yang diberikan tiap harinya, tetapi seberapa tepatnya takaran pakan yang diberikan (sesuai dengan kebutuhannya).

Besarnya pakan yang digunakan mempengaruhi perhitungan konversi pakan atau *Feed Conversion Ratio* (FCR). Konversi pakan merupakan perbandingan antara jumlah pakan yang dikonsumsi dengan pertumbuhan berat badan. Semakin tinggi konversi pakan berarti semakin boros pakan yang digunakan. Standar konversi pakan untuk ayam kampung super adalah 1,9 yang artinya untuk mendapatkan ayam dengan bobot hidup seberat 1 kg diperlukan pakan sejumlah 1,9 kg. Dermawan (2017).

#### 4. Obat-obatan dan Vaksin (OVK)

Obat-obatan dan vaksin yang dimaksud adalah obat-obatan yang digunakan untuk pengobatan ayam kampung super yang terserang penyakit, vitamin dan ramuan herbal digunakan untuk pencegahan penyakit serta dapat mendukung pertumbuhan ayam sehingga dapat tumbuh secara optimal.

Adapun rata-rata penggunaan obat-obatan dan vitamin dapat dilihat pada Tabel 17 berikut ini:

Tabel 17. Rata-rata Penggunaan OVK Usaha Ternak Ayam Kampung Super per Periode di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

OVK	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total per Periode (Rp)
Ramuan Herbal (Liter)	3,50	3000	4.200
Neo Bro (250g/bks)	1,63	33.000	42.900
Thermizyn (250g/bks)	1,25	27.750	27.600
Total			74.700

Berdasarkan Tabel 17 di atas, rata-rata OVK yang sangat banyak di gunakan yaitu jenis Ramuan Herbal. Hal ini terlihat pada Lampiran , bahwa OVK jenis Ramuan Herbal digunakan oleh responden 2 dan 5 dalam pembudidayaan ayamnya. Sedangkan rata-rata penggunaan OVK jenis Neo Bro dan Thermizyne digunakan oleh semua responden kecuali responden 5 yang hanya menggunakan Ramuan Herbal dalam pembudidayaan ayamnya.

#### 5. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah orang yang melakukan pekerjaan mulai dari awal ayam masuk hingga pasca panen. Tenaga kerja pada umumnya ada yang berasal dari tenaga kerja wanita dan tenaga kerja pria. Adapun sumber tenaga kerjanya bisa berasal dari dalam keluarga dan tenaga kerja dari luar keluarga. Setiap pekerja harus berada pada bidang sesuai dengan keahliannya masing-masing, agar

pekerjaan yang dihasilkannya pun mendekati efisien. Biasanya tenaga kerja wanita lebih mengarah kepada ketelitian semetara tenaga kerja laki-laki mengarah kepada kerja keras. Namun, pada era sekarang ini, bisa dikatakan tidak ada pembeda antara tenaga kerja laki-laki dan tenaga kerja wanita. Sulit untuk dibedakan mana ruang lingkup pekerjaan wanita dan mana ruang lingkup untuk pekerjaan laki-laki.

Dalam penelitian di desa ini, peternak yang menjadi responden yang menjadi tenaga kerja, artinya dia melakukan pekerjaan secara sendiri. Namun untuk perhitungan biaya produksi, pekerjaan yang dilakukan secara sendiri tetap dihitung sesuai dengan tahapan pekerjaannya. Untuk rata-rata penggunaan tenaga kerja pertahapannya dapat dilihat pada Tabel 18 :

Tabel 18. Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Pekerjaan per Periode Usaha Ternak Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

No	Tahapan Pekerjaan	Rata-rata	
		Total Jam Kerja	HOK-P Periode
1	Kegiatan sebelum ayam dating		
	- Pencucian kandang - Pemasangan serbuk - Persiapan tempat pakan dan tempat minum	2,90	0,36
2	Kegiatan perawatan		
	- Pemberian pakan dan pemberian minum - Pemeliharaan Ayam	92,4 26	11,50 3,30
3	Panen	3,36	0,42
4	Pasca panen		
	- Pembersihan lingkungan kandang	2,60	0,33
	Total rata-rata	125,12	15,91

Berdasarkan kepada Tabel 18 di atas, total rata-rata penggunaan tenaga kerja selama satu periode dengan total jam kerjanya sebesar 125,12 dan dengan HOK nya pun sebesar 15.91 atau dibulatkan menjadi 16 HOK per periode. Dalam penelitian ini, tenaga kerja yang dilibatkan hanya tenaga kerja laki-laki dalam

keluarga. Meskipun responden tidak melibatkan tenaga kerja namun semua pekerjaan di lakukan sendiri, tetap dilakukan seluruh keuntungan milik responden tersebut secara pribadi. Akan tetapi, dalam analisis usaha ini, tetap terhitung sebagai pengeluaran tenaga kerja.

## 6. Peralatan

Peralatan adalah alat-alat yang digunakan selama proses produksi berlangsung, mulai dari awal produksi hingga pasca panen. Setiap alat yang digunakan memiliki nilai penyusutan. Dalam satu tahun peternak mampu memproduksi sebanyak 4 kali. Untuk melihat rata-rata jumlah alat yang digunakan peternak dapat dilihat pada Tabel 19 berikut ini:

Tabel 19. Rata-rata Penggunaan Alat Usaha Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

No	Komponen Biaya	Jumlah (Unit)
1	Lampu/Pemanas	11
2	Tempat Pakan	10
3	Tempat Minum	12
4	Mesin Air	1
5	Cangkul	1
6	Gerobak	1
7	Ember	2
8	Gayung	2
Total		40

Berdasarkan kepada Tabel 19 di atas, terlihat bahwa alat yang paling banyak digunakan adalah tempat minum, lampu/pemanas dan tempat makam dengan jumlah masing masing 12, 11 dan 10 unit. Untuk lebih jelasnya mengenai peralatan yang digunakan dapat dilihat pada uraian berikut ini:

### a. Pemanas

Pemanas disini ialah lampu pijar yang digunakan untuk menghangatkan ruangan di dalam kandang ayam. lampu akan dihidupkan dua jam sebelum ayam datang, hal ini bertujuan agar suhu ruangan sesuai dengan suhu tubuh bibit ayam kampung super. Pemanas sangat di perlukan pada saat umur ayam berusia nol sampai 21 hari maka dari itu lampu di hidupkan selama 24 jam hingga umur ayam 21 hari. Karena pada kondisi ayam yang berkisaran 0-21 hari bulu ayam belum tumbuh secara merata, jika suhu lingkungan tidak sesuai dengan suhu tubuh ayam, maka makanan yang masuk ke tubuh ayam tersebut tidak di gunakan sebagai proses pertumbuhan melainkan dialihkan untuk menyesuaikan suhu dilingkungan. Jika kondisi ini berlanjut, maka DOC akan kekurangan nutrisi dan bisa membuat DOC mati.

Pemanas atau lampu digantung di atas ayam dengan jarak 5 cm dan jarak antar pemanas sejauh 60 cm pada kandang DOC . Setiap kandang memiliki pemanas rata-rata 2 unit dengan unit terbanyak dimiliki oleh responden 4 (Supriyono) sebanyak 18 unit. Selain sebagai pemanas, lampu juga sebagai alat penerang pada kandang (Lampiran 4).

#### **b. Tempat Pakan**

Tempat pakan yang digunakan pada umumnya memiliki 3 jenis tempat sesuai dengan fasenya. Akan tetapi, untuk responden peternak ayam kampung super, responden hanya menggunakan dua jenis tempat pakan, yaitu fase awal (0-21 hari) dan fase akhir (22-70 hari). Bahkan ada responden yang tidak menggunakan pakan fase awal, artinya responden tersebut memilih untuk hanya menggunakan tempat pakan fase akhir.

Untuk penggunaan tempat pakan ayam juga bervariasi, untuk responden 1,3 dan 4 tempat pakan pada umumnya untuk tempat pakan fase awal dan tempat pakan fase akhir. Responden 2 menggunakan tempat pakan sebanyak 6 unit yang terdiri dari 3 fase awal dan 3 fase akhir, fase akhir pada responden 3 menggunakan flat yang dibuat untuk tempat makan ayam kampung super. Responden 5 menggunakan tempat pakan flat sebanyak 8 unit dan tidak menggunakan tempat makan fase awal. Perbedaan ukuran pakan yang digunakan juga akan mempengaruhi besar biaya dalam pembelian pakan tersebut (Lampiran 4).

**c. Tempat Minum**

Untuk penggunaan tempat minum ayam kampung super, responden tidak melakukan perbedaan tempat minum untuk fase awal dan fase akhir produksi ayam kampung super. Adapun rata-rata penggunaan tempat minum sebanyak 12 unit dengan harga beli sebesar Rp. 31.000 (Lampiran 4).

**d. Mesin Air**

Mesin air yang digunakan oleh responden ialah merek sanyo, dengan lama penggunaannya sekitar 1 jam untuk satu hari satu malam. Lama penggunaannya tergantung kepada berapa banyak tangki yang diisi. Setiap kandang harus memiliki 1 mesin air. Adapun harga mesin air sebesar Rp. 450.000. Air yang diambil oleh mesin ini, berasal dari sumur yang digunakan untuk kegiatan di rumah namun sumur dan mesin ini juga dipakai untuk usaha peternakan ayam ini.

**e. Cangkul**

Cangkul hanya digunakan saat membersihkan lingkungan kandang. Biasanya kondisi ini berada pada pasca panen. Dimana pekerja akan membersihkan kotoran

ayam yang berada di lantai kandang dan dimasukkan ke dalam karung. Kegiatan ini tidak terlalu membutuhkan waktu yang lama, biasanya waktu yang diperlukan kurang lebih 1 jam untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. Pada saat musim hujan, maka cangkul berperan dalam pembuatan saluran air, agar tidak berkembangnya bakteri dan hama yang bisa menjadi pemicu penyakit pada ayam.

#### **f. Lampu**

Lampu digunakan sebagai alat penerang didalam kandang. Dalam penelitian ini, lampu hidup selama 24 jam sampai umur ayam 21 hari. Hal ini di sebabkan karena kondisi didalam ruangan gelap akibat tirai yang tidak dibuka, apabila tirai dibuka, maka udara didalam kandang tidak seimbang dengan kebutuhan suhu tubuh ayam.

Setelah umur ayam berusia 22 hari lampu hanya berfungsi pada malam hari (saat kondisi dalam kandang sudah mulai tidak terang lagi), karena pada umur ayam yang menginjak 22 hari sampai umur ayam 30 hari. Tirai atau penutup kandang sudah dapat dibuka pada siang hari dan ditutup kembali pada malam hari.

Pada saat umur ayam menginjak 31 hari sampai usia panen (maksimal 70 hari) tirai tidak ditutup pada malam hari (menyesuaikan suhu kandang). Adapun jenis lampu yang digunakan ialah pijar yang berukuran 10 watt karena dapat menghasilkan panas. Jumlah yang digunakan pun ada yang menggunakan sebanyak 18 unit dan ada yang menggunakan sebanyak 12 unit.

Fungsi penerangan didalam kandang adalah untuk menerangi ruangan sehingga mempermudah ayam melakukan aktivitas seperti makan dan minum, selain itu penerangan juga diperlukan untuk melihat hal-hal yang sekiranya dapat

mengganggu ketenangan ayam didalam kandang, seperti ular yang masuk memangsa ayam. Penerangan juga dimaksudkan untuk mempermudah pekerja dalam melakukan pekerjaannya selama proses produksi berlangsung (Lampiran 4).

### 5.2.2 Biaya Produksi

Biaya produksi yang dikeluarkan oleh peternak ayam kampung super di Desa Gading Sari terdiri atas biaya variabel (DOC, pakan, obat-obatan, dan upah tenaga kerja) dan biaya tetap (penyusutan alat dan listrik). Adapun struktur biaya pada usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari dapat dilihat pada Tabel 20 (Lampiran 7).

Tabel 20. Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Peternakan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

No	Uraian	Jumlah	Harga	Nilai (Rp/PP)	Persentase (%)
1	Biaya Produksi			19.580.220	100,00
a	Biaya Variabel			19.142.625	97,77
	1). DOC ( <i>Day Old Chick</i> )	700	8000	5.600.000	28,60
	2). Pakan	1.636	6.706	10.972.000	56,04
	3). Obat-obatan			74.700	0,38
	4). Tenaga Kerja	15,91	150.000	2.386.125	12,19
	5). Biaya Listrik	52,0	1.400	72.800	0,37
	6). Biaya Serbuk Gergaji	7,2	5000	37.000	0,19
b	Biaya Tetap			437.595	2,23
	1). Penyusutan			437.595	2,23
1	Pendapatan				
A	Pendapatan Kotor			28.700.600	100,00
	1). Ayam Kampung Super	724	39.400	28.525.600	99,39
	2). Feses Ayam	7	25.000	175.000	0,61
B	Pendapatan Bersih			9.226.780	
	Efisiensi (RCR)			1,47	

Pada Tabel 20, dapat dilihat bahwa biaya variabel merupakan biaya yang paling besar dikeluarkan oleh peternak ayam ayam kampung super dengan nilai rata-rata yaitu sebesar Rp. 19.142.625 dengan persentase 97,77 % dari total biaya per proses produksi. Sedangkan biaya tetap yang terdiri dari penyusutan alat (depresiasi) dikeluarkan peternak sebesar Rp 437.595 atau sebesar 2,23% dari total biaya per proses produksi.

#### **5.2.2.1. Biaya Variabel**

Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya akan mengikuti volume produksi. Dalam usaha peternakan ayam kampung super, biaya variabel yang dikeluarkan yaitu seperti biaya saprodi (DOC, pakan dan obat-obatan); upah tenaga kerja, dan biaya listrik.

##### **1. DOC (*Day Old Chick*)**

DOC adalah sebutan untuk bibit ayam kampung super yang dibesarkan untuk diambil dagingnya. Rata-rata biaya DOC yang dikeluarkan dalam usaha peternakan ayam kampung di Desa Gading Sari adalah sebesar Rp. 5.600.000 per proses produksi, atau dengan persentase 28,60% dari total biaya produksi (Tabel 18.). Dimana rata-rata harga DOC per ekor yaitu Rp. 8.000/ekor DOC.

##### **2. Pakan**

Pakan yang digunakan dalam usaha peternakan ayam kampung super dalam penelitian ini dibagi atas tiga jenis yaitu starter (VIVO-311), growth hingga finisher (VIVO-512) dan pakan sampingan. Masing-masing ketiga jenis pakan ini berbeda dari segi waktu pemberiannya. Biaya pembelian pakan merupakan biaya tertinggi yang dikeluarkan oleh peternak, yaitu senilai Rp. 13.088.000/ proses produksi dengan persentase sebesar 56,04 % dari total biaya produksi (Tabel 20.).

Adapun biaya yang dikeluarkan tiap jenis pakan yang digunakan peternak ayam kampung super di Desa Gading Sari dapat dilihat lebih jelasnya pada Tabel 21.

Tabel 21. Nilai Biaya Pakan Berdasarkan Jenis Pakan pada Usaha Peternakan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

No	Jenis Pakan	Nilai (Rp/Proses Produksi)	Persentase (%)
1	VIVO-311	2.688.000	24,50
2	VIVO-512	7.812.000	71,20
3	Pakan Sampingan	472.000	4,30
<b>Total</b>		<b>10.972.000</b>	<b>100,00</b>

### 3. Obat-obatan dan Vaksin

Penggunaan obat-obatan dan vaksin ditujukan untuk menghindari ayam kampung super yang dibudidayakan terserang penyakit, dan meningkatkan nafsu makan, dan meningkatkan kualitas daging. Obat-obatan dan vaksin yang digunakan oleh peternak ayam kampung super di Desa Gading Sari adalah ramuan herbal, neobro dan therimezyn, dengan total biaya sebesar Rp. 74.000 atau dengan persentase sebesar 0,38% dari total biaya produksi. Adapun untuk lebih rincinya mengenai obat-obatan dan vaksin dapat dilihat pada Tabel 22 berikut dan pada lampiran 3.

Tabel 22. Uraian Biaya Obat-obatan dan Vaksin pada Peternakan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

No	Uraian	Nilai (Rp/PP)	Persentase (%)
1	Ramuan Herbal (liter)	4.200	6,48
2	Neobro (250 gr)	33.000	50,93
3	Therimezyn (250 gr)	27.600	42,59
<b>Total (Rp/PP)</b>		<b>64.800</b>	<b>100,00</b>

#### 4. Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam kegiatan budidaya ayam kampung super, Pada Tabel 18, diperoleh bahwa rata-rata upah tenaga kerja yang dikeluarkan dalam usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari adalah sebesar Rp. 2.386.125/ proses produksi atau dengan persentase 12,19% dari total biaya produksi. Dimana dari nilai biaya tenaga kerja tersebut, seluruhnya adalah upah TKDK.

#### 5. Listrik

Listrik dalam usaha peternakan ayam kampung super digunakan sebagai sumber energi bagi lampu sebagai pemanas serta penerangan kandang dan mesin air. Dari Tabel 20, diperoleh rata-rata biaya listrik sebesar Rp. 72.800/ proses produksi atau dengan persentase sebesar 0,37% dari total biaya produksi.

#### 6. Serbuk Gergaji

Serbuk gergaji digunakan sebagai alas lantai bagi ayam kampung super dan juga untuk tetap menjaga kehangatan kandang sebagai pengganti indukan bagi DOC. Pada Tabel 20, diperoleh rata-rata biaya yang dikeluarkan untuk serbuk gergaji adalah sebesar Rp. 37.000/ proses produksi atau dengan persentase 0,19% dari total biaya produksi.

#### 5.2.2.2. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak mengikuti produksi. Dalam usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari yang tergolong ke dalam biaya tetap yaitu adalah penyusutan alat. Penyusutan alat atau depresiasi adalah alokasi beban biaya pembelian prasarana (bangunan, alat dan

mesin) produksi pada tiap proses produksi hingga umur ekonomis prasarana produksi tersebut habis. Rata-rata biaya penyusutan alat pada usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari yaitu sebesar Rp. 437.595/ proses produksi atau dengan persentase sebesar 2,02%. Adapun rata-rata nilai penyusutan untuk tiap-tiap prasarana produksi yang digunakan peternak dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 23. Nilai Penyusutan Tiap Prasarana Produksi pada Usaha Peternakan Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

No	Uraian	Penyusutan (Rp/PerTahun)	Persentase (%)
1	Kandang	296.875	67,84
2	Kandang DOC	57.200	13,07
3	Tempat Minum	19.340	4,41
4	Tempat Pakan	10.290	2,35
5	Tempat Pakan Flat	3.575	0,81
6	Bola Lampu	7.173	1,63
7	Gerobak	12.275	2,80
8	Gayung	1.040	0,23
9	Mesin Air	24.000	5,48
10	Cangkul	3.160	0,72
11	Ember	2.667	0,60
Total		437.595	100,00

### 5.2.3. Produksi

Produksi rata-rata yang diperoleh peternak ayam kampung super di Desa Gading Sari adalah sebesar 724 kg ayam kampung super (sebanyak 688 ekor ayam, dengan tingkat mortalitas sebesar 4%), sedangkan untuk feses (kotoran ayam) diperoleh produksi rata-rata sebesar 7 karung. Untuk harga jual ayam kampung super diketahui sebesar Rp.39.400/kg sedangkan harga jual feses (kotoran ayam) adalah sebesar Rp. 25.000/ karung.

#### 5.2.4. Pendapatan

Pendapatan dapat dibagi atas 2 yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor (*gross income*) adalah nilai output yang dihasilkan peternakan ayam kampung super dikalikan dengan harga jual persatuan output. Output yang dihasilkan oleh peternak tidak hanya berupa ayam kampung super, tetapi juga berupa feses (kotoran) ayam. Sedangkan pendapatan bersih (*net income*) adalah hasil pengurangan dari pendapatan kotor dengan total biaya produksi.

Pada Tabel 20, dapat dilihat bahwa pendapatan kotor (*gross income*) rata-rata yang diperoleh peternak ayam kampung super yaitu sebesar Rp. 28.700.600/ proses produksi, dimana sekitar 99,39% (Rp. 28.525.600) diperoleh dari hasil ayam kampung super, sedangkan sisanya sekitar 0,61% (175.000) diperoleh dari hasil penjualan feses (kotoran) ayam. Pendapatan bersih (*net income*) rata-rata diperoleh sebesar Rp. 9.266.780/ proses produksi..

#### 5.2.5. Efisiensi

Efisiensi usaha atau yang biasa disebut RCR (*Revenue Cost Ratio*) menunjukkan seberapa jauh usaha peternakan ayam kampung super dapat menghasilkan keuntungan pada setiap satuan biaya yang dikeluarkan. Pada Tabel 20, diketahui bahwa rata-rata RCR pada usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari adalah sebesar 1,47 ( $> 1$ ), maka usaha tersebut menguntungkan dan layak untuk diusahakan. Artinya, setiap Rp. 1 biaya yang dikeluarkan untuk usaha peternakan ayam kampung super tersebut, akan menghasilkan pendapatan bersih sebesar Rp. 0,47.

Jika disandingkan dengan penelitian Jumiati dkk (2017) yang berjudul strategi pengembangan usaha peternakan ayam ras pedaging Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu, rasio biaya nilai pengembalian (RCR) yang diperoleh pada peternakan ayam ras pedaging di Kabupaten Rambah adalah 1,41. Nilai RCR peternakan ayam ras pedaging di Kabupaten Rambah lebih kecil di bandingkan nilai RCR usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari yang nilai RCR nya sebesar 1,47. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa, usaha ternak ayam kampung super di Desa Gading Sari lebih menguntungkan dibandingkan usaha ternak ayam ras pedaging di Kabupaten Rambah.

Dalam penelitian Sari (2018), dalam penelitian yang berjudul analisis kelayakan finansial usaha peternakan ayam broiler pola kemitraan PT. Indojoya Agrinusa di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar nilai RCR yang dihasilkan dalam usaha peternakan ayam broiler sebesar 1,05. Nilai RCR tersebut jauh lebih kecil dibandingkan dari usaha peternakan ayam kampung super yang nilai RCR nya sebesar 1,47. Dapat disimpulkan bahwa usaha peternakan ayam kampung super lebih menguntungkan dibandingkan usaha ternak ayam broiler.

### **5.3. Strategi Pengembangan Ayam Kampung Super**

#### **5.3.1. Faktor Strategis Internal**

Berdasarkan wawancara dan masukan dari responden diperoleh beberapa beberapa faktor strategi yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari.

### **5.3.1.1 Faktor Kekuatan**

Faktor kekuatan adalah bagian dari faktor strategis internal. Dianggap sebagai kekuatan karena dapat mendukung terhadap pengembangan ayam kampung super di Desa Gading Sari, oleh karena itu faktor kekuatan harus dimanfaatkan secara maksimal. Faktor kekuatan yang dimiliki peternak ayam kampung super di Desa Gading Sari dalam pengembangan peternakan adalah sebagai berikut:

#### **1. Kepemilikan Lahan yang Cukup Tersedia**

Dilihat dari segi kepemilikan lahan, lahan yang dimiliki para peternak di Desa Gading Sari sangat mendukung untuk usaha peternakan ayam kampung super. Desa Gading Sari merupakan desa yang dibangun dari program transmigrasi presiden Soeharto. Penduduk diberikan masing-masing tanah pekarangan untuk tempat tinggal dan usaha peternakan atau perkebunan dengan ukuran 5000 m<sup>2</sup> atau setengah hektar.

Luas tanah yang cukup tersedia dan jarak antara rumah yang satu dengan yang lainnya cukup jauh sehingga tidak mengganggu masyarakat lain, menjadikan kekuatan peternak untuk mengembangkan usaha peternakan ayam kampung super. Beternak ayam kampung super tidak perlu memerlukan lahan yang luas. Akan tetapi pembudidayaan ayam kampung super harus berada di tempat yang strategis untuk menghindari ayam agar tidak terserang penyakit.

#### **2. Kordinasi Tugas Lebih Efisien Dikelola oleh Keluarga**

Usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari pada dasarnya adalah usahatani yang dijalankan peternak yang hampir semua proses produksinya dan

administrasinya dilakukan oleh keluarga, sehingga koordinasi tugas pada usahatani ayam kampung super lebih efisien.

### **3. Tempat Atau Lokasi Strategis**

Tempat atau lokasi usaha merupakan faktor yang sangat menentukan dalam melakukan usaha. Dimana tempat yang strategis akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ayam kampung itu sendiri, selain itu tempat yang strategis juga berpengaruh terhadap pasar dan sarana produksi yang dibutuhkan. Letak usaha yang strategis merupakan kekuatan bagi usaha pengembangan ayam kampung super di Desa Gading Sari.

Prospek pengembangan usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari di masa datang sangat baik, hal ini disebabkan keadaan geografis dan letaknya strategis. Desa Gading Sari merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Tapung yang merupakan pusat pasar di kecamatan Tapung, serta jalan lintas antar provinsi melewati Desa Gading Sari. Letak yang strategis ini akan memudahkan peternak dalam memasarkan ayam kampung super yang di budidayakannya.

### **4. Tidak Menyita Banyak Waktu**

Usaha peternakan ayam kampung super merupakan usaha yang tidak perlu diperhatikan secara terus menerus, karena perawatan yang mudah serta kekebalan tubuh ayam yang baik memudahkan peternak dalam budidaya ayam kampung super. Dalam 1000 ekor ayam kampung peternak hanya membutuhkan waktu kurang lebih dua jam untuk perawatan ayam kampung per-harinya. Maka masih banyak waktu yang bisa dimanfaatkan oleh peternak.

Disebabkan tidak menyita banyak waktu dalam budidaya ayam kampung super, peternak harus mengembangkan usaha ternak ayam kampung super agar waktu yang mereka miliki bisa sepenuhnya tertuju pada budidaya ayam kampung. Namun beberapa peternak ayam kampung super di Desa Gading Sari menjadikan budidaya ayam kampung super sebagai pendapatan sampingan saja karena tidak menyita banyak waktu. Maka dari itu, budidaya ayam kampung super merupakan salah satu faktor kekuatan dalam pengembangan usahaternak ayam kampung super di Desa Gading Sari.

### **5. Umur Peternak Yang Masih Produktif**

Umur peternak yang masih produktif merupakan salah satu peluang dalam pengembangan usaha ayam kampung super di Desa Gading Sari. Dari hasil penelitian, umur peternak ayam kampung super di Desa Gading Sari masih produktif yaitu kisaran 26 sampai dengan 37 tahun. Dimana seseorang yang berada pada kategori muda (memiliki kisaran umur antara 15 tahun sampai 40 tahun) akan lebih produktif dalam hal bekerja bila dibandingkan dengan orang yang sudah tua (memiliki kisaran umur 41 tahun sampai 64 tahun).

Meskipun kedua golongan umur tersebut masih termasuk kedalam kategori penduduk usia produktif untuk bekerja, akan tetapi ada perbedaan dalam hal semangat bekerja dan ide. Dimana seseorang yang memiliki umur antara 15 tahun sampai 40 tahun akan lebih mudah berinovasi dan lebih bersemangat dalam bekerja, sedangkan usia 41 tahun sampai 64 tahun akan lamban untuk melakukan perubahan karena ketakutan dalam pengambilan keputusan.

### **5.3.1.2. Faktor Kelemahan**

Faktor kelemahan adalah bagian dari faktor strategis internal, faktor tersebut dianggap sebagai kelemahan karena akan menjadi kendala dalam pengembangan usaha peternakan ayam kampung super. Faktor kelemahan yang dapat dimimalisir dalam upaya pengembangan peternakan antara lain:

#### **1. Kemampuan Manajerial Petani Masih Rendah**

Kemampuan manajerial merupakan kemampuan petani dalam mengelola usaha ternaknya mulai dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian. Keempat proses tersebut saling berkaitan dan memiliki fungsi masing-masing untuk tercapainya suatu tujuan, yaitu pengembangan usahaternak ayam kampung super.

#### **2. Kurangnya Akses Permodalan Dalam Pengembangan**

Masih kurangnya modal para peternak dalam menjalankan usahaternak ayam kampung super merupakan kelemahan yang dimiliki dalam usaha pengembangan ayam kampung super. Dimana modal merupakan sumber utama dalam menjalankan usaha, jika seseorang kekurangan modal usaha tidak dapat berkembang dan berjalan sebagaimana mestinya.

#### **3. Pengetahuan dan Keterampilan Peternak Masih Terbatas**

Pengetahuan dan keterampilan merupakan keterampilan peternak dalam mengelola usahaternaknya, mulai dari pengadaan input produksi, sampai dengan pemasaran produknya. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa pengetahuan dan keterampilan peternak tentang ayam kampung super masih terbatas. Hal ini disebabkan karena usaha kampung super merupakan hewan yang belum lama diusahakan di Desa Gading Sari.

#### **4. Kurangnya Ketersediaan Teknologi**

Masih sederhana dan terbatasnya penguasaan teknologi dalam proses pembudidayaan ayam kampung super, merupakan suatu ancaman bagi peternak dalam mengembangkan budidaya ayam kampung super di Desa Gading Sari. Mulai dari pembibitan, pemeliharaan dan perawatan ayam kampung super memerlukan teknologi, dengan penggunaan teknologi yang maksimal oleh peternak ayam kampung, maka usaha pembudidayaan akan lebih efisien dan pengembangan usahaternak ayam kampung super akan lebih mudah.

#### **5. Belum Ada Bantuan Dari Pemerintah**

Belum tersalurkannya bantuan dari pemerintah dalam pembudidayaan ayam kampung super merupakan salah satu faktor kelemahan dalam pengembangan usaha ayam kampung super. Di Desa Gading Sari usaha peternakan ayam kampung super belum ada campur tangan dari pemerintah sehingga belum dapat berkembang dengan sebagaimana mestinya. Dengan adanya bantuan dari pemerintah, para peternak akan lebih mudah dalam pengembangan usaha ayam kampung super.

##### **5.3.2. Faktor Strategi Eksternal**

Berdasarkan informasi yang diperoleh, beberapa faktor strategi yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari.

### **5.3.2.1. Faktor Peluang**

Faktor yang dianggap sebagai peluang adalah faktor yang bisa dimanfaatkan dalam upaya mencapai tujuan. Faktor-faktor yang merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam upaya pengembangan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari adalah:

#### **1. Kondisi Perekonomian Peternak Membaik**

Usaha peternakan ayam kampung super sangat mendukung dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga peternak, dengan pendapatan kurang lebih dua bulan per priode usaha ternak ayam kampung super ini menambah pendapatan rumah tangga peternak sehingga menjadikan kondisi perekonomian peternak membaik. Desa Gading Sari usaha pembudidayaan ayam kampung super sebagai usaha sampingan bukan sebagai mata pencaharian utama, apa bila usaha ternak ayam kampung super dikembangkan akan lebih menambah pendapatan rumah tangga peternakan itu sendiri. Kondisi perekonomian peternak membaik merupakan kekuatan bagi usaha pengembangan ayam kampung super di Desa Gading Sari.

#### **2. Permintaan Ayam Kampung Super Yang Tinggi**

Permintaan ayam kampung yang tinggi merupakan suatu peluang yang dimiliki oleh peternak ayam kampung super. Permintaan yang tinggi ini ditandai dengan kapasitas permintaan yang melebihi produksi peternak-peternak yang ada di Desa Gading Sari. Permintaan ayam kampung super banyak berasal dari konsumen maupun pasar. Tengkulak atau pedagang besar yang menyuplai ke pasar atau rumah makan yang menggunakan ayam kampung sebagai menu dalam penjualannya.

Tengkulak atau pedagang besar yang menyuplai ke pasar atau rumah makan tersebut, ayam kampung super lebih banyak dijual di luar daerah terutama untuk memenuhi kebutuhan rumah makan yang menyediakan ayam kampung. Permintaan yang tinggi dan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga di daerah sekitar dan langsung didatangi oleh tengkulak, maka ayam kampung super banyak dipasarkan di luar daerah.

### **3. Harga Ayam Kampung Super Kompetitif**

Ayam kampung super merupakan hewan yang masih sedikit dibudidayakan di Kecamatan Tapung hanya peternak Di Desa Gading Sari saja yang mengusahakan ayam kampung super. Hal ini disebabkan harga yang cukup tinggi karena setara dengan harga ayam kampung pada umumnya dibandingkan dengan ayam ras pedaging (broiler).

Dengan harga yang cukup tinggi dan masa produksi yang tidak terlalu lama merupakan peluang yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan. Hal ini di sebabkan dengan harga yang tinggi akan memberikan tingkat pendapatan yang tinggi pula terhadap peternak, sehingga dengan berternak ayam kampung super dapat meningkatkan taraf hidup peternak kearah yang baik.

### **4. Selera Konsumen dalam Mengonsumsi Ayam Kampung**

Selera konsumen dalam mengonsumsi ayam kampung Super merupakan suatu peluang dalam mengembangkan usahaternakan ayam kampung super, karena citra rasa yang sama dengan ayam kampung dan daging yang lebih lembut membuat masyarakat suka dalam mengonsumsi ayam kampung super.

Dimana dengan banyaknya masyarakat yang suka dalam mengonsumsi ayam kampung khususnya masyarakat sekitar Desa Gading Sari, hal ini akan

membuat pemasaran hasil budidaya ayam kampung super menjadi lebih mudah dan secara otomatis akan menambah permintaan ayam kampung super.

## **5. Agroklimat Yang Sesuai**

Kesesuaian agroklimat mempengaruhi pertumbuhan dan kesehatan ayam kampung super yang dusahakan. Dimana iklim yang cocok terhadap syarat tumbuh ayam kampung super dan cuaca yang stabil sangat mempengaruhi pertumbuhan ayam kampung super. Menurut para penyuluh cuaca yang cocok di daerah ini merupakan area potensi yang di miliki oleh para peternak khususnya pembudidaya ayam kampung super.

Maka dengan adanya agroklimat yang sesuai akan memberikan kelancaran dalam usaha pengembangan ayam kampung super untuk syarat hidup ayam kampung super, karena kesesuaian agroklimat berpengaruh dalam kelancaran budidaya ayam kampung super.

### **5.3.2.2. Faktor Ancaman**

Faktor ancaman adalah faktor yang dianggap bisa menghambat pengembangan peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari. Ancaman yang dapat mengganggu kelangsungan upaya pengembangan peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari adalah sebagai berikut:

#### **1. Perubahan Cuaca Dan Iklim Yang Ekstrim**

Faktor perubahan cuaca dan iklim memang sangat mempengaruhi bisnis dalam pertanian maupun peternakan. Cuaca yang sering berubah-ubah akhir-akhir ini menyebabkan berkembangnya virus dan penyakit juga tidak baik bagi pertumbuhan ayam kampung super, panas yang terjadi di siang hari dan hujan pada sore hari berturut-turut dapat menyebabkan ayam kampung super tidak

bagus dalam perkembangannya. Hujan yang terus-menerus juga dapat menyebabkan ayam kampung super terkena penyakit bahkan ada juga yang mati.

## **2. Serangan Penyakit**

Ayam kampung super dalam budidayanya harus mendapatkan perhatian khusus, mulai dari kebersihan kandang, air pada minum, pemberian obat-obatan dan pada saat musim penghujan. Ayam kampung super rentan terkena penyakit merupakan ancaman dalam pembudidayaan ayam kampung super. Maka dari itu peternak harus memperhatikan hal-hal yang dapat menyebabkan ayam kampung terkena penyakit.

## **3. Belum Adanya Sentra Bibit**

Bibit merupakan faktor penting dalam usaha peternakan ayam kampung super, di provinsi Riau belum ada sentra bibit ayam kampung super sehingga para peternak membeli bibit dari luar provinsi yaitu dari daerah Jawa. Hal ini merupakan ancaman bagi peternak ayam kampung super. Selain itu dari hasil penelitian ini para peternak masih sulit untuk mendapatkan bibit yang sesuai dengan harga, hal ini di sebabkan karena biaya transportasi yang cukup besar mengakibatkan mahalnya harga bibit ayam kampung super.

## **4. Harga Barang Substitusi Ayam Kampung Super Fluktuatif**

Barang substitusi sangat berpengaruh didalam pemasaran suatu produk, apabila harga ayam kampung naik sementara harga barang substitusi seperti ayam broiler turun, hal ini dapat mempengaruhi pemasaran ayam kampung super. Konsumen yang tadinya ingin mengkonsumsi ayam kampung merasa keberatan setelah mengetahui harga ayam broiler turun, makan konsumen akan beralih kepada ayam broiler, begitu juga sebaliknya.

## 5. Harga Faktor Produksi Cenderung Meningkat

Faktor produksi merupakan komponen penting dalam melakukan usaha khususnya usahaternak ayam kampung super, harga faktor produksi yang terus meningkat merupakan salah satu kelemahan peternak ayam kampung super dalam mengembangkan usahanya.

Faktor produksi seperti bibit dan pakan ayam kampung super cenderung meningkat namun harga ayam kampung super di pasaran tidak ada peningkatan bahkan turun apabila saat musim flu burung terjadi di daerah pembudidayaan. Maka peternak harus mencari pakan alternatif atau membuat pakan sendiri agar biaya yang dikeluarkan lebih kecil. Namun hal ini menyebabkan lamanya pertumbuhan ayam kampung super itu sendiri.

### 5.3.3. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

#### a. Tahap Masukan (*Input Stage*)

Tahap masukan merupakan tahap pertama dalam tahap-tahap formulasi suatu strategi, pada tahap ini terdiri dari matrik IFE (*Intrnal Faktor Evaluation*) dan Matrik EFE (*Eksternal Faktor Evaluation*). Kedua matrik tersebut merupakan hasil dari identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal.

#### b. Matriks IFE Usahatani Ayam Kampung Super

Matriks IFE (*Internal Faktor Evaluation*) merupakan matriks yang bersifat faktor internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan. Penilaian matriks IFE berdasarkan wawancara kuisisioner kepada responden. Dalam kuisisionel matriks IFE terdapat nilai bobot, nilai peringkat, dan nilai seimbang. Dengan memasukkan hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal perusahaan, diberi bobot dan peringkat maka diperoleh hasil seperti Tabel 24.

Tabel 24. IFE (*Intrnal Faktor Evaluation*) Usahatani Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

Faktor Internal ( <i>Internal Factor</i> )/ IFAS		Bobot	Rating	Skor
No	Kekuatan ( <i>Strenght</i> )			
1	Kepemilikan lahan yang cukup tersedia	0,130	2	0,26
2	Kordinasi tugas lebih efisien di kelola oleh keluarga	0,121	4	0,48
3	Tempat atau lokasi strategis	0,101	2	0,20
4	Tidak menyita banyak waktu	0,111	3	0,33
5	Usia peternak yang masih sangat produktif	0,116	4	0,46
	<b>Sub Total</b>	<b>0,580</b>		<b>1,74</b>
	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )			
1	Kemampuan manajerial petani masih rendah	0,082	2	0,16
2	Kurangnya akses permodalan untuk pengembangan	0,106	4	0,43
3	Pengetahuan dan keterampilan peternak masih terbatas	0,077	3	0,23
4	Kurangnya ketersediaan teknologi	0,082	2	0,16
5	Kurangnya kerjasama antar peternak	0,072	3	0,22
	<b>Sub Total</b>	<b>0,420</b>		<b>1,04</b>
	<b>Total</b>	<b>1,000</b>		<b>2,78</b>

**c. Matriks EFE Usahatani Ayam Kampung Super**

Matriks EFE (*Eksternal Faktor Evaluation*) merupakan matriks yang berisikan faktor eksternal perusahaan berupa peluang dan ancaman. Penilaian matriks EFE berdasarkan wawancara kuisisioner oleh responden. Dalam kuisisioner matriks EFE terdapat juga nilai bobot, nilai peringkat dan nilai seimbang. Dengan memasukkan hasil identifikasi peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal perusahaan, diberi bobot dan peringkat maka diperoleh hasil seperti Tabel 25.

Tabel 25. EFE (*Eksternal Faktor Evaluation*) Usahatani Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari, Tahun 2019.

Faktor Eksternal ( <i>External Factor</i> )/ EFAS		Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1	Kondisi perekonomian peternak membaik	0,117	3	0,35
2	Permintaan ayam kampung super yang semakin meningkat	0,127	4	0,51
3	Harga jual ayam kampung super kompetitif	0,102	2	0,20
4	Selera konsumen dalam mengkonsumsi ayam kampung super	0,122	3	0,37
5	Agroklimat yang sesuai	0,102	2	0,20
<b>Sub Total</b>		<b>0,569</b>		<b>1,63</b>
<i>Ancaman (Threath)</i>				
1	Perubahan cuaca dan iklim yang ekstrim	0,112	3	0,34
2	Serangan penyakit	0,056	2	0,11
3	Belum adanya sentra bibit	0,071	4	0,28
4	Harga barang substitusi ayam kampung super fluktuatif	0,112	2	0,22
5	Harga faktor produksi cendrung meningkat	0,081	3	0,24
<b>Sub Total</b>		<b>0,431</b>		<b>1,20</b>
<b>Total</b>		<b>1,000</b>		<b>2,83</b>

Berdasarkan Tabel IFAS dan EFAS di atas dapat diketahui secara kualitatif dan kuantitatif hasil analisis SWOT usaha pengembangan ayam kampung super di Desa Gading Sarimyang di jelaskan sebagai berikut :

- a. Faktor internal pengembangan usahatani ayam kampung super meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakneses*) menunjukkan bahwa nilai dari kekuatan adalah 1,74 dan kelemahan adalah 1,04 sehingga total keseluruhan dari faktor internal adalah 2,78.
- b. Faktor eksternal yang meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) menunjukkan bahwa nilai peluang adalah 1,63 dan ancaman adalah 1,20 sehingga total keseluruhan dari faktor eksternal adalah 2,83.

Data tersebut dapat kita lihat bahwa dari faktor internal dan eksternal pada analisis SWOT memperlihatkan bahwa faktor internal adalah 1,74, menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan usaha ayam kampung super yaitu 1,04. Berarti faktor kekuatan harus di jadikan sebagai langkah strategi dalam perencanaan pengembangan usaha ayam kampung super dengan memperhatikan faktor peluang dan ancaman sebagai pencapaian keuntungan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Sementara faktor kelemahan sebesar 1,20 harus diminimalisasi dengan cara memperkuat sistim usaha yang mampu mengurangi resiko dalam usaha ayam kampung super.

Faktor peluang pada usaha pengembangan ayam kampung super adalah sebesar 1,63 merupakan kondisi hasil yang sangat menguntungkan bagi usaha pengembangan ayam kampung super yang didukung oleh faktor internal kekuatan yang besar yaitu 1,74. Dalam kondisi seperti ini usaha pengembangan ayam kampung super harus memanfaatkan peluang yang ada dengan di dukung oleh faktor kekuatan yang besar, sehingga peluang usaha pengembangan ayam kampung super dapat dicapai.

Faktor ancaman sebesar 1,20 ini menunjukkan bahwa usaha pengembangan ayam kampung super mempunyai resiko yang relatif besar. Konsekuensi dari kondisi ini adalah faktor kekuatan dan peluang merupakan variabel yang akan memberikan keuntungan bagi usaha pengembangan ayam kampung super, jika faktor kelemahan dan ancaman dapat diminimalisir dengan memanfaatkan nilai kekuatan dan peluang.

		Total Skor Faktor Strategi Internal					
		4	3,0	2,78	2,0	1,0	
HIGH	3,0	GROWTH Konsentrasi Melalui Integrasi Vertikal I	GROWTH Konsentrasi Melalui Integrasi Horizontal II	RETRENCHMENT Strategi Turn Around III	Total Skor 2,83 Faktor Strategi Eksternal		
	MEDIUM	2,0	STABILITY IV	GROWTH Konsentrasi Melalui Integrasi Horizontal V atau STABILITY Profit Strategi			RETRENCHMENT Strategi Divestasil VI
	LOW	1,0	GROWTH Diversifikasi Konsentrik VII	GROWTH Diversifikasi Konglomerat VIII			LIKUIDASI IX
		HIGH	MEDIUM	LOW			

Gambar 3. Matriks Intrnal dan Eksternal

Dari hasil persilangan matriks IE diatas menunjukkan pada posisi V yaitu konsentrasi melalui Integrasi Horizontal atau *Stability Profit Strategi*. Ketika berada pada posisi ini dapat ditumbuhkan atau dikembangkan dengan cara melakukan integrasi secara horizontal dengan menggunakan strategi menjaga dan mempertahankan pangsa pasar yang ada.

#### 5.3.4. Metode Analisa SWOT

Faktor-faktor Internal dan Eksternal yang telah teridentifikasi selanjutnya dilakukan analisa SWOT dengan melakukan pemadanan faktor-faktor internal dan eksternal antara kekuatan (strengths), kelemahan (*weakness*) terhadap peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) sebagai berikut



**a. Matrik Strategi *Strength-Opportunities (S-O)***

Matrik Strategi S-O merupakan strategi yang dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya. Hasil pepadanan strategi S-O untuk pengembangan usaha ayam kampung super di Desa Gading Sari dapat dilihat pada Tabel 26.

Tabel 26. Matrik Strategi *Strength-Opportunities (S-O)*

No	Strategi S-O
1.	Meningkatkan skala usaha dan produksi ayam kampung super
2.	Peningkatan kualitas dan kuantitas ayam kampung super
3.	Memanfaatkan kebijakan pemerintah untuk pengembangan usaha ayam kampung super
4.	Fokus dan menjadikan usaha ternak budidaya ayam kampung super sebagai sumber pendapatan dalam keluarga

Pada matrik strategi S-O untuk meraih peluang dengan memanfaatkan kekuatan yang ada, dihasilkan 4 (empat) strategi yang dapat dijadikan strategi umum untuk pengembangan usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari. Untuk meraih peluang dengan memanfaatkan kekuatan yang ada maka diperlukan peran peternak dalam menjalankan usaha peternakan lebih fokus dan memanfaatkan kebijakan pemerintah yang ada guna untuk meningkatkan skala usaha serta kualitas dan kuantitas produksi .

**b. Matrik Strategi *Weakness-Opportunities***

Strategi W-O ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada pada faktor internal untuk pengembangan usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari. Hasil pepadanan dari matrik strategi W-O untuk usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari dapat dilihat pada Tabel 27.

Dari Tabel 27, terlihat bahwa matrik strategi W-O yang menjadi strategi berkaitan dengan pemberian pengetahuan dan keterampilan peternak dalam menjalankan usaha peternakan ayam kampung.

Tabel 27. Matrik Strategi *Weakness-Opportunities* (W-O)

No	Strategi W-O
1.	Pemberian penyuluhan mengenai manajerial usaha melalui tenaga penyuluh
2.	Menambah jumlah tenaga kerja yang memiliki kemampuan dan keahlian serta berpengalaman
3.	Peningkatan tenaga penyuluh dalam bidang peternakan

**c. Matrik Strategi *Strengths-Threats***

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman yang dapat mengancam pengembangan usahatani ayam kampung super di Desa Gading Sari. Berdasarkan hasil pepadanan matrik S-T dan berkaitan dengan hasil matrik IE didapatkan strategi untuk mengatasi hal tersebut sebanyak 2 (dua) strategi seperti yang terlihat pada Tabel 28 dibawah ini.

Tabel 28. Matrik Strategi *Strengths-Threats* (S-T)

No	Strategi S-T
1.	Pemberian bantuan serta membuat sentra bibit
2.	Membuat organisasi berbadan hukum peternakan ayam kampung super

Berdasarkan dari Tabel 28 usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari belum memiliki kelompok usaha yang berbadan hukum, hal ini yang menyebabkan sulitnya penyaluran bantuan dari pemerintah ke peternak ayam kampung super. Maka dari itu perlu dibuatnya suatu organisasi atau kelompok usaha peternakan ayam kampung super yang berbadan hukum, agar segala bantuan dapat disalurkan.

**d. Matrik Strategi *Weakness-Threats***

Matrik strategi W-T didapat dengan melakukan pemadanan antara faktor kelemahan yang ada pada faktor internal dengan ancaman yang berasal dari faktor eksternal. Strategi yang ditetapkan untuk meningkatkan kelemahan dalam mengatasi ancaman yang dihadapi pada strategi W-T tersebut dapat dilihat pada Tabel 29 berikut ini.

Tabel 29. Matrik Strategi *Weakness-Threats* (W-T)

No	Strategi W-T
1.	Memberikan penyuluhan mengenai budidaya ayam kampung super
2.	Penyusunan kebijakan penetapan harga minimum ayam kampung super
3.	Pemberian bantuan akses permodalan untuk usaha ayam kampung super
4.	Pemberian bantuan subsidi pakan dan obat-obatan
5.	Pemberdayaan peternak di bidang teknologi budidaya ayam kampung super
6.	Bekerjasama dan saling berkoordinasi antar peternak dalam memecahkan masalah yang ada

Dari Tabel 29 terlihat bahwa strategi yang perlu diimplikasikan oleh pemerintah melalui suatu kebijakan adalah pemberian bantuan di bidang teknologi dan subsidi pakan ayam kampung, pemberian bantuan akses permodalan serta penyusunan kebijakan penetapan harga minimum ayam kampung super. Sementara itu peternak harus berkerjasama dalam memecahkan masalah yang terjadi didalam usaha mereka, sehingga pengembangan usaha peternakan ayam kampung super dapat berjalan optimal.

**d. Metode *QSPM (Quantitative Strategies Planning Matrix)***

Dari hasil analisa SWOT untuk strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T dilakukan pengambilan data peringkat terhadap 7 responden yang terdiri dari peternak, tenaga penyuluh dan kepala pemerintahan setempat

untuk mendapatkan *Total Attractive Score (TAS)* sebagai bahan untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam pengambilan keputusan akhir yang akan dijadikan sebagai strategi prioritas untuk pengembangan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari.

Hasil dari strategi alternatif yang telah diberi peringkat oleh responden diambil nilai rata-rata untuk setiap strategi dari hasil pemadanan antara S-O, W-O, S-T dan W-T seperti yang terlihat pada Tabel 30 dibawah ini.

Tabel 30. Peringkat Ketertarikan Responden Terhadap Strategi Umum.

Kode	Alternatif Strategi	Peringkat Rata-rata
S <sub>1</sub>	Meningkatkan skala usaha dan produksi ayam kampung super	7,29
S <sub>2</sub>	Peningkatan kualitas dan kuantitas ayam kampung super	7,00
S <sub>3</sub>	Memanfaatkan kebijakan pemerintah untuk pengembangan usaha ayam kampung super	8,00
S <sub>4</sub>	Fokus dan menjadikan usaha ternak budidaya ayam kampung super sebagai sumber pendapatan dalam keluarga	7,43
S <sub>5</sub>	Pemberian penyuluhan mengenai manajerial usaha melalui tenaga penyuluh	8,00
S <sub>6</sub>	Menambah jumlah tenaga kerja yang memiliki kemampuan dan keahlian serta berpengalaman	7,71
S <sub>7</sub>	Peningkatan tenaga penyuluh dalam bidang peternakan	7,29
S <sub>8</sub>	Pemberian bantuan serta Membuat sentra bibit	8,14
S <sub>9</sub>	Membuat organisasi berbadan hukum peternakan ayam kampung super	8,00
S <sub>10</sub>	Memberikan penyuluhan mengenai budidaya ayam kampung super	7,57
S <sub>11</sub>	Penyusunan kebijakan penetapan harga ayam kampung super	8,29
S <sub>12</sub>	Pemberian bantuan akses permodalan untuk usaha ayam kampung super	8,43
S <sub>13</sub>	Pemberian bantuan subsidi pakan dan obat-obatan	8,00
S <sub>14</sub>	Pemberdayaan peternak di bidang teknologi budidaya ayam kampung super	8,14
S <sub>15</sub>	Bekerjasama dan saling berkoordinasi antar peternak dalam memecahkan masalah yang ada	7,86

Untuk mendapatkan peringkat *Total Attractive Score (TAS)* dari masing-masing responden, peringkat *attractive score* dari setiap responden dikalikan dengan bobot masing-masing faktor internal dan eksternal yang ada sehingga didapatkan nilai *Total Attractive Score (TAS)* dari masing-masing strategi.

Untuk mendapatkan strategi umum berdasarkan peringkat, hasil dari *Total Attractive Score (TAS)* dilakukan penyusunan berdasarkan peringkat tertinggi sampai dengan peringkat terendah dari setiap nilai TAS yang didapat dari hasil penghitungan dengan menggunakan metode QSPM. Untuk mengetahui hasil penyusunan peringkat nilai TAS tersebut diatas dapat dilihat pada pada Tabel 31.

Tabel 31. Nilai Peringkat Skor Total Ketertarikan

Kode	Nilai TAS	Peringkat	Strategi Alternatif
S <sub>12</sub>	8,43	1	Pemberian Akses Permodalan Untuk Usaha Ayam Kampung Super
S <sub>11</sub>	8,29	2	Penyusunan Kebijakan Penetapan Harga Minimum Ayam Kampung Super
S <sub>8</sub>	8,14	3	Pemberian Bantuan Serta Membuat Sentra Bibit
S <sub>14</sub>	8,14	4	Pemberdayaan Peternak Dibidang Teknologi Budidaya Ayam Kampung Super
S <sub>3</sub>	8	5	Memfaatkan Kebijakan Pemerintah Untuk Pengebangan Ayam Kampung Super
S <sub>9</sub>	8	6	Membuat Organisasi Berbadan Hukum Peternakan Ayam Kampung Super
S <sub>5</sub>	8	7	Pemberian Penyuluhan Mengenai Manajerial Usaha Melalui Tenaga Penyuluh
S <sub>13</sub>	8	8	Pemberian Subsidi Pakan dan Obat-obatan
S <sub>15</sub>	7,86	9	Bekerjasama dan Saling Berkoordinasi Antar Peternak Guna Memecahkan Masalah yang Ada
S <sub>6</sub>	7,71	10	Menambah Jumlah Tenaga Kerja yang Memiliki Kemampuan dan Keahlian Serta Berpengalaman
S <sub>10</sub>	7,57	11	Memberikan Penyuluhan Mengenai Budidaya Ayam Kampung Super
S <sub>4</sub>	7,43	12	Fokus dan Menjadikan Usaha Budidaya Ayam Kampung Super Sebagai Sumber Pendapatan dalam Keluarga
S <sub>1</sub>	7,29	13	Meningkatkan Skala Usaha dan Produksi Ayam Kampung Super
S <sub>7</sub>	7,29	14	Peningkatan Tenaga Penyuluh Dalam Bidang Peternakan
S <sub>2</sub>	7	15	Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Ayam Kampung Super

Berdasarkan Tabel 31, didapat strategi umum sebanyak 15 buah strategi yang telah disusun berdasarkan peringkat sehingga dapat digunakan sebagai strategi untuk pengembangan usaha ayam kampung super di Desa Gading Sari.

#### **5.3.4 Strategi Prioritas**

Strategi prioritas dipilih dari strategi umum yang telah di berikan peringkat dan ditetapkan sebanyak 9 strategi sebagai strategi prioritas yang diambil mulai dari peringkat tertinggi yaitu peringkat 1 sampai dengan peringkat 9 sebagai strategi untuk pengembangan usaha ternak ayam kampung super di Desa Gading sari.

Penetapan ke 9 strategi untuk dipilih sebagai strategi prioritas diharapkan dapat mewakili hasil pemadanan dari strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T.

Adapun ke 9 strategi prioritas yang digunakan untuk pengembangan usaha ternak ayam kampung super di Desa Gading Sari tersebut dapat dilihat pada Tabel 32.

Tabel 32. Strategi Prioritas Pengembangan Usaha Ayam Kampung Super di Desa Gading Sari Berdasarkan Nilai Peringkat

Kode	Nilai TAS	Peringkat	Strategi Alternatif
S <sub>12</sub>	8,43	1	Pemberian Akses Permodalan Untuk Usaha Ayam Kampung Super
S <sub>11</sub>	8,29	2	Penyusunan Kebijakan Pemberian Bantuan Modal Untuk Meningkatkan Skala Usaha
S <sub>8</sub>	8,14	3	Pemberian Bantuan Serta Membuat Sentra Bibit
S <sub>14</sub>	8,14	4	Pemberdayaan Peternak Dibidang Teknologi Budidaya Ayam Kampung Super
S <sub>3</sub>	8	5	Memfaatkan Kebijakan Pemerintah Untuk Pengebangan Ayam Kampung Super
S <sub>9</sub>	8	6	Membuat Organisasi Berbadan Hukum Peternakan Ayam Kampung Super
S <sub>5</sub>	8	7	Pemberian Penyuluhan Mengenai Manajerial Usaha Melalui Tenaga Penyuluh
S <sub>13</sub>	8	8	Pemberian Subsidi Pakan dan Obat-obatan
S <sub>15</sub>	7,86	9	Bekerjasama dan Saling Berkoordinasi Antar Peternak Guna Memecahkan Masalah yang Ada

Strategi prioritas pengembangan ayam kampung super di Desa Gading Sari yang dihasilkan sebanyak 9 startegi dari 15 strategi. Strategi tersebut diambil dari nilai peringkat ketertarikan diatas 7,75 karena dianggap strategi tersebut menarik dan dapat membantu peternak dalam mengembangkan usaha peternakan ayam kampung super.

Untuk mewujudkan strategi-strategi prioritas tersebut diatas perlu adanya implikasi kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah melalui instansi terkait yang berkaitan dengan pengembangan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari. Dengan demikian, pengembangan usaha peternakan ayam kampung super di Desa Gading Sari sesuai dengan yang diharapkan oleh peternak yang ada di Desa Gading Sari.

Didalam penelitian Jumiati dkk (2017) yang berjudul strategi pengembangan usaha ayam ras pedaging di Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu menghasilkan strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha peternakan ayam ras pedaging adalah memanfaatkan lokasi bisnis strategis untuk pengembangan bisnis yang ada guna memenuhi tingginya permintaan akan ayam pedaging, menjaga kualitas produk dan memperhatikan perkembangan pasar dalam menentukan skala bisnis untuk menghadapi persaingan dan menghindari penurunan daya beli, dan untuk meminjam modal untuk meningkatkan infrastruktur dan persediaan pada produksi bahan baku untuk bersaing dan bekerja sama kemitraan dengan perusahaan ternak.

Jika disandingkan prioritas strategi pengembangan usaha peternakan ayam kampung super dengan alternatif strategi pengembang usaha ayam ras pedaging, sama sama memiliki strategi memanfaatkan lokasi yang strategis, meningkatkan kuantitas dan kualitas produk serta mengembagkan usaha dengan menambah modal.

Pada pengembangan usaha ternak ayam kampung super peranan pemerintah lebih diharapkan. Peternak masih belum optimal dalam menerima bantuan dari pemerintah, yaitu dengan memberikan penyuluhan kepada peternak, membangun sentra bibit dan membuat kebijakan harga minimum ayam kampung super serta memberikan subsidi pakan dan OVK untuk ternak ayam kampung super.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, K.I., A.I. Sari dan E.T. Rahayu. 2012. Strategi Pengembangan Usaha Sapi Potong di Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Tropical Animal Husbandri*. 1 (1): 24-32.
- Anonymous . 2010. Konsep Strategi, Definisi, Perumusan, Tingkatan dan Jenis Stategi. <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/konsep-strategi-definisi-prumusan.html>. (diakses tanggal 22 Agustus 2019).
- Badan Pusat Statistik. 2018. Riau Dalam Angka. Pekanbaru, Riau.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Riau Dalam Angka. Pekanbaru, Riau.
- Daut, S. 2003. Pengantar Hukum Sumberdaya Air dan Lingkungan Hidup di Indonesia, Alumni, Bandung.
- David, F. R. 2006. Strategic Management. Edisi 10. Selemba Empat, Jakarta.
- Dermawan. DTM. 2017. Analisis Pendapatan Rumah Tangga Peternak Ayam Broiler Pola Kemitraan PT. Charoen Phokpand Di Kabupaten Kuantan Singingi. Skripsi. Universitas Islam Riau. Prodi Agribisnis. Pekanbaru. [Tidak diPublikasikan]
- Dewanti, R., Sihombing, G. 2012. Analisis Pendapatan Usaha Peternakan Ayam Buras (Studi Kasus di Kecamatan Tegalombo, Kabupaten Pacitan). *Buletin Peternakan*. Vol. 36(1): 48-56.
- Hadisapoerto, S. 1973. Biaya dan Pendapatan di Dalam Usahatani. Fakultas Pertanian. Skripsi. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Hasyim, Hasman. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus: Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguruan Kabupaten Tapanuli Utara). *Jurnal Komunikasi Penelitian*. Universitas Sumatera Utara, Medan : Lembaga Penelitian.
- Hernanto, F. 2002. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Ibnu Qudamah. Al-Mughni' Vol III. Riyad: Maktabah Al-Akhyar, 1999.
- Iskandar, S. 2010. Usahatani Ayam Kampung. Balai Penelitian Ternak Ciawi. Bogor.
- Jummiati. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging (Broiler) Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Skripsi. Universitas Pasir Pengaraian. Rokan Hulu, riau.

- Kantor Desa Gading Sari. 2019. Informasi Desa. Kecamatan Tapung. Kabupaten Kampar. Pekanbaru, Riau.
- Kartasapoetra, G. 1994. Teknologi Penyuluhan Pertanian. Bumi Aksara. Jakarta.
- Krista, B. 2011. Beternak dan Bisnis Ayam Kampung. Cetakan 5. Agromedia, Jakarta.
- McDonald, H. B Malcom dan Warren J. Keegan, 1999. Marketing Plans That Work Edisi I. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian, Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES).
- Nicholson, W. 2000. Mikro Ekonomi Intermediate dan Aplikasinya. Erlangga, Jakarta.
- Outlok Ayam Buras. 2017. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Kermentrian Pertanian.
- Rahim dan Diah. 2007. Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2001. Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT.Gramedia. Jakarta
- Rasyaf. M. 1996. Beternak Ayam Pedaging. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rizky, A. 2016. Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Ternak Kalkun Mitra Alam Kabupaten Pringesewu Provinsi Lampung. Skripsi. Prodi Agribisnis. Lampung. [Tidak dipublikasikan]
- Salvatore, D. 2001. Koperasi : Teori dan Praktis. Diterjemahkan Oleh Arifin Sitio. Erlangga, Jakarta.
- Sari, D. A. L. 2016. Analisis Usahatani dan Strategi Pengembangan Salak Pondoh Di Desa Banja Semnai Kecamatan Dayun Kabupaten Siak Provinsi Riau. Skripsi. Universitas Islam Riau. Prodi Agribisnis. Pekanbaru. [Tidak dipublikasikan]
- Sari, R. P. 2018. Analisis Kelayakan Finansial Usaha Peternakan Ayam Broiler Pola Kemitraan PT. Indojava Agrinusa di Desa Pancuran Gading Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Skripsi. Universitas Islam Riau. Prodi Agribisnis. Pekanbaru.
- Situmorang. 2008. Analisis Data Penelitian. USU Press, Medan.

- Sjarkowi, F. 2010. Manajemen Pembangunan Agribisnis. Baldad Grafiti Press. Palembang.
- Soekartawi. 1993. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Analisis Usahatani. Univeritas Indonesia Press, Jakarta.
- Soekartawi. 1999. Agribisnis, Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Apikasinya. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2006. Teori Efisiensi Produksi. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- Soetpomo, G. 1997. Kekalahan Manusia Petani. Kanisius, Yogyakarta.
- Sriyadi. 1991. Bisnis Pengantar Ilmu Perusahaan Modern. Semarang: IKIP Press.
- Suryanto, T., Kurniawan, R. 2018. Ayam Kampung Joper Panen 60 Hari. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sukirno, S. 2002. Teori Mikro Ekonomi. Cetakan Keempat Belas. Rajawali Press, Jakarta.
- Suratiyah, K. 2015. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Tanjung, C, A. Analisis Strategi Dan Model Pengembangan Usaha Kerbau Pada Sentra Peternakan Rakyat Di Kabupaten Serang. Banten.
- Tawardi. 2006. Beternak Ayam Broiler Cetakan Pertama. PT Sinergi Pustaka Indonesia. Bandung.
- Vaulina, S., Wahyudy, H. A. 2018. Efisiensi Produksi Usahatani Kelapa Dalam (*Cocos Nucifera Linn*) Di Kecamatan Gaung Anak Serka Kabupaten Indragiri Hilir. Jurnal Agribisnis Indonesia 6 [1] 61-72.