

**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ayam Potong Dengan Pendekatan SWOT
(Studi Kasus Pada UD. 28 Broiler Di Kota Metro)**

Selamet Fuadi¹, Suwanto², Mida Widya Ningrum³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Metro
Email : fuadi77.sl@gmail.com, midawidya91@gmail.com

Abstrak

Dalam Upaya mengembangkan usaha, terdapat sejumlah tugas dan Langkah yang harus diambil untuk mencapai peluang bisnis yang optimal dan mempertahankan daya saing pada pasar. Usaha ternak ayam potong menjadi salah satu contoh usaha yang menjanjikan dan memiliki potensi yang baik dalam dunia bisnis, hal ini dapat dilihat dari peningkatan permintaan secara berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pengembangan usaha ternak potong ayam broilet dengan mengidentifikasi hal-hal terkait dalam faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara kepada pemilik usaha dan observasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SWOT yang meliputi metode IFAS, EFAS, matriks IE dan matriks SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UD. 28 Broiler berada pada kuadran 2, Dimana pada kuadran tersebut diharuskan melakukan strategi diversifikasi yang menuntut Perusahaan melakukan perbuahan dengan mengubah atau memperluas jangkauan produk, guna menutup kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, Ayam Potong, Analisis SWOT

Abstract

In an effort to develop a business, there are a number of tasks and steps that must be taken to achieve optimal business opportunities and maintain competitiveness in the market. The broiler business is one example of a promising business that has good potential in the business world, this can be seen from the continuous increase in demand. The purpose of this study was to determine the development strategy of broiler business by identifying related matters in internal factors including strengths and weaknesses, as well as external factors including opportunities and threats. This research uses qualitative methods, with data collection techniques carried out by interviewing business owners and observation. The data obtained was analyzed using SWOT which includes IFAS, EFAS, IE matrix and SWOT matrix methods. The results of this study indicate that UD. 28 Broiler is in quadrant 2, where in this quadrant it is required to carry out a diversification strategy that requires the Company to make changes by changing or expanding the product range, in order to close weaknesses and take advantage of existing opportunities.

Keywords: Business Development, Slaughter Chicken, SWOT Analysis

I. Pendahuluan

Perkembangan dunia telah menyebabkan semakin ketatnya persaingan bagi dunia usaha. Setiap Perusahaan harus memiliki strategi atau cara-cara tertentu dalam menarik perhatian calon pembeli. Ketatnya persaingan bisnis secara tidak langsung, memicu perusahaan untuk tetap menjaga dan meningkatkan kuantitas serta kualitas dan juga

pelayanannya. Usaha peternakan merupakan suatu keterpaduan antara manajemen produksi dengan manajemen keuangan, Dimana manajemen produksi melihat tentang pemakaian *output* dan *input*. Semakin efektif dan efisien peternak dalam menjalankan hal tersebut, maka akan semakin besar keuntungan yang diperoleh dan semakin kuat posisinya untuk bersaing di pasar serta tercapainya tujuan usaha. Perumusan strategi yang dilakukan dengan memantau lingkungan melalui teknik-teknik analisa lingkungan yang dapat menentukan letak posisi usaha berada dan apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman yang dihadapi pada UD. 28 Broiler di Kota Metro. Inti dari perumusan strategi adalah menentukan bagaimana Perusahaan berbeda dengan Perusahaan lain, diperlukan konsep terarah dan terukur untuk menetapkan strategi dalam rangka mengembangkan UD. 28 Broiler di Kota Metro. Meskipun usaha ayam broiler terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hal tersebut menjadi tantangan bagi para pengusaha dalam mempertahankan pendapatan yang bisa saja menjadi potensi keuntungan atau kerugian. Untuk menghindari kemungkinan buruk terjadi, dilakukan analisis SWOT atau biasa dikenal dengan *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threat* (ancaman) untuk bisa menyusun strategi pengembangan pada usaha ayam broiler.

Menurut Fadhil (2020) berpendapat bahwa manajemen strategi merupakan implementasi perencanaan, pemantauan, analisis dan evaluasi yang dilakukan secara berkelanjutan dari semua kebutuhan yang diperlukan oleh organisasi atau suatu usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Mustofa (2021) menyatakan terdapat dua pengertian tentang manajemen strategi yaitu, pertama, manajemen strategi adalah proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh yang disertai oleh penetapan cara melaksanakannya yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Kedua, manajemen strategi adalah usaha manajerial dalam menumbuhkembangkan kekuatan organisasi untuk mengeksploitasi peluang yang muncul guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sesuai dengan misi yang telah ditentukan. Menurut Arifudin (2020) secara umum, strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan.

Pengembangan usaha merupakan sebuah tanggung jawab ataupun kewajiban setiap pengusaha yang memerlukan visi masa depan untuk mendorong motivasi dan meningkatkan kreativitas. Pengembangan usaha muncul karena terdapat permintaan secara tidak langsung atau sebagai hasil dari perkembangan bisnis yang telah ada sebelumnya. Menurut Falih (2019) fokus pengembangan lebih ditekankan pada upaya menjadikan para pesaing yang kuat dengan memperkuat kewirausahaan, meningkatkan produktivitas dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar.

Menurut Alamsyah (2019) Ayam merupakan salah satu jenis unggas yang paling banyak dipelihara dan dibudidayakan untuk dimanfaatkan daging, telur dan bulunya. Afiah (2022) menyatakan bahwa, daging ayam mengandung banyak nutrisi di dalamnya, seperti protein, vitamin, dan mineral yang bermanfaat untuk pertumbuhan. Selain itu, daging ayam juga dapat diolah menjadi bahan baku makanan lainnya. Menurut Mohammad (2023), ayam broiler merupakan salah satu penghasil sumber protein hewani yang harganya lebih murah dibandingkan dengan hewan ternak lainnya. Solehah (2016), menyatakan bahwa Ayam potong merupakan ayam hasil budidaya teknologi peternakan yang memiliki karakteristik ekonomi dengan ciri khas pertumbuhan yang cepat, sebagai penghasil daging konversi pakan rendah dan siap dipotong pada usia yang relatif muda. Pada umumnya ayam potong siap dipanen pada usia 28-48 hari dengan berat 1,2-1,9 kg/ekor.

Angesti & Fatamawati (2021) berpendapat bahwa Ilmu usaha tani merupakan ilmu terapan yang membahas ataupun mempelajari bagaimana membuat atau menggunakan sumber daya secara efisien pada suatu usaha pertanian, peternakan, atau perikanan. berkaitan dengan usaha tani. Usaha ternak bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Ternak Potong

ayam pedaging merupakan salah satu komoditas unggas yang memiliki peluang terbaik untuk dikembangkan. Karakteristik yang dimiliki oleh ayam broiler menjadi alasan diterima oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa permasalahan yang pada UD. 28 Broiler di Kota Metro. Diantaranya adalah munculnya usaha yang sejenis, kurangnya ketersediaan bahan baku dalam memenuhi keinginan pelanggan, dan persaingan bisnis baik secara *online* maupun *offline*. Menurut Kusmiati (2022), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan kualitatif matriks SWOT menampilkan faktor eksternal (peluang dan tantangan) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Untuk mengetahui perkembangan usaha, dapat ditentukan menggabungkan antara faktor internal dan faktor eksternal. Gabungan dari kedua faktor tersebut dapat dipertimbangkan dalam analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*). Dalam penggunaan analisis SWOT, penulis dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki agar dapat mengetahui, memahami serta menerapkan strategi yang benar dan sesuai.

II. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah dekriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi dan juga wawancara. Pada penelitian ini, metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pemilihan yang memenuhi syarat adalah responden yang menjadi *stakeholders* atau pemilik peran penting dalam UD. 28 Broiler. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah matriks IE dan matriks SWOT.

III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Analisis lingkungan internal

Analisis lingkungan internal menggambarkan kekuatan dan juga kelemahan yang dimiliki oleh UD. 28 Broiler yang mencakup komponen lokasi, produk, penyakit, harga, promosi, saluran distribusi, oemodalan dan keuangan serta sumber daya manusia. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, digunakan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal.

B. Analisis lingkungan eksternal

Analisis lingkungan eksternal menggambarkan peluang dan ancaman yang dimiliki oleh UD. 28 Broiler. Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengetahui peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha UD. 28 Broiler dan ancaman yang dapat menghambat kemajuan usaha yang dimiliki. Analisis lingkungan eksternal mencakup faktor ekonomi, pesaing, sosial budaya, dan teknologi.

C. Analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Analisis matriks IFE dilakukan dari hasil pengelompokan dengan mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan. Nilai bobot dari masing-masing variabel internal ditentukan oleh lima orang responden yang merupakan *stakeholders* dari UD. 28 Broiler di Kota Metro. Pemberian rating dilakukan berdasarkan seberapa penting dan signifikan pernyataan tersebut bagi Perusahaan. Bobot masing-masing variabel kemudian dikalikan dengan rating masing-masing variabel tersebut untuk mendapatkan total skor analisis lingkungan internal.

Tabel 1 Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

NO	Uraian Faktor Internal	Skor Rata-Rata (S)	Bobot	B x S
A	STRENGTH (KEKUATAN)			
	1. ASPEK PEMASARAN			
	Memenuhi kebutuhan/keinginan	4	0,09	0,36
	Harga terjangkau	3,4	0,06	0,204
	2. ASPEK KEUANGAN			
	Pendapatan penjualan stabil	2,6	0,08	0,208
	Opsi pembayaran yang fleksibel	3,8	0,07	0,304
	3. ASPEK OPERASIONAL			
	Proses pengiriman/pengantaran yang efisien	4	0,07	0,28
	Produk berkualitas	3,8	0,08	0,304
	4. ASPEK SDM			
	Berpengalaman dalam menjalankan usaha	3,6	0,07	0,252
Total S				1,912
B	WEAKNESS (KELEMAHAN)			
	1. ASPEK PEMASARAN			
	Tidak adanya kegiatan dalam meningkatkan citra bisnis	2,2	0,09	0,198
	Kurangnya promosi dalam melakukan pemasaran	1,6	0,09	0,14
	Penjualan offline tidak maksimal	2	0,08	0,16
	2. ASPEK KEUANGAN			
	Pembukuan laporan keuangan secara manual	3,8	0,08	0,304
	3. ASPEK SDM			
	Kurangnya tenaga kerja	2	0,06	0,12
	Tenaga kerja kurang produktif	1,8	0,08	0,144
Total B			1	
Total W				1,066
Total S + W				2,978

Hasil pengolahan data pada tabel 1 menunjukkan total skor untuk matriks IFE sebesar 2,978. Hal ini menunjukkan bahwa peternak memiliki posisi internal yang baik dalam usahanya menjalankan strategi untuk memanfaatkan kekuatan dan mengurangi kelemahan internal yang ada. Berdasarkan perankingan faktor internal, dapat diketahui bahwa yang paling berpengaruh terdapat pada aspek *strength* (kekuatan).

D. Analisis matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Pemberian bobot dan rating pada faktor eksternal dilakukan oleh responden yang sama seperti faktor internal. Bobot dan rating dari masing-masing variable kemudian dikalikan untuk menapatkan total skor dari analisis lingkungan eksternal.

Tabel 2 Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*)

NO	Uraian Faktor Eksternal	Bobot (B)	Skor Rata-Rata (S)	B x S
A	OPPORTUNITY (PELUANG)			

NO	Uraian Faktor Eksternal	Bobot (B)	Skor Rata-Rata (S)	B x S
	1. ASPEK PEMASARAN			
	Pemasaran secara offline dan online	0,14	3,4	0,476
	2. ASPEK KEBIJAKAN			
	Adanya inovasi bagi kemajuan usaha	10,08	1,6	0,128
	3. ASPEK OPERASIONAL			
	Bahan baku mudah didapat	0,08	2,4	0,192
	4. ASPEK TEKNOLOGI			
	Menggunakan teknologi informasi dalam berbisnis	0,07	3,4	0,238
Total O				1,034
B	THREAT (ANCAMAN)			
	1. ASPEK KEBIJAKAN			
	Kenaikan harga bahan baku	0,18	3,8	0,684
	2. ASPEK PESAING			
	Adanya persaingan kuat di bidang yang sama	0,12	3,8	0,456
	Pemasaran produk pesaing lebih baik	0,12	2,4	0,288
	Citra perusahaan pesaing lebih terkenal	0,08	2,2	0,176
	Persaingan harga pesaing yang kurang sehat	0,13	3,6	0,468
Total B		1		
Total T				1,784
Total O + T				2,818

Berdasarkan pengolahan matriks EFAS pada tabel 2, didapatkan skor 2,818. Hal ini menunjukkan bahwa perangsingan faktor eksternal menghasilkan nilai tertinggi pada peluang yang berada pada aspek pemasaran, sedangkan rangking tertinggi pada aspek ancaman berada pada faktor persaingan harga yang kurang sehat.

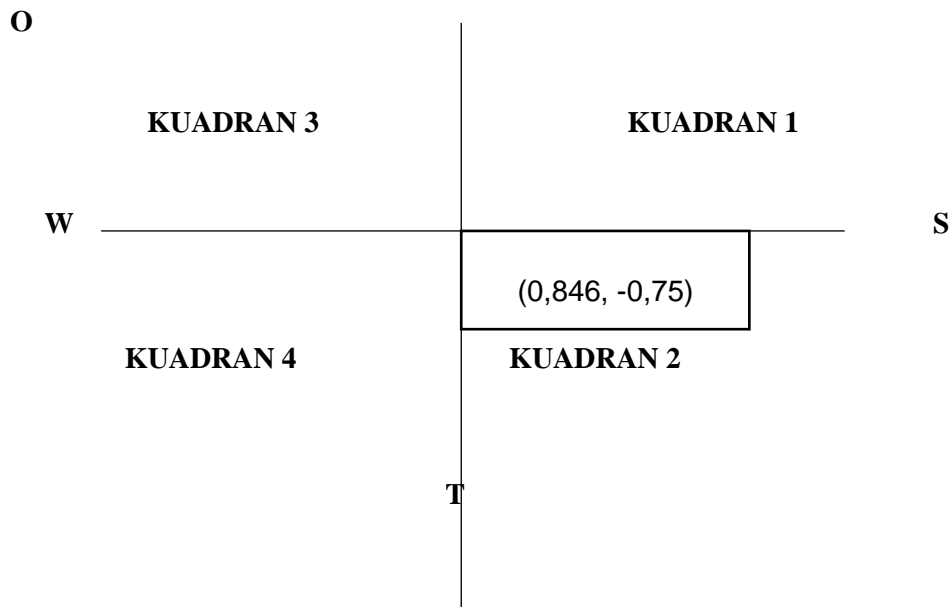
Penentuan Arah Strategi

Arah strategi Perusahaan diperoleh dengan mengkonsolidasikan IFAS dan EFAS menjadi SFAS (*Strategic Factor Analysis Summary*) sebagai berikut:

1. Menentukan koordinat sumbu X = kekuatan-kelemahan

$$= 1,912 - 1,066 = 0,846$$
2. Menentukan koordinat sumbu Y = peluang-ancaman

$$= 1,034 - 1,784 = -0,75$$
3. Sehingga titik koordinat arah strategi Perusahaan = (0,846, -0,75)



Gambar 1 Diagram Cartecius

Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal, diketahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat digunakan dalam merumuskan alternatif strategi dengan melakukan analisis dan oenggabungan faktor yang tujuannya sama. Berdasarkan analisis matriks SWOT yang daoat diterapkan yaitu sebagai berikut:

Tabel 3 Matriks SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	STRENGTH (S) 1. Lokasi yang cocok pada pengembangan usaha. 2. Harga sesuai dengan kualitas produk. 3. Konsumen datang langsung ke tempat usaha. 4. Memasang plang nama usaha. 5. Opsi pembayaran yang fleksibel.	WEAKNESSES (W) 1. Kurangnya promosi dalam menjalankan usaha. 2. Lemahnya pendelegasian tugas. 3. Penetapan harga jual yang berbeda. 4. Produk kurang bervariasi. 5. Pembukuan laporan keuangan secara manual
	OPPORTUNITIES (O) 1. Prospek pengembangan usaha yang menjanjikan. 2. Meningkatnya kesempatan kerja. 3. Produk yang dijual dapat diterima masyarakat 4. Perkembangan teknologi pada pengembangan usaha 5. Kemitraan dengan Pemasok Yang Baik	STRATEGI (SO) 1. Menjaga dan meningkatkan jaringan pemasaran yang ada. 2. Memanfaatkan kemajuan teknologi dalam strategi promosi. 3. Menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk yang ada. 4. Meningkatkan kemampuan pendistribusian ayam dengan menambah kapasitas

	kandang ayam potong	memenuhi permintaan dan mengetahui informasi pasar
<p>TREATH (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya usaha yang serupa 2. Penyakit unggas 3. Kenaikan harga bahan baku 4. Munculnya banyak usaha sejenis dalam skala kecil 5. Peningkatan pada penggunaan teknologi 	<p>STRATEGI (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyiapkan stok bahan baku untuk menghindari kekurangan produk dalam permintaan 2. Mempertimbangkan harga dengan tetap mempertahankan kualitas produk 3. Meningkatkan promosi melalui media sosial untuk menjangkau pasar lebih luas. 4. Memastikan kesehatan unggas sebelum didistribusikan untuk memberikan produk yang berkualitas. 	<p>STRATEGI (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemafaatan teknologi sebaik mungkin dalam melakukan promosi 2. Diperlukan kehati-hatian dalam menjaga kondisi kandang dan kesehatan ayam potong 3. Menggunakan laporan keuangan dengan teknologi berkembang yang ada, untuk meminimalisir resiko kerugian perusahaan.

Strategi S-O

Strategi S-O merupakan kombinasi antara kekuatan internal (*strength*) dan peluang eksternal (*opportunities*), dengan tujuan optimalisasi kekuatan internal untuk memaksimalkan pemanfaatan sebanyak mungkin peluang yang ada. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah peningkatan kapasitas kandang untuk mengantisipasi permintaan yang tinggi pada distribusi ayam potong. Dalam prospek perkembangan usaha ayam potong yang menjanjikan, strategi lainnya adalah memperkuat serta meningkatkan jaringan pemasaran yang sudah ada. Tindakan ini dilakukan guna memanfaatkan peluang yang ada seiring dengan peningkatan pada permintaan ayam potong secara signifikan, tetapi belum sepenuhnya terpenuhi.

Strategi W-O

Strategi W-O merupakan paduan antara kelemahan internal (*weakness*) dengan peluang eksternal (*opportunities*), dengan tujuan untuk memanfaatkan peluang tersebut dengan mengurangi dampak dari kelemahan yang ada. UD. 28 Broiler dapat menerapkan strategi dengan cara meningkatkan variasi produk menggunakan bahan baku yang tersedia dan dengan pembagian tugas yang jelas dan terorganisir. Strategi yang dihasilkan adalah pengembangan kerja sama antar pengusaha yang sudah ada, sehingga dengan itu dapat memenuhi permintaan pasar dan meningkatkan pemahaman terhadap pasar, hal tersebut sejalan dengan kemitraan dengan pemasok.

Startegi S-T

Strategi S-T merupakan gabungan antara kekuatan internal (*strength*) dan ancaman eksternal (*threat*), dengan tujuan menggunakan keunggulan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang ada. Dalam hal ini, strategi yang diterapkan adalah mempersiapkan persediaan bahan baku untuk menghindari kekurangan produk saat terjadinya peningkatan pada permintaan, serta mempertimbangkan strategi penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Mengingat terjadinya peningkatan pada permintaan ayam potong dan kehadiran usaha ayam potong yang serupa di Kota Metro, serta perkembangan teknologi yang pesat. Pengusaha perlu meningkatkan lagi strategi promosi melalui *platform* media sosial guna

menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Kesehatan ayam potong menjadi faktor kunci keberhasilan dalam menentukan kualitas produk yang baik, maka untuk mencegah timbulnya penyakit unggas pada ayam potong, pengusaha harus memastikan kesehatan unggas sebelum produk didistribusikan untuk memastikan kualitas produk yang baik.

Strategi W-T

Strategi W-T merupakan perpaduan antara kelemahan internal (*weakness*) dan ancaman eksternal (*threat*). Tujuan dari strategi ini adalah untuk mengurangi dampak kelemahan yang ada serta mengantisipasi atau menghadapi ancaman yang mungkin muncul. Strategi yang dapat dilakukan antara lain adalah mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam promosi dan menggunakan laporan keuangan dengan teknologi berkembang yang sudah ada. Kedua aspek tersebut berkaitan dengan kemajuan pesat teknologi pada saat ini, dimana penggunaan laporan keuangan dengan bantuan teknologi dapat membantu.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa UD. 28 Broiler berada pada kuadran 2, dimana kuadran tersebut berada diantara kekuatan dan juga ancaman. Sehingga strategi yang dapat digunakan adalah strategi diversifikasi, yang berarti perusahaan dituntut untuk melakukan perubahan guna menutup kelemahan dan mengejar peluang yang ada. Dengan mengetahui posisi perusahaan berdasarkan analisis SWOT, maka perusahaan dapat mengambil suatu keputusan dalam menjalankan usaha ayam potong yaitu: mempertahankan harga jual dan tetap memberikan kualitas yang baik, melakukan inovasi dan mengetahui keinginan konsumen, memperluas wilayah distribusi ayam potong agar lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat memanfaatkan peluang pasar yang besar.

IV. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis SWOT pada UD. 28 Broiler diperoleh faktor kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*). Matriks SWOT menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dengan menyesuaikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Dari evaluasi menggunakan matriks SWOT terdapat empat jenis strategi, diantaranya yaitu strategi SO (kekuatan peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST (kekuatan ancaman), dan strategi WT (kelemahan ancaman).
2. Berdasarkan penentuan arah strategi dengan mengkonsolidasikan IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*), dan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*), menjadi SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*). Dapat disimpulkan bahwa UD. 28 Broiler berada pada kuadran 2, strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan UD. 28 Broiler yaitu strategi diversifikasi. Strategi tersebut menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan, di mana perubahan yang dimaksud adalah mengubah atau memperluas jangkauan produk yang ditawarkan oleh perusahaan ke pasar yang baru atau berbeda dari yang telah ada sebelumnya, guna menutup kelemahan dan mengejar peluang yang ada.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang diberikan untuk pengembangan usaha UD. 28 Broiler:

1. Perlu mempertahankan kualitas produk yang disediakan serta meningkatkan variasi produk dengan memahami preferensi konsumen. Memperluas jangkauan pasar melalui promosi yang lebih maksimal di platform sosial media, mengingat perkembangan akan teknologi yang semakin pesat.

2. Pengembangan usaha pada UD. 28 Broiler sebaiknya menambah kapasitas produksi ayam potong, mengingat adanya peningkatan permintaan dan untuk mengantisipasi potensi kurangnya bahan baku. Dengan meningkatkan kapasitas produksi ayam potong, perusahaan diharapkan dapat bersaing lebih baik dengan pesaing yang memiliki usaha serupa, dengan kemampuan dalam memenuhi permintaan konsumen.
3. Pengembangan usaha pada UD. 28 Broiler diharapkan mampu mengembangkan keempat strategi, diantaranya yaitu strategi SO (kekuatan peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST (kekuatan ancaman), dan strategi WT (kelemahan ancaman) yang telah disusun untuk memaksimalkan pengembangan usaha tersebut.

Daftar Pustaka

- Abdul Kadir. (2018). Peranan Brainware Dalam Sistem Informasi Manajemen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(3), 60–69.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumasapul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980.
- Afiyah, D. N. (2022). Pengaruh Perbedaan Bagian Daging Ayam Broiler terhadap Kandungan Protein dan Sifat Organoleptik Nugget Ayam. *ANOVA: Journal of Animal Husbandry*, 1(2), 81–87.
- Alamsyah, A., Basuki, E., Prarudiyanto, A., & Cicilia, S. (2019). Diversifikasi Produk Olahan Daging Ayam. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 1(1).
- Angesti, S. D., & Fatmawati, E. W. (2021). Implementasi Kelayakan Usaha Tani Baby Kailan Dengan Sistem Hidroponik Di Pt. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa Batu. *JURNAL AGRI-TEK : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta*, 22(2), 73–77.
- Arianton, K., Meitriana, M. A., & Haris, I. A. (2019). Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut Pada Kelompok Bina Karya Di Desa Patas, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 573–582.
- Arifudin, O., Tanjung, R., & Sofyan, Y. (2020). Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi. *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*, 177.
- Darmawan, A., Baskoro, E. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ayam Potong Di Desa Bangun Rejo Gunung Sugih Lampung Tengah.. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(1), 59–67.
- David, Fred R. & David, Forest R. (2017). *Strategic Management Concepts And Cases A Competitive Advantage Approach*. Sixteenth Edition. England. Pearson Education Limited.
- Dewi, R., Rivai Zainal, V., & Nawangsari, L. (2022). Manajemen Mutu Peserta Training. *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development*, 2(6), 720–731.
- Fadhli, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. *Continuous Education: Journal of Science and Research*, 1(1), 11–23.
- Falih, A., Rizqi, M. (2019). Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol.2 No.(1), 2.
- Farhana, S., Aam Amaliyah, Agustini Safitri, & Rika Anggraeni. (2022). Analisis persiapan guru dalam pembelajaran media manipulatif matematika di sekolah dasar. *Educenter : Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(5), 507–511.

- Hadi, H. S. (2019). Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer. *Jurnal Al-Hikmah*, 17(1), 79–90.
- Kurniawan, R. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Usaha UD. Asia Baru Lamongan. *AGORA*, 7(2).
- Kurniati, Y., Rahmat, A., Nugraheni, R., & Dahlan Malik, A. (2022). Pengembangan Peternakan dan Pemanfaatannya Sebagai Hewan Kurban Desa Mangli Kediri. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 8(2), 75–78.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921.
- Kusmiati, Devi Ayu; Arviani, H. (2022). *Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk MYNITRO PT Widya Inovasi Indonesia-Widia Rabotic*. 20(1), 105–123.
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2016). Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management*, 2(2), 1–8.
- Maryani, D., Herawati, E., Kusmayadi, T., Rohayati, T., & Nurhayatin, T. (2020). Analisis Faktor Pendorong Minat Masyarakat Terhadap Usaha Peternakan Ayam Broiler Dengan Pola Kemitraan Di Kecamatan Karangpawitan Kabupaten Garut. *JANHUS: Jurnal Ilmu Peternakan Journal of Animal Husbandry Science*, 5(1), 98.
- Masyono, S. A., & Suhada, B. (2015). Strategi Pengembangan Sektor Kepariwisata di Kabupaten Lampung Timur. *Journal Derivatif*, 9(1), 129–139.
- Mohamad, P., Pomolango, R., Korompot, I., & Fahrullah, F. (2023). Performa Ayam Broiler yang Diberi Jamu Ternak Hasil Fermentasi Menggunakan Performance of Broilers Fed Fermented Livestock Herbs Using EM4. *Jurnal Sains Ternak Tropis*, 1(1), 21–28.
- Mustofa, I. (2021). Manajemen Strategi Pemberdayaan Masyarakat (Evaluasi Program Pengabdian Kepada Masyarakat Tematik Pemberdayaan Umat Stai Darussalam Nganjuk). *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 30–45.
- Rahim, A., Abiansyah, A. H., Samawa, U., Besar, S., Info, A., History, A., Strategy, D., Busines, F., & Regency, S. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Furniture. *Samalewa*, 3(3), 11–20.
- Renwarin, F. K. (2021). Pengembangan Usaha Peternak Mitra Ayam Broiler Melalui Kegiatan Sekolah Lapang Di Desa Mulyosari Kabupaten Malang Jawa Timur Fransiskus Kelvin Renwarin. *Patimura Mengabdi (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1, 35–42.
- Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2017). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. *Seminar Nasional IENACO*, 238–245.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.

- Solehah, H. (2016). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Ayam Potong (Broiler) Dengan Metode Full Costing Pada Peternakan Abshar Selaku Mitra Usaha Cv. Mutiara Sinar Abadi Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 1–14.
- Sutrisnawati, N. K., A.A.A Ribeka Martha Purwahita, I Ketut Saskara, A.A. Sagung Ayu Srikandi Putri, & Putu Bagus Wisnu Wardhana. (2021). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kumbasari. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 37–46.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung. Penerbit Alfabeta
- Syahidin, M. R. (2022). Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER) Prospek Pengembangan Usaha Alwa Kangen Water Di Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah. *Gpjer*, 4(1).
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Wahyunan Widhi, M. T., Hakim, A. R., Wulansari, N. I., Solahuddin, M. I., & Admoko, S. (2021). Analisis Keterampilan Argumentasi Ilmiah Peserta Didik Pada Model Pembelajaran Berbasis Toulmin's Argumentation Pattern (TAP) Dalam Memahami Konsep Fisika Dengan Metode Library Research. *PENDIPA Journal of Science Education*, 5(1), 79–91.
- Wahyuni, W., Fatih, M. L., Syahrani Hsb, R. M., Sakina, S., & Suhairi, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(2), 126–134.
- Warsito, S. H., Widodo, O. S., & Wulandari, S. (2018). Knowledge Of Living And Utilization Management Results Of Livestock As A Community Nutrition Source In Baron District, Nganjuk Regency Sunaryo Hadi Warsito Oky Setyo Widodo Shelly Wulandari. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 2(2), 69–71.
- Widiyarini, W., & Hunusalela, Z. F. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM dalam Upaya Peningkatan Penjualan T Primavista Solusi. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 384.
- Yulianti, D. (2022). Pemilihan Alternatif Strategi Bisnis Pada Line Bisnis Merchandise di PT. Caladi Lima Sembilan (C-59) Bandung - Jawa Barat. *Sainteks: Jurnal Sains Dan Teknik*, 4(1), 11–24.