

## ANALISA SWOT BISNIS USAHA PETERNAKAN AYAM RAS PETELUR DI BOYOLALI JAWA TENGAH

**Lia Kristanti Wibowo**

Program Studi Magister Manajemen  
Universitas Katolik Parahyangan Bandung  
Jl. Merdeka No. 30 Bandung, 40117  
Email : [lia.kristanti91@gmail.com](mailto:lia.kristanti91@gmail.com)

### ABSTRACT

*Layer chicken farm is one of an attractive agribusiness sector in Indonesia. This business is based on the demand of chicken egg in Indonesia, especially on Boyolali, Central Java. The demand of egg in Boyolali Central Jaya has been increase constantly. This study aims to analyse the strength, weakness, opportunities, and threat of the layer chicken farm and determine the most appropriate strategies for implementation. The study is done by observation on one of the layer farmers around Boyolali. The strength and weakness of layer chicken farm evaluated from the internal factors of the farms, while opportunities and threats evaluated from the external factors that affecting the farms. Those factors identified then analysed by Strength Weakness Opportunity and Treat (SWOT) matrix. The results show that the constant increase on chicken egg demand is the big opportunity to this insutry and no other substitutes that affects significantly. While the fluctuating price of chicken egg identified as the threat. The internal factor that affects chicken farm are the farmers experience and knowledge in implementation of the business strategy. And the the result of SWOT analysis is several strategies can be done in implementation of chicken farms are improve the product quality and quantity beside the pricing strategy, design and improve the farm and create a standar operational procedure as effectively and efficiently as possible.*

**Keywords :** *strategy, layer chicken, internal factors, external factors, SWOT analysis.*

### ABSTRAK

Peternakan ayam petelur merupakan salah satu jenis usaha pada sektor agribisnis yang menjanjikan di Indonesia. Hal ini didasarkan pada permintaan telur ayam di Indonesia, khususnya di daerah Boyolali, Jawa Tengah. Permintaan telur ayam di daerah Boyolali, Jawa Tengah memiliki kecenderungan terus menerus meningkat secara konstan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari peternakan ayam petelur di Boyolali Jawa Tengah dan menentukan strategi yang paling tepat untuk diimplementasikan. Penelitian dilakukan dengan mengamati salah satu peternak telur di daerah Boyolali. Kekuatan dan kelemahan peternakan ayam petelur dievaluasi dari faktor internal peternakan, sementara peluang dan ancaman dievaluasi dari faktor eksternal yang memengaruhi peternakan. Faktor-faktor tersebut kemudian dianalisis dengan matriks *Strength Weakness Opportunity and Treat* (SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan konstan pada permintaan telur ayam

dan tidak ada pengganti lain yang mempengaruhi secara signifikan. Sehingga kondisi ini diidentifikasi sebagai peluang dalam usaha peternakan ayam petelur. Sementara harga telur ayam yang berfluktuasi menjadi sebuah ancaman. Sementara faktor internal yang paling mempengaruhi perencanaan strategi pada usaha peternakan ayam petelur adalah pengalaman dan pengetahuan peternak dalam mengimplementasikan bisnis yang sebenarnya. Sebagai hasil dari analisis SWOT adalah beberapa strategi dapat dilakukan dalam implementasi peternakan ayam yaitu peningkatan kualitas dan kuantitas produk. Dengan peningkatan kualitas dan kuantitas produk, diharapkan penjualan telur dapat terus meningkat. Selain peningkatan kualitas dan kuantitas produk, strategi lain yang diharapkan dapat diimplementasikan adalah menetapkan desain kandang ayam serta penetapan Standar Operasional Prosedur (SOP) seefektif dan seefisien mungkin.

**Kata kunci:** strategi, ayam petelur, faktor internal, faktor eksternal faktor eksternal, analisis SWOT.

## PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia dengan jumlah penduduk sebanyak 237.641.326 juta jiwa per tahun 2010, Indonesia memiliki kebutuhan akan sumber bahan pangan yang cukup besar. Rata-rata pertumbuhan pendapatan domestik bruto (PDB) di Indonesia yang mencapai 6,15 persen sejak tahun 2010 sampai dengan 2013 dengan pendapatan per kapita mencapai 3,468 USD dapat diindikasikan sebagai perkembangan potensi pasar yang baik. Populasi penduduk yang besar, diikuti dengan perkembangan ekonomi yang membaik, kemajuan dalam pembangunan, perubahan gaya hidup, serta kesadaran akan pentingnya peningkatan gizi akan berdampak pada pola konsumsi makanan yang terus meningkat dalam masyarakat, salah satunya adalah kebutuhan akan protein untuk tubuh.

Sumber protein yang sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah protein hewani seperti daging, susu, dan telur. Telur terutama telur ayam ras menjadi pilihan utama dalam pemenuhan kebutuhan akan protein hewani karena selain mudah ditemukan dan harganya relatif terjangkau oleh semua kalangan, rasa yang dimiliki juga sesuai dengan selera. Konsumsi telur ayam ras per kapita pada tahun 2014 di Indonesia mencapai angka 6,309 sedangkan telur ayam buras di angka 2,607 dan telur itik di angka 1,512. Sedangkan rata-rata harga telur ayam ras per tahun sendiri cenderung mengalami peningkatan, pada tahun 2014 rata-rata harga telur ayam ras per tahun Rp 17.238, pada tahun 2015 memiliki harga Rp 19.648, dan pada tahun 2016 memiliki harga Rp 20.473.

Pada tahun 2015 produksi telur ayam ras di Indonesia mencapai 1.372.829 ton telur sedangkan di tahun 2016 telah mencapai 1.428.195 ton telur. Pertumbuhan produksi telur dari tahun 2015 ke tahun 2016 mencapai 4,03 persen yang menunjukkan bahwa minat pembelian terhadap telur ayam ras mengalami peningkatan. Peningkatan produksi telur ayam ras meskipun disertai dengan peningkatan harga telur menunjukkan bahwa permintaan masyarakat terhadap telur ayam ras sebagai komoditas ini tetap ada dan meningkat dari tahun ke tahun.

Usaha peternakan ayam ras petelur di Indonesia dapat dikatakan masih belum mencapai kapasitas produksi yang sesungguhnya. Usaha peternakan dan produksi telur di Indonesia tidak merata di setiap daerah, beberapa daerah tertentu dapat menjadi sentra produksi telur yang kemudian memasok untuk kebutuhan di daerah lainnya. Salah satu daerah produksi telur ayam ras besar di Indonesia di tahun 2016 adalah provinsi Jawa

Tengah dengan jumlah produksi sebesar 209.373 ton telur. Daerah Jawa Tengah, dengan luas wilayah sebesar 32.544 km<sup>2</sup> merupakan salah satu lokasi yang dianggap cocok dan strategis untuk pengembangan peternakan ayam ras petelur. Jawa Tengah memiliki beberapa sentra usaha peternakan ayam petelur dengan populasi ayam petelur yang cukup besar. Tiga daerah sentra peternakan ayam petelur terbesar di Jawa Tengah di tahun 2016 yaitu kabupaten Kendal dengan populasi ayam petelur sebanyak 3.799.915 ekor ayam, kabupaten Boyolali dengan populasi ayam 2.357.886 ekor ayam, dan kabupaten Karanganyar sebanyak 1.830.430 ekor ayam.

Dalam upaya pengembangan usaha peternakan ayam petelur di Boyolali ini tentu saja tidak lepas dari masalah kepentingan investasi bisnis yang harus dicapai. Dimana dalam pengupayaan investasi tersebut harus terlebih dahulu direncanakan sebuah rencana pengembangan bisnis dan dilakukan analisis terhadap rancangan bisnis tersebut. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat peluang usaha dalam jangka panjang serta kemampuan usaha untuk dapat bertahan. Berbagai aspek perlu ditinjau seperti aspek eksternal lingkungan usaha yaitu aspek politik, ekonomi, sosial, dan teknologi, dan aspek internal usaha yaitu kelebihan dan kelemahan internal perusahaan. Tujuan dari analisis aspek lingkungan eksternal adalah untuk mengetahui peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan dalam pencapaian tujuan investasi dan ancaman yang dapat menghambat usaha tersebut. Tujuan dari analisis aspek lingkungan internal adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam menghadapi lingkungan usahanya. Dari berbagai aspek tersebut kemudian menjadi dasar dalam melakukan analisis SWOT sebagai panduan dalam menyusun strategi terbaik dalam implementasi usaha peternakan ayam ras petelur tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dirancang untuk mengetahui profil peternakan ayam ras petelur di Kabupaten Boyolali, menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha peternakan tersebut, serta menyusun strategi yang dapat dilakukan dalam implementasi usahanya. Menurut Surat Keputusan Menteri Pertanian No.472/Kpts/TN.330/6/96, usaha peternakan dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu peternakan rakyat dengan jumlah populasi maksimal 15.000 ekor ayam, pengusaha kecil peternakan dengan jumlah populasi lebih dari 15.000 ekor sampai maksimal 65.000 ekor ayam, dan pengusaha peternakan besar dengan jumlah populasi lebih dari 65.000 ekor ayam per periode pemeliharaan. Pengumpulan data dilakukan terhadap satu subjek yaitu salah satu peternakan ayam ras petelur yang termasuk dalam peternakan rakyat di Boyolali yang jumlah populasinya sebanyak maksimal 12.000 ekor ayam per periode pemeliharaan. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah (1) Observasi atau pengamatan, dilakukan secara langsung dengan cara terlibat dalam kegiatan atau proses di dalam peternakan supaya didapatkan gambaran secara nyata dan pemahaman yang jelas mengenai usaha peternakan ayam tersebut, (2) Wawancara dilakukan terhadap beberapa nara sumber antara lain pemilik usaha peternakan yang sudah berpengalaman, karyawan yang bekerja di usaha peternakan tersebut, serta beberapa orang penyuplai kebutuhan operasional seperti bahan pangan dan obat-obatan untuk hewan ternak, (3) Studi dokumentasi, pengumpulan data yang dilakukan terhadap sumber-sumber yang dapat dipercaya untuk mendapatkan data-data pelengkap untuk analisis yang akan dilakukan terhadap usaha peternakan ayam ras petelur

tersebut. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis faktor eksternal-internal dan analisis SWOT usaha peternakan ayam petelur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peternak yang menjadi subjek penelitian ini adalah peternak X dengan profil sebagai berikut : (a) pengalaman usaha peternakan yang dimiliki lebih dari 25 tahun (b) memiliki jumlah populasi ayam sebesar (maksimal) 12.000 ekor ayam setiap periode pemeliharaan (c) kapasitas produksi per hari mencapai maksimal 612 kg telur ayam (d) lokasi peternakan berada di kecamatan Cepogo, kabupaten Boyolali, provinsi Jawa Tengah (e) luas area peternakan kurang lebih 4.000 m<sup>2</sup>, termasuk di dalamnya area kandang ayam, area kantor, dan area gudang (f) biaya operasional usaha peternakan (termasuk biaya tetap dan biaya variable) dengan kisaran sebesar Rp 1.222.235.950 per tahun (g) revenue usaha diperoleh dari penjualan telur ayam, penjualan ayam afkir, penjualan kotoran ayam, dan penjualan karung bekas pakan ayam, dengan kisaran total penerimaan sebesar Rp 4.178.007.500 per tahun dengan COGS sebesar 40% dan profit margin sebesar 29% dari total revenue.

Analisis lingkungan eksternal usaha peternakan meliputi analisis lingkungan makro dan lingkungan mikro. Setelah faktor-faktor eksternal (makro dan mikro) diidentifikasi, kemudian dibuat matriks EFE yang berisi peluang dan ancaman terhadap usaha peternakan ayam seperti yang dapat dilihat pada matriks EFE di Table 1 berikut. Hasil analisis matriks EFE, dilihat dari hasil pembobotan faktor-faktor eksternal dapat diketahui bahwa peluang yang sangat berpengaruh dari usaha peternakan ayam petelur ini adalah permintaan akan telur ayam yang tidak pernah habis (skor 1) dan selalu meningkat serta tidak adanya produk pengganti telur ayam ras yang berpengaruh secara signifikan (skor 0,6). Sedangkan ancaman terbesar dari usaha peternakan ayam ras petelur adalah harga jual telur ayam itu sendiri yang tidak stabil, kadang tinggi kadang rendah (skor 0,6). Meskipun permintaan terhadap telur ayam selalu ada, yang berarti akan selalu ada pembeli untuk produk yang dihasilkan, namun bila harga jual telur tersebut tidak baik sedangkan biaya pakan ayam tinggi dan biaya operasional tidak dapat ditekan, akan berpengaruh pada keuangan peternakan, dimana kemungkinan terjadinya defisit sangat besar.

**Tabel 1. Matriks EFE Usaha Peternakan Ayam Petelur di Boyolali**  
External Factor Evaluation (EFE)

	Peluang	Bobot	Rank	Skor
1	Peraturan pemerintah mendukung perkembangan usaha peternakan	0,03	3	0,09
2	Tingkat pendapatan masyarakat dan gaya hidup yang terus meningkat	0,05	3	0,15
3	Permintaan akan telur ayam tidak pernah habis dan selalu meningkat	0,25	4	1
4	Tidak ada produk pengganti yang berpengaruh secara signifikan	0,15	4	0,6
5	Jumlah pemasok kebutuhan usaha peternakan cukup banyak	0,07	3	0,21
6	Perkembangan teknologi yang makin mendukung usaha peternakan	0,05	2	0,1

	<b>Ancaman</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rank</b>	<b>Skor</b>
7	Jumlah peternak yang ada di Boyolali sudah cukup banyak	0,1	3	0,3
8	Nilai tukar mata uang Rupiah yang tidak stabil terhadap mata uang asing (dollar)	0,03	2	0,06
9	Harga jual telur yang tidak menentu, kadang tinggi kadang rendah	0,15	4	10,6
10	Peminar usaha peternakan cukup banyak sehingga memungkinkan banyaknya pemain baru	0,05	2	0,1
11	Kebutuhan tenaga kerja usaha peternakan di Boyolali bersaing dengan pabrik tekstil dan garmen	0,07	2	0,14
	<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,35</b>

Analisis lingkungan internal usaha peternakan dilakukan untuk memahami kondisi internal dari perusahaan tersebut. Melalui analisis ini, maka akan dapat diketahui kekuatan dan kelemahan perusahaan sehingga akan mampu direncanakan dan diputuskan strategi yang tepat untuk kelangsungan usahanya. Matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 2, dimana dari hasil analisis matriks IFE diketahui bahwa kekuatan utama dari usaha peternakan ini adalah kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik peternakan yang sudah berpengalaman bertahun-tahun dan dapat diteruskan secara turun-temurun (skor 0,72). Dengan banyaknya pengalaman maka pemilik peternakan memiliki kemampuan untuk melihat dan memprediksikan jauh ke depan dan melakukan antisipasi terhadap hal yang tidak diinginkan. Sedangkan kelemahan terbesar dari usaha ini adalah belum ada standar operasional prosedur yang baik dan standar kualitas produk yang diterapkan di dalam operasional peternakan sehingga operasional belum berjalan maksimal, serta adanya keterbatasan dana untuk melakukan ekspansi maupun pengembangan terhadap usaha peternakan tersebut. Kedua hal tersebut menjadi kelemahan utama peternakan dan menjadi hambatan untuk usaha peternakan tersebut dapat berkembang secara maksimal.

**Tabel 2. Matriks IFE Usaha Peternakan Ayam Petelor di Boyolali**  
**Internal Factor Evaluation (IFE)**

	<b>Peluang</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rank</b>	<b>Skor</b>
1	Kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik peternakan yang sudah berpengalaman bertahun – tahun	0,18	4	0,72
2	Lokasi peternakan yang cukup mudah dijangkau	0,1	3	0,3
3	Informasi seputar usaha peternakan yang cukup mudah didapatkan	0,08	2	0,16
4	Hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok kebutuhan peternakan maupun pembeli produk peternakan	0,15	3	0,45
	<b>Ancaman</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rank</b>	<b>Skor</b>
5	Konsep biarin yang digunakan sudah pernah ada dan/atau mudah untuk dilakukan juga oleh orang lain	0,1	2	0,2
6	Belum ada standar SOP dan standar kualitas produk	0,16	3	0,48
7	Rendahnya kualitas SDM dan teknologi yang digunakan masih sederhana	0,09	1	0,09
8	Keterbatasan data untuk ekspansi usaha	0,14	3	0,42
	<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,82</b>

Berdasarkan hasil analisis matriks eksternal-internal didapatkan hasil bahwa strategi yang cocok untuk dilakukan dalam pengembangan usaha peternakan ayam ras petelur di Boyolali adalah strategi *market penetration* and *product development*. Usaha yang berada pada area ini akan dapat berkembang dengan baik apabila mampu meningkatkan pangsa pasar dengan cara meningkatkan kuantitas dan kualitas produk, menjaga dan meningkatkan hubungan kerjasama dengan pihak-pihak yang bersangkutan (pemasok bahan kebutuhan maupun pembeli). Pengembangan terhadap sumber daya internal (SDM) maupun sumber daya eksternal (SDA) juga dapat dilakukan untuk membantu meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam operasional peternakan.

Dari hasil analisis matrik SWOT maka akan diperoleh empat macam strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha peternakan ayam petelur sebagai berikut :

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), yaitu strategi dimana perusahaan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.
2. Strategi S-T (*Strengths-Threats*), yaitu strategi yang dibuat dengan mempertimbangkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman yang ada.
3. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*), yaitu strategi dimana perusahaan berusaha mengatasi kelemahannya dengan memanfaatkan peluang yang ada.
4. Strategi W-T (*Weakness-Threats*), yaitu strategi dimana perusahaan melakukan pertahanan dengan tujuan utama untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Analisis strategi dengan menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada **Tabel 3** berikut ini.

**Tabel 3. Analisis Strategi dengan Menggunakan Matriks SWOT**

<i>Strength</i>		<i>Weakness</i>
1. Kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik peternakan yang sudah berpengalaman bertahun – tahun		1. Konsep bisnis yang digunakan sudah pernah ada dan/atau mudah untuk dilakukan juga oleh orang/pihak lain
2. Lokasi peternakan yang cukup mudah dijangkau		2. Belum ada standar SOP dan standar kualitas produk
3. Informasi seputar usaha peternakan yang cukup mudah didapatkan		3. Rendahnya kualitas SDM dan teknologi yang digunakan masih sederhana
4. Hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok kebutuhan peternakan maupun pembeli produk peternakan		4. Keterbatasan dana untuk ekspansi usaha
<i>Opportunity</i>	<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>
1. Peraturan pemerintah mendukung perkembangan usaha peternakan	1. Merencanakan pemasaran dengan sebaik mungkin, pembagian jatah telur yang baik kepada masing – masing pembeli	1. Modal bisnis dapat diusahakan dengan kerjasama ataupun mencari investor yang terpercaya
2. Tingkat pendapatan masyarakat dan gaya hidup yang terus meningkat	2. Merencanakan layout kandang ayam sesuai dengan peraturan yang ada tapi tetap dengan memaksimalkan efisiensi untuk mendapatkan hasil produksi yang maksimal	2. Merencanakan standar operasional prosedur yang mengutamakan efektivitas dan efisiensi kerja
3. Permintaan akan telur ayam yang tidak pernah habis dan selalu meningkat	3. Survei produsen pemasok kebutuhan peternakan untuk mendapatkan yang terbaik	3. Menetapkan standar kualitas untuk produk telur
4. Tidak ada produk pengganti telur ayam yang berpengaruh secara signifikan	4. Memanfaatkan teknologi yang ada sebaik mungkin untuk menunjang proses operasional dalam meningkatkan produktivitas	4. Meninjau ulang konsep bisnis yang sudah ada sebaiknya untuk dapat ditingkatkan dan disesuaikan dengan keadaan perusahaan
5. Jumlah pemasok kebutuhan usaha peternakan cukup banyak		
6. Perkembangan teknologi yang makin mendukung usaha peternakan		
<i>Threat</i>	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
1. Jumlah peternak yang ada di Boyolali sudah cukup banyak	1. Membina hubungan yang baik dengan calon pembeli maupun pembeli yang sudah ada	1. Menjalankan prosedur operasional secara efektif dan efisien
2. Nilai tukar mata uang Rupiah yang tidak stabil terhadap mata uang asing (dollar)	2. Menentukan strategi penjualan telur dengan tepat, apakah akan dijual langsung tiap hari atau ditahan terlebih dahulu	2. Meningkatkan rasa kepemilikan dan kekeluargaan pada tenaga kerja supaya kinerja meningkat
3. Harga jual telur yang tidak stabil, kadang tinggi kadang rendah	3. Menawarkan sistem kerja dan gaji yang menarik untuk para calon tenaga kerja, termasuk pemberian bonus kinerja	3. Memberikan pelatihan dan pembimbingan untuk tenaga kerja supaya lebih terampil
4. Peminat usaha peternakan cukup banyak sehingga memungkinkan banyaknya pemain baru		
5. Kebutuhan tenaga kerja usaha peternakan di Boyolali bersaing dengan pabrik tekstil dan garmen		

Dari matriks tersebut diperoleh beberapa strategi penting yang dapat digunakan dalam usaha peternakan ayam petelur di Boyolali yaitu merencanakan standar operasional prosedur yang mengutamakan efektivitas dan efisiensi kerja, menetapkan standar kualitas untuk produk telur, merencanakan layout kandang ayam yang sesuai dengan peraturan tetapi tetap mempertimbangkan untuk memaksimalkan efisiensi untuk mendapatkan hasil produksi maksimal, membina hubungan yang baik dengan calon pembeli maupun pembeli yang sudah ada, membina hubungan yang baik dengan calon pemasok maupun pemasok kebutuhan peternakan yang sudah ada, serta memberikan pelatihan dan pembimbingan untuk tenaga kerja supaya lebih terampil dan menumbuhkan rasa memiliki pada diri karyawan. Strategi-strategi tersebut memiliki tujuan untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh usaha peternakan sehingga akan mampu meningkatkan kuantitas dan kualitas produk serta daya jual produk tersebut, dengan demikian meskipun terdapat keterbatasan dana pengembangan, operasional peternakan masih dapat berkembang dan menjadi lebih baik.

## **KESIMPULAN**

Analisis faktor-faktor lingkungan eksternal menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha peternakan ayam ras petelur adalah permintaan akan telur ayam ras yang selalu meningkat dan tidak adanya produk pengganti yang berpengaruh secara signifikan, sedangkan ancaman terbesarnya adalah harga jual telur yang tidak stabil. Analisis faktor-faktor lingkungan internal menunjukkan kekuatan utama usaha peternakan ayam ras petelur adalah kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman pemilik peternakan yang dapat diwariskan turun-temurun sehingga mampu memprediksikan jauh ke depan dan mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan. Sedangkan kelemahan utama dalam usaha ini adalah belum adanya standar prosedur dan kualitas produk dalam operasional peternakan serta keterbatasan dana untuk pengembangan usahanya. Dengan demikian dapat dilihat bahwa usaha peternakan ayam ras petelur ini memberikan peluang berkembang yang sangat baik apabila kelemahan dan ancaman dapat diatasi memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dengan baik.

Beberapa alternatif strategi yang menjadi dapat masukan untuk pengembangan usaha peternakan ini adalah perencanaan standar operasional prosedur dan desain layout kandang yang mengutamakan efektivitas dan efisiensi kerja, penetapan standar kualitas produk telur untuk meningkatkan daya jual, pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan ketrampilan kerja, dan pembinaan hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan kebutuhan peternakan (pemasok/pembeli). Apabila strategi-strategi tersebut dapat diterapkan dengan baik maka usaha peternakan ayam ras petelur di Boyolali ini dapat berkembang lebih baik lagi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arslan Ayub, Adeel Razzaq, Muhammad Salman Aslam, dan Hanan Iftekhar. (2013). *A Conceptual Framework on Evaluating SWOT Analysis as the Mediator in Strategic Marketing Planning through Marketing Intelligence*. European Journal of Business and Social Science Volume 2 Nomor 1.
- Dian Krisno, Richo. (2013). Kelayakan Usaha Budidaya Ayam Petelur (Analisis Biaya Manfaat dan BEP pada Keanu Farm, Kendal). Semarang.
- Ferrel, O.C dan Michael D. Hartline. (2014). *Marketing Strategy : Text and Cases* 6<sup>th</sup> edition. USA : South-Western.
- <http://jateng.bps.go.id>
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* edisi 18. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Suparno dan Desi Maharani. (2017). *Analisa Kelayakan Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep*.
- Wang, Kuang-cheng. (2007). *A Process View of SWOT Analysis*. Taipei : Tatung University.
- Yamesa, Nia. (2010). *Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur pada Perusahaan AAPS Kecamatan Guguk Kabupaten 50 Kota Sumatera Barat*. Bogor : Institut Pertanian Bogor.