

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TERNAK AYAM PEDAGING  
(STUDI KASUS PADA USAHA PATRIOT DI DESA MASARI  
KECAMATAN PARIGI SELATAN KABUPATEN PARIGI  
MOUTONG PROVINSI SULAWESI TENGAH)**

**Development Strategy of Chicken Business Enterprises  
(Case study on *Patriot* business in Masari Village, South Parigi Sub-District, Parigi  
Moutong District Central Sulawesi Province)**

**Moh.Tauhid<sup>1)</sup>, Hadayani<sup>2)</sup>,Dance Tangkesalu<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu  
Email : tauhidp12@gmail.com

<sup>1)</sup> Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu  
Email : yaniansar@ymail.com, Email : dancetangkesalu@yahoo.com

**ABSTRACT**

Broiler business in *Patriot* business still applies traditional farming system with such weaknesses as relatively simple production equipment, relatively high mortality rate and limited human resources. Data collected was analyzed using SWOT Analysis. The IFAS value was 3.22, with the strength value was 2.27 and the weakness value was 0.95. This shows that the strength factor in the "Patriot" business is greater than the weakness factor. The EFAS value was 3.54, with the opportunity value was 1.60, and the threat value was 1.94. Based on the internal and external factors, the total score of the strength and the weakness factors positioned at X axis was equal to 1.32, while that of the opportunity and the threat positioned at Y axis was equal to 0.34. The appropriate development strategy for Patriot business is ST strategy. Therefore, the best strategy for the Patriot business development is Strength-Threat strategy, the strategy of using strength to overcome the threats.

**Keywords:** Chicken broiler, development strategy, and SWOT Analysis.

**ABSTRAK**

Usaha ayam pedaging pada usaha Patriot masih menerapkan sistem peternakan tradisional sehingga penggunaan peralatan produksi masih tergolong sederhana, angka kematian yang masih relatif tinggi dan masih terbatasnya sumber daya manusia (SDM) peternakan yang merupakan kelemahan pada usaha Patriot. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT. Nilai IFAS adalah 3,22, dengan kekuatan (Strenghts) sebesar 2,27 dan Kelemahan 0,95. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan pada usaha "Patriot" lebih besar dari pada faktor kelemahan, sedangkan nilai EFAS adalah 3,54, dengan Peluang adalah 1,60, dan Ancaman adalah 1,94. Berdasarkan hasil internal Faktor dan faktor eksternal, hasil pengurangan total skor faktor kekuatan dan nilai total faktor kelemahan sebagai sumbu X sebesar 1,32, sedangkan hasil total skor total peluang dan jumlah skor ancaman pertumbuhan Y adalah Sebesar 0,34. Strategi pengembangan yang tepat untuk usaha Patriot adalah strategi ST. Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman.

**Kata Kunci :** Analisis SWOT, Ayam Pedaging, Strategi Pengembangan.

## PENDAHULUAN

Negara - negara yang sedang berkembang terutama di Indonesia, penyediaan bahan makanan yang mempunyai nilai gizi tinggi perlu mendapatkan perhatian yang serius, karena pertambahan jumlah penduduk yang terus meningkat, tingginya tingkat kesadaran masyarakat akan pemenuhan gizi. Dalam upaya pemenuhan protein hewani dan peningkatan pendapatan peternak, maka pemerintah dan peternak telah berupaya mendayagunakan sebagian besar sumber komoditi ternak yang dikembangkan, diantaranya adalah ayam pedaging (*broiler*). Sebagaimana diketahui ayam *broiler* merupakan ternak penghasil daging yang relatif lebih cepat dibandingkan dengan ternak potong lainnya. Hal inilah yang mendorong sehingga banyak peternak yang mengusahakan peternakan ayam *broiler*. Perkembangan tersebut didukung oleh semakin kuatnya industri hilir seperti perusahaan pembibitan (*Breeding Farm*), perusahaan pakan ternak (*Feed Mill*), perusahaan obat hewan dan peralatan peternakan (Saragih, 2000)

Pembangunan peternakan merupakan bagian dari pembangunan keseluruhan yang bertujuan untuk menyediakan pangan hewani berupa daging, susu, serta telur yang bernilai gizi tinggi, meningkatkan pendapatan petani peternak, serta menambah devisa dan memperluas kesempatan kerja. Hal inilah yang mendorong pembangunan sektor peternakan sehingga pada masa yang akan datang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata dalam pembangunan perekonomian bangsa.

Perunggasan termasuk salah satu subsektor peternakan yang penting dalam pembangunan pertanian, hal ini disebabkan karena kebutuhan konsumsi masyarakat Indonesia untuk memenuhi protein hewani sebagian besar didapat dari unggas. Secara tidak langsung, perunggasan membantu pembangunan kualitas bangsa karena dengan konsumsi protein yang baik dapat mempengaruhi tingkat kesehatan dan kecerdasan seseorang. Industri perunggasan

memberikan efek ganda yang sangat besar dalam sektor pertanian. Hampir seluruh bahan baku pakan terdiri dari hasil pertanian seperti jagung, dedak, bungkil kelapa sawit/kopra, tepung gaplek merupakan sumber makanan bagi perunggasan. Di Indonesia ayam broiler termasuk komoditas ternak yang relatif baru jika dibandingkan dengan usaha ternak sapi, ternak kambing atau ternak itik. Ayam broiler adalah sejenis ayam yang dibudidayakan khusus untuk komersial (Ekapriyatna, 2016)

Industri perunggasan di Indonesia hingga saat ini berkembang sesuai dengan kemajuan perunggasan global yang mengarah kepada sarana mencapai tingkat efisiensi usaha yang optimal, namun upaya pembangunan industri perunggasan tersebut masih menghadapi tantangan global yang mencakup kesiapan daya saing produk, utamanya bila dikaitkan dengan lemahnya kinerja penyediaan bahan baku pakan yang merupakan 60-70% dari biaya produksi karena sebagian besar masih sangat tergantung dari impor (Departemen Pertanian, 2008).

Visi dan Misi Pemerintah Daerah Sulawesi Tengah Tahun 2011 – 2016 adalah Sulawesi Tengah sejajar dengan provinsi maju di kawasan timur Indonesia dalam pengembangan agribisnis dan kelautan melalui peningkatan kualitas sumberdaya manusia yang berdaya saing (Rauf dan Adam, 2014).

Upaya meningkatkan peluang usaha peternakan ayam ras pedaging memerlukan dukungan kebijakan daerah dan nasional yang komprehensif serta dapat mendorong peningkatan produktivitas, kualitas produk dan daya saing pasar (Yunus, 2009). Saat ini bila kita amati hampir sebagian besar pelaku usaha tidak memiliki informasi yang jelas untuk menunjang usahanya agar semakin maju dan berkembang. Informasi yang di butuhkan bukan hanya dari *external* perusahaan saja seperti adanya peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan, akan tetapi juga diperlukan informasi yang berasal dari *internal* perusahaan itu sendiri seperti kekuatan yang dimiliki serta kelemahan yang dapat merugikan perusahaan.

Semua informasi tersebut menjadi salah satu unsur yang sangat penting bagi perusahaan dalam melakukan analisis untuk pengembangan usahanya tersebut.

Berikut adalah data yang diperoleh dari Peternak ayam pedaging usaha Patriot di Desa Masari adalah jumlah ternak ayam pedaging dan jumlah kematian ayam pedaging Terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan jumlah ayam ternak pedaging, tingkat kematian dalam pemeliharaan serta jumlah ternak yang di panen. Pada bulan september jumlah ternak yang dipelihara oleh usaha Patriot berjumlah 4.000 ekor dan mengalami kematian 340 ekor atau 8,5%, pada bulan November jumlah ternak 4000 ekor dan mengalami kematian 240 ekor atau 6%, sedangkan pada bulan Mei jumlah ternak yang dipelihara sebanyak 4.000 ekor dan mengalami kematian tertinggi sebanyak 347 ekor atau 8,7%. Menurut pemilik usaha peternak Patriot kematian ternak tersebut diakibatkan oleh pengaruh cuaca sehingga ternak mengalami kematian secara tiba-tiba.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa tingkat kematian menjadi masalah utama dalam peternakan ayam pedaging usaha Patriot sehingga dapat menjadi faktor kelemahan dan ancaman dalam mengembangkan usahanya, Oleh karena itu, dengan didasari pada permasalahan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi Pengembangan usaha ternak ayam pedaging (studi kasus pada usaha Patriot di Desa Masari Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha ternak ayam pedaging “Patriot” di Desa Masari?
2. Bagaimanakah Strategi Pengembangan usaha yang tepat untuk diaplikasikan pada usaha peternakan “Patriot” di Desa Masari?

Adapun tujuan penelitian pada usaha peternakan Patriot adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usahaternak ayam pedaging pada usaha “Patriot” di Desa Masari.
2. Mengetahui Strategi pengembangan yang tepat untuk di aplikasikan pada usaha peternakan “Patriot” di desa masari.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada peternakan ayam pedaging Patriot yang berada di Desa Masari, Kecamatan Parigi Selatan, Kabupaten Parigi Moutong, Provinsi Sulawesi Tengah. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan, yakni bulan Juni sampai dengan Agustus 2017.

Penentuan responden dilakukan secara sengaja (*Purposive*). Responden yang diambil dalam penelitian terdiri dari 6 orang yang dipilih dari pihak-pihak internal dan eksternal. Responden pihak internal terdiri dari 1 orang pimpinan, 2 orang karyawan, sedangkan responden pihak eksternal terdiri dari 2 orang konsumen dan 1 orang dari dinas peternakan, hal ini didasarkan dengan pertimbangan bahwa responden tersebut sangat berkompeten dalam memberikan informasi sehubungan dengan penelitian yang dilaksanakan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan peternak menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah disiapkan, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur atau instansi-instansi yang terkait dengan topik penelitian.

**Analisis Data.** analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk membuat suatu strategi dalam pengembangan. Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha Patriot Desa Masari Kecamatan Parigi Selatan. Sisi internal akan dilihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Perusahaan, sedangkan dari sisi eksternal akan dilihat peluang dan ancaman (Rangkuti, 2016).

Tabel 1. Data Jumlah Ternak Ayam pedaging dan tingkat kematian pada Usaha Patriot di Desa Masari pada Bulan September 2016 sampai Mei 2017.

Tanggal /Bulan	Jumlah Ternak(Ekor)	Mati(Ekor)	Rata-rata (%)
10 September	4.000	340	8,5
12 November	4.000	240	6
28 Januari	4.000	213	5,32
18 Maret	4.000	260	6,5
28 Mei	4.000	347	8,7

Sumber : Usaha Ternak Patriot, 2017.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu organisasi (faktor internal), sedangkan mengenai peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan (faktor eksternal) yang dihadapi oleh organisasi suatu perusahaan. Penjelasan mengenai analisis SWOT adalah sebagai berikut:

a. *Kekuatan (Strength)*

Kekuatan yang dimaksud adalah perusahaan ini memiliki potensi sumberdaya, kondisi perusahaan dalam melaksanakan segala aktivitas serta produk yang dihasilkan dapat dijadikan modal dalam rangka pengembangan usaha dan mampu bertindak bebas tanpa membahayakan posisi jangka panjang pasar walupun pesaing berbuat apa saja yang mereka kehendaki atau bertindak aktif.

b. *Kelemahan (Weaknesses)*

Posisi ini ditandai dengan hasil dan kinerja yang kurang memuaskan atau hambatan-hambatan yang dihadapi oleh perusahaan dalam rangka pengembangan usahanya tetapi ada peluang untuk memperbaiki posisi, mempunyai peluang memperbaiki posisi asal dapat mengamati kekuatan untuk menghadapi kelemahan sekarang.

c. *Peluang (Opportunities)*

Faktor peluang dalam suatu perusahaan bisa menjadi ancaman bagi perusahaan lain, dimana peluang pada suatu saat tentu akan tampil sebagai peluang pada kesempatan lain. Peluang menunjukkan prospek atau harapan dalam pengembangan usaha dimasa yang akan datang yang

berasal dari kondisi eksternal perusahaan yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pangsa pasar.

d. *Ancaman (Threats)*

Ancaman dapat diartikan sebagai tantangan yang timbul yang dapat menghambat jalan usaha. Ancaman pada suatu saat tidak selamanya merupakan ancaman dikemudian hari.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Perusahaan/UKM.

Usaha ayam “Patriot” adalah salah satu usaha ayam pedaging yang menyuplai kebutuhan daging ayam di wilayah Parigi Moutong, Palu dan sekitarnya yang didirikan oleh Bapak I Wayan Oktavianus pada Tahun 2013 berlokasi di Jln. Masari Atas, Desa Masari Kecamatan Parigi Selatan. Sebelum membuka usaha ternak ayam pedaging Pak Wayan Oktavianus memulai karirnya bekerja sebagai pegawai koperasi di Parigi selama 8 Tahun, kemudian beliau megalami gangguan kesehatan dan berhenti dari pekerjaannya sebagai pegawai koprasi pada Tahun 2012, pada tahun 2013 kesehatan beliau kembali pulih dan mulai berinisiatif untuk mendirikan usaha ternak ayam pedaging dengan modal awal untuk mendirikan usaha ayam pedaging sebesar Rp 180.000.000,- bersumber dari dana pribadi. Biaya tersebut digunakan untuk membeli DOC, Pakan, pembuatan kandang, serta peralatan-peralatan yang digunakan untuk pemeliharaan ayam pedaging. Pada awal berdirinya jumlah ayam yang dikembangkan oleh Pak Wayan Oktavianus adalah sebesar 3.000 ekor/periode, namun

dengan berjalannya waktu dengan sistem manajemen yang semakin baik, pemilik usaha peternak “Patriot” menaikkan kapasitas produksi menjadi 4.000 ekor/periode.

**Struktur Organisasi.** Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, baik organisasi tersebut berskala kecil maupun besar tetap memerlukan struktur organisasi yang jelas untuk mencapai sasaran organisasi yang ditetapkan. Pihak-pihak yang terlibat dalamkepengurusan usaha Patriot diantaranya, Pimpinan, Bendahara, dan tenaga kerja (karyawan).

**Karakteristik Responden.** Responden dalam penelitian ini merupakan responden yang berkaitan dengan usaha ternak ayam pedaging “Patriot”, berdasarkan data yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara langsung dengan responden

maka karakteristik responden meliputi umur responden, dan tingkat pendidikan. Umur responden paling rendah 29 tahun, paling tinggi 55 tahun sehingga responden masih dalam golongan tenaga kerja produktif. Tingkat pendidikan paling rendah SMP dan paling tinggi Strata-1 (S1) sehingga semakin tinggi tingkat pendidikan diharapkan pola pikir makin rasional dan lebih responsif menerima inovasi dan teknologi baru untuk peningkatan usahanya.

**Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.** Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden maka diperoleh beberapa indikator internal dan eksternal yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi Strategi Pengembangan Usaha Patriot. Hasil identifikasi faktor Internal dan Eksternal terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal pada usaha Patriot.

Faktor Internal
<p>Kekuatan (Strenghts)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Ketersediaan bibit DOC</li> <li>b. Memiliki Modal Sendiri</li> <li>c. Tersedianya Kandang</li> </ol>
<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Cara beternak yang masih bersifat tradisional</li> <li>b. Angka kematian ternak yang masih relatif tinggi</li> <li>c. Terbatasnya sumber daya manusia (SDM) peternakan</li> </ol>
Faktor Eksternal
<p>Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Lokasi usaha yang strategis</li> <li>b. Tersedianya pakan ternak lokal</li> <li>c. Perkembangan usaha rumah makan</li> </ol>
<p>Ancaman (Threaths)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Munculnya pesaing baru</li> <li>b. Serangan penyakit tiba-tiba</li> <li>c. Perbedaan penetapan harga dengan usaha ayam pedaging lainnya</li> </ol>

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2017

Tabel 3. Hasil skoring Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha “Patriot”

No	Kriteria Faktor Internal	Koordinat	Ket
1	Kekuatan	1.32	Sumbu X
2	Kelemahan		
	Faktor Internal		Ket
3	Peluang	-0.34	Sumbu Y
4	Ancaman		

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2017

Lingkungan Internal : kekuatan lebih besar dari kelemahan 1.32

Lingkungan Eksternal : Ancaman lebih besar dari Peluang -0,34

Tabel 4. Diagram Matriks SWOT Strategi Pengembangan Usaha ternak ayam pedaging pada usaha “Patriot”

	Strenghts (S)	Weaknesses (W)
IFAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ketersediaan bibit DOC</li> <li>b. Memiliki Modal Sendiri</li> <li>c. Tersedianya Kandang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Cara beternak yang masih bersifat tradisional</li> <li>b. Angka kematian ternak yang masih relatif tinggi</li> <li>c. Terbatasnya sumber daya manusia (SDM) peternakan</li> </ul>
EFAS		
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Lokasi usaha yang strategis</li> <li>b. Tersedianya pakan ternak lokal</li> <li>c. Perkembangan usaha rumah makan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk memperluas kandang guna meningkatkan produksi.</li> <li>b. Memanfaatkan ketersediaan pakan ternak lokal dalam proses produksi guna meaksimalkan penggunaan modal.</li> <li>c. Meningkatkan kualitas produk guna menarik perhatian usaha rumah makan sebagai salah satu pasar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. memanfaatkan usaha rumah makan sebagai konsumen strategis dengan keterbatasan SDM pada perusahaan sehingga pada proses distribusi pemasaran tidak memakai banyak karyawan.</li> </ul>
Treaths (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Munculnya pesaing baru</li> <li>b. Serangan penyakit tiba-tiba</li> <li>c. Perbedaan penetapan harga dengan usaha ayam pedaging lainnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Meningkatkan kualitas bibit DOC agar memiliki kualitas produk yang menjadi ciri khas guna untuk mengantisipasi munculnya pesaing baru.</li> <li>b. Memaksimalkan perawatan pada kandang dan memberikan vitamin pada ayam untuk meminimalkan serangan penyakit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mempertahankan kualitas produk dengan peternakan tradisional untuk menekan tingkat persaingan.</li> <li>b. Menekan angka kematian dengan mencegah serangan penyakit yang menyerang ternak</li> </ul>

Sumber: Data primer setelah diolah, 2017.

Hasil kualitatif antara faktor internal dan faktor eksternal yang berada pada usaha ternak ayam pedaging pada Usaha “Patriot” akan diformulasikan pada diagram SWOT agar dapat diketahui letak kuadran usaha “Patriot”. Titik tersebut dapat dijadikan acuan dalam menentukan perumusan strategi dilihat dari sisi letak kuadrannya. Berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal dan faktor eksternal, diperoleh hasil pengurangan dari total skor faktor kekuatan dan total skor faktor kelemahan sebagai sumbu X yaitu sebesar 1,32, sedangkan hasil pengurangan total skor peluang dan total skor ancaman sebagai sumbu Y yaitu sebesar -0,34, dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan hasil perhitungan dari faktor internal dan faktor eksternal pada usaha ayam pedaging pada usaha “Patriot”, maka dapat digunakan pendekatan matriks SWOT untuk mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan agar usaha tersebut dapat berkembang. Dari hasil kuadran diagram SWOT, maka penetapan strategi yang dapat digunakan pada usaha “Patriot” yaitu strategi ST. Strategi ST merupakan strategi yang dapat digunakan usaha “Patriot” karena menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman. Strategi pengembangan usaha ayam pedaging pada usaha “Patriot” dapat dilihat pada Tabel 4

Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa, kondisi yang tepat untuk digunakan dalam rangka pengembangan usaha ternak ayam pedaging pada usaha “Patriot” terletak pada strategi S-T, dimana nilai dari kekuatan (*strengths*) dan ancaman (*Treaths*) lebih besar dibanding nilai kelemahan (*Weakness*) dan nilai peluang (*Opportunities*). Berikut ini adalah beberapa alternatif strategi yang dapat dijadikan sebagai suatu program pengembangan usaha, diantaranya:

1. Meningkatkan kualitas bibit DOC (*Day Old Chicken*) agar memiliki kualitas produk yang menjadi ciri khas perusahaan agar bisa bersaing dengan usaha-usaha ayam pedaging lainnya yang berada di luar daerah Masari.

2. Memaksimalkan pemeliharaan dan perawatan pada kandang dan lingkungan sekitarnya sertamelakukan vaksinasi dan memberikan vitamin secara rutin pada ayam pedaging untuk mengantisipasi serangan penyakit.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Faktor-faktor internal usaha ayam pedaging pada usaha “Patriot” yaitu Faktor Kekuatan: a) ketersediaan bibit DOC, b) memiliki Modal Sendiri, c) tersedianya kandang. Faktor Kelemahan yaitu: a) cara beternak yang masih bersifat tradisional, b) angka kematian yang masih relatif tinggi, c) terbatasnya sumber daya manusia (SDM) peternak, dan faktor-faktor eksternal yaitu faktor Peluang : a) lokasi usaha yang strategis, b) tersedianya pakan ternak lokal, c) perkembangan usaha rumah makan. Faktor Ancaman : a) munculnya pesaing baru, b) serangan penyakit tiba-tiba, c) perbedaan penetapan harga dengan usaha ayam peternak lainnya.

Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa, kondisi yang tepat untuk digunakan dalam rangka pengembangan usaha ternak ayam pedaging pada usaha “Patriot” terletak pada strategi S-T, dimana nilai dari kekuatan (*strengths*) dan ancaman (*Treaths*) lebih besar dibanding nilai kelemahan (*Weakness*) dan nilai peluang (*Opportunities*). Meningkatkan kualitas bibit DOC (*Day Old Chicken*) agar memiliki kualitas produk yang menjadi ciri khas perusahaan agar bisa bersaing dengan usaha-usaha ayam pedaging lainnya yang berada di luar daerah Masari, memaksimalkan pemeliharaan dan perawatan pada kandang dan lingkungan sekitarnya serta melakukan vaksinasi dan memberikan vitamin secara rutin pada ayam pedaging untuk mengantisipasi serangan penyakit.

### Saran

Setelah dilakukan penelitian maka dapat dikemukakan beberapa saran pada

usaha ternak ayam pedaging pada usaha “Patriot” yaitu, harus mempertahankan kualitas produk yang di hasilkan, memperluas saluran pemasaran ke kota-kota besar yang berdekatan dengan parigi moutong seperti kota palu dan kota poso, meningkatkan sumber daya manusia (SDM) yang berpengalaman dibidang peternakan, memanfaatkan teknologi dalam pemasaran dan melakukan pemberian vitamin secara rutin agar dapat menekan tingkat kematian pada ayam pedaging.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pertanian, 2008. *Restrukturisasi Perunggasan*. Direktorat Jendral Peternakan Dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Jakarta.
- Saragih B. 2000. *Agrbisnis Berbasis Peternakan*. Pustaka Wirausaha Muda, Bogor.
- Rangkuti, F. 2016. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Lapani, B.Kartini. 2014. Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur UD. Putra Tamago di Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis*. Volume 21 (1) : 96-100.
- Rauf, Abd, R., Adam, Rosmita P. 2014. Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Pedaging Di Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Agroland*. Volume 21 (1) : 22-28
- Ekapriyatna, B.I Dewa Gede. 2016. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging (Broiler) Ananta Guna Di desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*. Volume :7 (2) : 21-34
- Yunus R, 2009. “Analisis Efisiensi Produksi Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging Pola Kemitraan dan Mandiri Di Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah”. Tesis Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang (tidak dipublikasikan)