

# Strategi pengembangan usaha peternakan Ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) di Kabupaten Tulungagung

***Business development strategy of Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) Chicken farm in Tulungagung District***

**Dian Islamiatus Sholihah<sup>1</sup> dan Siti Azizah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, 65145

<sup>2</sup>Departemen Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, 65145

\*Email Koresponden: [dianislamiatussholihah@gmail.com](mailto:dianislamiatussholihah@gmail.com)

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha, serta merumuskan strategi prioritas pengembangan peternakan ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) di Kabupaten Tulungagung. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah matriks Internal-Eksternal (IE), analisis SWOT, dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Hasil analisis IE menunjukkan bahwa usaha berada pada sel II, yakni kondisi tumbuh dan berkembang yang mendukung strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Analisis SWOT menghasilkan 13 strategi alternatif, dan QSPM menetapkan pelatihan serta penyuluhan mengenai pemeliharaan dan manajemen keuangan sebagai strategi prioritas. Temuan ini memberikan kontribusi praktis dalam peningkatan kapasitas peternak dan keberlanjutan usaha, sekaligus kontribusi akademik berupa penerapan IE, SWOT, dan QSPM pada komoditas peternakan rakyat ayam KUB yang sebelumnya jarang dieksplorasi.

**Kata kunci:** Ayam KUB, Strategi Pengembangan, SWOT, QSPM

**Abstract.** This study aims to analyze internal and external factors that influence the business, as well as formulate priority strategies for the development of the Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) Chicken Farm in Tulungagung Regency. The study uses a quantitative descriptive approach with data collection techniques through interviews, observation, documentation, and questionnaires. The analytical tools used are the Internal-External (IE) matrix, SWOT analysis, and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The IE analysis results indicate that the business is in cell II, which represents a growing and developing condition that supports market penetration and product development strategies. The SWOT analysis yielded 13 alternative strategies, and the QSPM identified training and counseling on maintenance and financial management as priority strategies. These findings contribute practically to improving farmer capacity and business sustainability, as well as academically through the application of IE, SWOT, and QSPM to the KUB chicken farming commodity, which has rarely been explored previously.

**Keywords:** KUB Chicken, Development Strategy, SWOT, QSPM

## PENDAHULUAN

Subsektor peternakan merupakan komponen strategis dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Selain menyediakan pangan hewani, peternakan juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan pembangunan pedesaan. Pada tahun 2024, subsektor peternakan unggas mencatat nilai Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) tertinggi, yakni sebesar 2,5 triliun rupiah (71,10 persen) (Kementerian Pertanian, 2024).

Komoditas unggas, khususnya ayam kampung menjadi salah satu usaha yang menjanjikan saat ini sebab permintaan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2022 populasi ayam buras di Indonesia sebanyak 314,1 juta ekor, hal tersebut naik 2,52% dibandingkan pada tahun 2021 yang sebanyak 306,39 juta ekor (Badan Pusat Statistik, 2022).

Ayam kampung menjadi sumber protein hewani yang digemari masyarakat karena dianggap lebih sehat. Menurut Amelia, Purnomo, & Sudiyono (2018) kandungan lemak pada daging ayam kampung lebih rendah, daging ayam kampung memiliki tekstur dan cita rasa gurih yang khas. Telur ayam kampung juga mengandung protein, lemak, vitamin, dan mineral dengan daya cerna tinggi. Masyarakat percaya telur ayam kampung memiliki khasiat bagi kesehatan tubuh sehingga sering dikonsumsi mentah bersama madu dibandingkan telur ayam ras (Ariyana et al., 2021). Hal tersebut menjadikan permintaan ayam kampung relative stabil dan berpotensi untuk terus meningkat. Kondisi ini menunjukkan pentingnya pengembangan usaha ayam KUB untuk memenuhi kebutuhan pasar sekaligus meningkatkan pendapatan peternak.

Tingginya minat terhadap ayam kampung tercermin dari angka konsumsi yang masih cukup tinggi. Menurut Hadi et al. (2021) konsumsi daging ayam kampung di Indonesia masih cukup tinggi dengan rata-rata 5,8 g/kapita/hari dan mencapai 15,4 g/kapita/minggu pada tahun 2024 (Badan Pusat Statistik, 2024). Fakta ini menunjukkan bahwa ayam lokal tetap memiliki tempat dalam preferensi konsumsi masyarakat. Namun, produktivitas ayam kampung yang dipelihara secara tradisional masih tergolong rendah. Produksi telur hanya berkisar antara 35–45 butir per tahun dengan berat telur kurang dari 40 gram, yang disebabkan oleh lamanya waktu menggeram, keterbatasan pakan, serta masa istirahat bertelur akibat perilaku asuh anak (Papilaya, Rajab, & Sarfan, 2023). Kondisi ini menunjukkan perlunya inovasi untuk meningkatkan efisiensi produksi ayam kampung, salah satunya melalui pemuliaan genetik.

Berdasarkan kondisi tersebut Balai Penelitian Ternak Badan Litbang Pertanian Kementerian Pertanian RI mengembangkan varietas ayam kampung baru yang dinamakan ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB). Ayam KUB merupakan ayam dwiguna dengan keunggulan genetik, seperti produktivitas tinggi (rataan 50% jika dibandingkan dengan ayam kampung biasa yaitu 20-30% per populasi), sifat menggeram rendah (sekitar 10%), lebih tahan terhadap penyakit serta rasa daging ayam KUB gurih seperti ayam kampung (Rivai, Fathan, & Rokhayati, 2023). Ayam KUB dapat menjadi alternatif potensial untuk pemenuhan protein hewani dan meningkatkan efisiensi skala usaha peternakan rakyat.

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ayam KUB karena didukung oleh ketersediaan lahan, sumber pakan, dan masyarakat yang berlatar belakang agraris. Selain itu, di Kabupaten Tulungagung ditemukan pengembangan ayam KUB secara mandiri oleh peternak dengan pola pemeliharaan intensif. Namun, dalam pelaksanaannya usaha peternakan ayam KUB di Tulungagung masih menghadapi berbagai tantangan.

Berdasarkan hasil wawancara permasalahan utama dalam pengembangan ayam KUB di Kabupaten Tulungagung meliputi keterbatasan bibit unggul, manajemen pemeliharaan yang belum optimal, fluktuasi harga pakan, pemasaran yang belum stabil, serta ketiadaan kelembagaan peternak. Biaya pakan yang mencapai 60-70% dari total biaya produksi seringkali menjadi kendala terbesar dalam keberlanjutan usaha. Hal ini sejalan dengan Wiranata dkk. (2017) yang menyatakan bahwa biaya pakan sangat memengaruhi tingkat keuntungan karena persentase terbesar dalam suatu usaha peternakan adalah biaya pakan. Pada peternakan ayam kampung super di Kabupaten Jember, biaya pakan mencapai 64,61% dari total biaya produksi, yang menunjukkan tingginya biaya pada sektor ini. Ketidakstabilan pemasaran dan ketiadaan kelembagaan semakin memperparah karena peternak belum mampu mengakses pasar secara berkelanjutan dan memperoleh posisi tawar

yang kuat. Hal ini memerlukan strategi pengembangan tidak hanya menekan biaya produksi tetapi juga memperkuat manajemen pemeliharaan, sistem pemasaran dan membangun kelembagaan guna meningkatkan keberlanjutan usaha ayam KUB.

Upaya yang telah dilakukan oleh peternak untuk mengembangkan usaha peternakan ayam KUB antara lain dengan pengembangan usaha secara mandiri dengan sistem intensif serta pemanfaatan media sosial sebagai perantara pembelajaran dan distribusi penjualan. Namun, pengambilan keputusan dalam pengelolaan usaha masih bersifat konvensional dan belum menggunakan pendekatan strategis yang berbasis pada analisis data secara sistematis. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis Internal-Eksternal (IE), SWOT, dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) guna merumuskan strategi pengembangan yang tepat dan terukur.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan analisis strategi berbasis IE, SWOT, dan QSPM dalam konteks peternakan rakyat. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih berfokus pada aspek teknis produksi atau pemeliharaan ayam kampung, penelitian ini memfokuskan pada formulasi strategi pengembangan dengan pendekatan kuantitatif berbasis skoring strategi. Pendekatan ini jarang diaplikasikan secara spesifik khususnya pada pengembangan ayam KUB dengan skala peternakan rakyat di daerah seperti Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha peternakan ayam KUB di Kabupaten Tulungagung serta menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, tambahan ilmu pengetahuan, dan menjadi bahan pertimbangan bagi pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan ayam KUB secara berkelanjutan.

## MATERI DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Lokasi dan waktu penelitian dilakukan di peternakan ayam KUB Kabupaten Tulungagung pada 13 Juni 2024 hingga 3 Februari 2025. Responden dalam penelitian ini yaitu 8 orang peternak ayam KUB yang tersebar di beberapa kecamatan di Kabupaten Tulungagung yang ditentukan dengan metode total sampling, karena seluruh populasi peternak ayam KUB yang memenuhi kriteria penelitian dijadikan responden. Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar berada pada usia produktif, berpendidikan SMP/SMA, memiliki pengalaman beternak lebih dari satu tahun, serta memelihara 30–300 ekor ayam KUB. Data dikumpulkan melalui kuesioner sebagai sumber utama serta diperkuat oleh observasi, wawancara, dan dokumentasi pendukung. Analisis dilakukan menggunakan matriks Internal-Eksternal (IE), analisis SWOT, dan QSPM untuk menentukan prioritas strategi pengembangan. Penentuan bobot dan rating pada matriks IFE dan EFE dilakukan menggunakan skala Likert 1–4 yang diberikan oleh 8 peternak responden. Skor ini kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan SWOT. Penilaian pada QSPM juga dilakukan langsung oleh responden yang sama dengan memberikan *attractiveness score* terhadap alternatif strategi yang dihasilkan.

### Analisis Data

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

Evaluasi faktor internal digunakan untuk mengevaluasi faktor internal yang mempengaruhi suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan, seperti sumber daya manusia, manajemen, pemasaran, keuangan, dan operasional (Santika, Rahayu, & Khomah, 2021). Analisis ini dilakukan dengan memberikan pembobotan dan skor terhadap kekuatan dan kelemahan untuk mengetahui posisi internal perusahaan secara kuantitatif.

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

Evaluasi faktor eksternal digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal yang mempengaruhi suatu perusahaan. Faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman, seperti IPTEK, iklim, kebijakan pemerintah, serta kondisi ekonomi, sosial, dan budaya (Rianzani, Kasymir, & Affandi, 2018). Evaluasi ini membantu dalam mengenali peluang strategis dan menghindari ancaman eksternal.

### 3. Matriks Internal-External (IE)

Matriks IE memetakan posisi suatu perusahaan agar diketahui strategi umum yang dapat diterapkan. Matriks IE (Tabel 1) merupakan gabungan skor total matriks IFE (sumbu X) dan EFE (sumbu Y) untuk memposisikan perusahaan dan menentukan strategi (Putri, Rahayu, & Dirgantari, 2023).

Tabel 1. Matriks IE

IFE	Kuat (3,0-4,0)	Sedang (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,99)
EFE			
(3,0-4,0)	I	II	III
Sedang (2,0-2,99)	IV	V	VI
Rendah (1,0-1,99)	VII	VIII	IX

Sumber: Pelafu, Najoan, & Elly (2018)

Matriks IE terdiri dari 9 sel dan dikelompokkan ke dalam tiga strategi utama (Fatmawati, Masitoh, & Novita, 2018), yaitu:

- **Growth and Build** (Sel I, II, IV): strategi intensif dan integrasi, seperti penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- **Hold and Maintain** (Sel III, V, VII): strategi mempertahankan, seperti penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- **Harvest and Divest** (Sel VI, VIII, IX): strategi panen atau pelepasan usaha.

### 4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengembangkan strategi dengan mempertimbangkan faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dihadapi oleh perusahaan. SWOT mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) untuk menyusun strategi terbaik. Matriks ini bertujuan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Matriks SWOT (Tabel 2) adalah mengombinasikan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman), sehingga menghasilkan empat alternatif strategi (Qanita, 2020):

- **Strategi SO**: memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang.
- **Strategi ST**: menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman.
- **Strategi WO**: memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan.
- **Strategi WT**: strategi defensif untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Tabel 2. Matriks SWOT

<b>IFE</b>	<b>Strengths (S)</b>	<b>Weaknesses (W)</b>
<b>EFE</b>	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunities (O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Mujahid, Isharyani, & Widada (2018)

#### 5. Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrik*)

Analisis QSPM (Tabel 3) merupakan tahap akhir dalam penentuan strategi yang bertujuan memilih strategi terbaik berdasarkan daya tarik relatifnya (Hidayati, 2017). Strategi alternatif diperoleh dari matriks SWOT. Keunggulan QSPM adalah pendekatannya yang objektif karena didasarkan pada faktor internal dan eksternal (Fajariah & Widuri, 2019). Setiap strategi dinilai dengan skor dan bobot untuk menghitung *Total Attractiveness Score* (TAS). Strategi dengan nilai TAS tertinggi dianggap paling layak diterapkan.

Tabel 3. Matriks QSPM

IFE	Bobot	Strategi Alternatif						
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	
<b>Strength</b>								
-								
-								
<b>Weakness</b>								
-								
<b>Total IFE</b>								
<b>EFE</b>								
<b>Opportunities</b>								
-								
<b>Threats</b>								
-								
<b>Total EFE</b>								

---

## TOTAL SKOR

---

Sumber: Ramadona, Andeta, & Ismiyah (2020)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

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

Analisis matriks IFE digunakan untuk menganalisis kondisi internal peternakan ayam KUB di Kabupaten Tulungagung. Faktor-faktor dalam analisis ini meliputi faktor kekuatan dan kelemahan. Tabel 4 menyajikan hasil analisis matriks IFE.

Tabel 4. Analisis matriks IFE

Faktor	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
No. Kekuatan			
1. Produktivitas ayam KUB lebih cepat	0,0924	3,625	0,3348
2. Ketersediaan lahan	0,0828	3,25	0,2691
3. Perawatan ayam KUB lebih mudah	0,0732	2,875	0,2106
4. Ayam KUB lebih tahan penyakit	0,0701	2,75	0,1927
5. Memiliki motivasi yang tinggi	0,0828	3,25	0,2691
6. Kepemilikan mesin tetas	0,0701	2,75	0,1927
7. Kerjasama pengepul	0,0828	3,25	0,2691
Sub Total	0,5541		1,7381
No. Kelemahan			
1. Pemeliharaan ayam KUB masih dalam skala kecil	0,051	2	0,1019
2. Modal Peternak terbatas	0,0637	2,5	0,1592
3. Pengetahuan peternak terbatas	0,0669	2,625	0,1756
4. Adaptasi teknologi rendah	0,0669	2,625	0,1756
5. Belum banyak orang yang mengenal KUB	0,0573	2,25	0,129
6. Tidak ada penyuluhan	0,0446	1,75	0,078
7. Tidak ada organisasi peternak	0,051	2	0,1019
8. Tidak ada dukungan pemerintah	0,0446	1,75	0,078
Sub Total	0,4459		0,9992
Total	1		2,7373

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan faktor kekuatan dan kelemahan melalui matriks IFE pada Tabel diperoleh hasil perhitungan dengan total skor 2,7373. Total skor faktor internal diperoleh dari penjumlahan skor faktor kekuatan 1,7381 dan skor faktor kelemahan 0,9992. Faktor kekuatan dengan skor tertinggi adalah produktivitas ayam KUB lebih cepat dengan skor 0,3348. Ayam KUB merupakan ayam dwiguna yang dapat dimanfaatkan baik telur maupun dagingnya. Produktivitas tinggi yang dimiliki ayam KUB mendukung peternak dalam efisiensi usaha peternakan. Sedangkan,

faktor kelemahan dengan skor tertinggi adalah pengetahuan peternak terbatas dan adaptasi teknologi rendah dengan skor 0,1756 yang berpotensi menghambat pengembangan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dapat difokuskan pada peningkatan kapasitas peternak melalui penyuluhan dan pelatihan teknologi pemeliharaan.

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

Analisis matriks EFE digunakan untuk menganalisis kondisi eksternal peternakan ayam KUB di Kabupaten Tulungagung. Faktor-faktor yang dalam analisis ini meliputi faktor peluang dan ancaman. Tabel 5 menyajikan hasil analisis matriks EFE.

Tabel 5. Analisis matriks EFE

Faktor	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
No. Peluang			
1. Permintaan ayam KUB tinggi	0,1089	3,375	0,3674
2. Perkembangan pasar <i>online</i>	0,121	3,75	0,4536
3. Usaha sampingan yang menguntungkan	0,1129	3,5	0,3952
Sub Total	0,3427		1,2162
No. Ancaman			
1. Iklim dan cuaca ekstrem	0,1169	3,625	0,4239
2. Hama dan penyakit	0,1008	3,125	0,315
3. Ketidakstabilan harga pasar	0,1008	3,125	0,315
4. Ayam buras sejenis	0,0766	2,375	0,182
5. Fluktuasi pakan	0,1048	3,25	0,3407
6. Bibit DOC dan indukan mahal	0,0726	2,25	0,1633
7. Ketidakpastian pasar	0,0847	2,625	0,2223
Sub Total	0,6573		1,9622
Total	1		3,1784

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan faktor peluang dan ancaman melalui matriks EFE pada Tabel diperoleh hasil perhitungan dengan total skor 3,1784. Total skor faktor eksternal diperoleh dari penjumlahan skor faktor peluang 1,2162 dan skor faktor ancaman 1,9622. Faktor peluang dengan skor tertinggi adalah perkembangan pasar *online* dengan skor 0,4536. Pasar *online* merupakan peluang utama yang dapat dimanfaatkan dengan baik oleh para peternak ayam KUB. Pemanfaatan pasar *online* secara maksimal dapat mempermudah peternak dalam melakukan penjualan hasil produksi ayam KUB serta menemukan konsumen baru. Sedangkan, faktor ancaman dengan skor tertinggi adalah iklim dan cuaca ekstrem dengan skor 0,4239. Iklim dan cuaca ekstrem mengakibatkan pola musim tidak menentu sehingga rentan mempengaruhi kesehatan ayam KUB apalagi jika tidak diimbangi dengan perawatan kandang dan juga pemberian obat-obatan pada ayam KUB.

### **Internal External (IE)**

Analisis matriks IE digunakan untuk mengetahui posisi dari suatu usaha. Analisis ini memanfaatkan skor yang telah diperoleh melalui perhitungan matriks IFE dan EFE. Posisi dari usaha yang telah

diketahui digunakan untuk merumuskan strategi usaha yang lebih mendetail berdasarkan kondisi internal dan eksternal.

Tabel 6. Matriks IE

IFE EFE	Kuat (3.0-4.0)	Sedang (2.0-2.99)	Lemah (1.0-1.99)
Tinggi (3.0-4.0)	I	II	III
Sedang (2.0-2.99)	IV	V	VI
Rendah (1.0-1.99)	VII	VIII	IX

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis matriks IE posisi usaha peternakan ayam KUB di Kabupaten Tulungagung koordinat (2,7373 : 3,1784) berada di sel II dengan kondisi usaha sedang,. Pada kondisi ini menunjukkan respon kondisi internal rata-rata dan respon usaha terhadap faktor-faktor eksternal tergolong tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa usaha peternakan ayam KUB di Kabupaten Tulungagung berada pada kondisi tumbuh dan membangun (*growth and build*). Menurut Herianto et al. (2022) strategi yang dapat digunakan pada daerah ini adalah strategi intensif berupa penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan strategi integratif berupa integrasi kebelakang, kedepan, dan horizontal. Sebagai perbandingan, Wiranata (2024) menemukan bahwa peternakan ayam kampung di Kabupaten Jember berada pada sel V dengan strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*), yang menunjukkan bahwa meskipun kekuatan internal dan peluang eksternal tinggi, usaha perlu lebih fokus pada stabilisasi dan pemeliharaan posisi. Perbandingan ini menegaskan bahwa strategi pengembangan harus disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal masing-masing usaha untuk memaksimalkan potensi yang ada.

### Matriks SWOT

Analisis matriks SWOT digunakan untuk menentukan alternatif strategi yang dapat digunakan. Menurut Prayudi & Yulistria (2020) matriks SWOT merupakan alat pengambilan keputusan untuk menentukan strategi untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Alternatif strategi berupa rangkuman strategi yang menyatakan bahwa Strategi disusun dengan mengkombinasikan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) untuk menghasilkan empat strategi utama yaitu SO, WO, ST, dan WT. Hasil analisis matriks SWOT ditampilkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis matriks SWOT

	<b>S</b>	<b>W</b>
	1. Produktivitas ayam KUB lebih cepat 2. Ketersediaan lahan 3. Perawatan ayam KUB lebih mudah 4. Ayam KUB lebih tahan penyakit 5. Memiliki motivasi yang tinggi 6. Kepemilikan mesin tetas 7. Kerjasama pengepul	1. Pemeliharaan ayam KUB masih dalam skala kecil 2. Modal peternak terbatas 3. Pengetahuan peternak terbatas 4. Adaptasi teknologi rendah 5. Belum banyak orang yang mengenal kub 6. Tidak adanya penyuluhan 7. Tidak adanya organisasi peternak

		8. Tidak adanya dukungan pemerintah
<b>O</b> 1. Permintaan ayam KUB tinggi 2. Perkembangan pasar <i>online</i> 3. Usaha sampingan yang menguntungkan	<b>SO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperluas variasi produksi dalam bentuk yang beragam (penjualan daging, telur tetas, telur konsumsi, dan DOC) atau dalam bentuk olahan untuk memenuhi permintaan pasar</li> <li>• Memaksimalkan pemasaran digital melalui media sosial dan <i>marketplace</i> untuk memperluas jangkauan pasar</li> <li>• Mengoptimalkan lahan yang tersedia untuk efisiensi usaha peternakan</li> </ul>	<b>WO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendorong dukungan akses permodalan melalui koperasi atau lembaga pendanaan untuk membantu meningkatkan skala produksi peternak</li> <li>• Mengembangkan sistem kemitraan untuk menjamin stabilitas pasar dan dukungan teknis bagi peternak</li> </ul>
<b>T</b> 1. Iklim dan cuaca ekstrem 2. Hama dan penyakit 3. Ketidakstabilan harga pasar 4. Ayam buras sejenis 5. Fluktuasi pakan 6. Bibit doc dan indukan mahal 7. Ketidakpastian pasar	<b>ST</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjalin kontrak jual beli dengan pengepul, restoran, dan katering untuk memastikan distribusi produk lebih stabil</li> <li>• Pembuatan pakan alternatif dengan bahan lokal untuk mengurangi ketergantungan terhadap pakan pabrikan</li> <li>• Pengoptimalan mesin tetas untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi ketergantungan bibit dari luar</li> <li>• Memperbaiki sistem perkandangan dan perawatan untuk mencegah hama dan penyakit</li> </ul>	<b>WT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membangun branding dan edukasi mengenai keunggulan ayam KUB kepada masyarakat</li> <li>• Mengadakan kegiatan pelatihan dan penyuluhan terkait manajemen pemeliharaan dan manajemen keuangan kepada peternak</li> <li>• Pembentukan organisasi peternak sebagai wadah informasi peternak serta meningkatkan daya tawar produk terhadap pengepul dan pemasok pakan</li> <li>• Mendorong pemerintah untuk memberikan bantuan langsung seperti bibit dan vaksin</li> </ul>

Sumber: Data Primer diolah (2025)

### Strategi SO

Strategi SO adalah strategi yang dilakukan dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Pada strategi ini terdapat tiga alternatif strategi, yaitu:

1. Memperluas variasi produksi dalam bentuk yang beragam (penjualan daging, telur tetas, telur konsumsi, dan DOC) atau dalam bentuk olahan untuk memenuhi permintaan pasar. Memperluas variasi produksi dapat meningkatkan nilai tambah, memenuhi permintaan pasar yang beragam, serta menciptakan peluang pasar baru.

2. Memaksimalkan pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace* untuk memperluas jangkauan pasar. Pemasaran digital digunakan sebagai sarana promosi dengan tren saat ini dimana konsumen cenderung mengandalkan platform digital dalam mencari produk untuk memenuhi kebutuhan.
3. Mengoptimalkan lahan yang tersedia untuk efisiensi usaha peternakan. Perbaikan tata letak kandang, integrasi dengan usaha lain, dapat meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi peternakan tanpa menambah biaya lahan.

#### **Strategi WO**

Strategi WO adalah strategi yang dilakukan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Pada strategi ini terdapat dua alternatif strategi, yaitu:

1. Mendorong dukungan akses permodalan melalui koperasi atau lembaga pendanaan untuk membantu meningkatkan skala produksi peternak. Mendorong akses permodalan dilakukan agar peternak memiliki kemampuan finansial dalam memperluas skala usaha, meningkatkan daya saing, serta adaptasi dengan kebutuhan pasar.
2. Mengembangkan sistem kemitraan untuk menjamin stabilitas pasar dan dukungan teknis bagi peternak. Sistem kemitraan yang saling menguntungkan antara peternak dengan stakeholder lain akan memperkuat keberlangsungan usaha peternakan ayam KUB.

#### **Strategi ST**

Strategi ST adalah strategi yang dilakukan dengan menggunakan kekuatan untuk menghindari atau meminimalisir dampak dari ancaman. Pada strategi ini terdapat empat alternatif strategi, yaitu:

1. Menjalin kontrak jual beli dengan pengepul, restoran, dan katering untuk memastikan distribusi produk lebih stabil. Kontrak jual beli dalam jangka panjang diharapkan dapat melindungi peternak dari fluktuasi pasar yang merugikan.
2. Pembuatan pakan alternatif dengan bahan lokal untuk mengurangi ketergantungan terhadap pakan pabrikan. Kemampuan peternak dalam membuat pakan alternatif dapat mendorong kemandirian produksi oleh peternak.
3. Pengoptimalan mesin tetas untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi ketergantungan bibit dari luar. Produksi bibit secara mandiri juga dapat menjamin ketersediaan dan kualitas bibit.
4. Memperbaiki sistem perkandangan dan perawatan untuk mencegah hama dan penyakit. Peningkatan tersebut diimbangi dengan biosecuriti yang baik dapat menurunkan angka kematian ternak dan meningkatkan produktivitas.

#### **Strategi WT**

Strategi WT merupakan strategi yang dilakukan untuk menghadapi kelemahan dan ancaman yang ada. Pada strategi ini terdapat empat alternatif strategi, yaitu:

1. Membangun branding dan edukasi mengenai keunggulan ayam KUB kepada masyarakat. Membangun branding ayam KUB meningkatkan rasa ketertarikan dan kepercayaan masyarakat untuk memelihara ataupun mengkonsumsi ayam KUB.
2. Mengadakan kegiatan pelatihan dan penyuluhan terkait manajemen pemeliharaan dan manajemen keuangan kepada peternak. Kegiatan tersebut dapat meningkatkan kapasitas SDM, efisiensi usaha, dan kemampuan bersaing dalam industri peternakan.
3. Pembentukan organisasi peternak sebagai wadah informasi peternak, meningkatkan daya tawar produk terhadap pengepul dan pemasok pakan, sehingga dapat menciptakan posisi tawar yang menguntungkan.
4. Mendorong pemerintah untuk memberikan bantuan langsung seperti bibit dan vaksin untuk mempercepat peningkatan kualitas usaha peternakan rakyat.

#### **Penentuan Prioritas Strategi Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrik (QSPM)**

Analisis QSPM dilakukan dengan membuat daftar faktor internal dan eksternal yang diperoleh dari matriks IFE dan EFE dan strategi yang telah dibuat dari matriks SWOT lalu dimasukkan ke dalam matriks QSPM. Kemudian diberikan bobot yang sama dengan bobot pada matriks IFE dan EFE. Selanjutnya dilakukan identifikasi pencocokan alternatif strategi dengan faktor-faktor kunci yang

terbaik yaitu para peternak ayam KUB untuk diimplementasikan. Nilai Daya Tarik (AS) dengan nilai 1 (tidak menarik), 2 (agak menarik), 3 (cukup menarik), 4 (sangat menarik). Nilai Daya Tarik *Total Attractive Score* (TAS) diperoleh dengan mengalikan bobot dengan *attractiveness score*. Hasil peringkat QSPM ditampilkan pada Tabel 8.

Tabel 8. Peringkat QSPM

Peringkat	Total Skor (TAS)	Strategi
1	5,8923	Mengadakan kegiatan pelatihan dan penyuluhan terkait manajemen pemeliharaan dan manajemen keuangan kepada peternak
2	5,8416	Pembentukan organisasi peternak sebagai wadah informasi peternak serta meningkatkan daya tawar produk terhadap pengepul dan pemasok pakan
3	5,8176	Mengembangkan sistem kemitraan untuk menjamin stabilitas pasar dan dukungan teknis bagi peternak
4	5,7617	Pembuatan pakan alternatif dengan bahan lokal untuk mengurangi ketergantungan terhadap pakan pabrikan
5	5,7366	Mendorong pemerintah untuk memberikan bantuan langsung seperti bibit dan vaksin
6	5,6853	Membangun branding dan edukasi mengenai keunggulan ayam KUB kepada masyarakat
7	5,6814	Memperbaiki sistem perkandungan dan perawatan untuk mencegah hama dan penyakit
8	5,6384	Memaksimalkan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar
9	5,6087	Menjalin kontrak jual beli dengan pengepul, restoran, dan katering untuk memastikan distribusi produk lebih stabil
10	5,5638	Mendorong dukungan akses permodalan melalui koperasi atau lembaga pendanaan untuk membantu meningkatkan skala produksi peternak
11	5,5513	Memperluas variasi produksi dalam bentuk yang beragam (penjualan daging, telur tetas, telur konsumsi, dan DOC) untuk memenuhi permintaan pasar
12	5,4323	Pengoptimalan mesin tetas untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi ketergantungan bibit dari luar
13	5,2896	Mengoptimalkan lahan yang tersedia untuk efisiensi usaha peternakan

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan matriks QSPM dan setelah dilakukan pemeringkatan diketahui bahwa strategi prioritas pertama (peringkat 1) yaitu mengadakan kegiatan pelatihan dan penyuluhan terkait manajemen pemeliharaan dan manajemen keuangan kepada peternak dengan skor 5.8923. Strategi prioritas kedua (peringkat 2) dengan skor 5.8416 adalah pembentukan organisasi peternak sebagai wadah informasi peternak serta meningkatkan daya tawar produk terhadap pengepul dan pemasok pakan. Sedangkan, strategi dengan nilai terendah (peringkat 13) dengan skor 5.2896 yaitu mengoptimalkan lahan yang tersedia untuk efisiensi usaha peternakan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha ayam KUB di Kabupaten Tulungagung dipengaruhi oleh faktor internal berupa produktivitas ayam, motivasi peternak, keterbatasan pengetahuan, serta adaptasi teknologi rendah, sedangkan faktor eksternal mencakup perkembangan pasar *online*, tingginya permintaan pasar, iklim dan cuaca ekstrem, serta fluktuasi harga pakan. Berdasarkan analisis SWOT dan QSPM, strategi prioritas yang direkomendasikan berupa pelatihan dan

penyuluhan manajemen pemeliharaan serta keuangan untuk meningkatkan kapasitas peternak, sehingga usaha ayam KUB dapat berkembang secara berkelanjutan

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amelia, D. P., Purnomo, S. H. & Sudiyono. (2018). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Kampung Di Pasar Tradisional Kota Surakarta. *Sains Peternakan*, 16(1), 23–29. <https://doi.org/10.20961/sainspet.v16i1.18638>.
- Ariyana, M. D., Widayastuti, S., Nazaruddin, Handayani, B. R. & Amaro, M. (2021). Aplikasi Antimikroba Alami Ekstrak Sargassum Crassifolium Sebagai Agen Desinfeksi Untuk Meningkatkan Mutu Mikrobiologis Telur Ayam Kampung. Pp. 602–11 in *Prosiding SAINTEK*. Vol. 3.
- BPS. (2022). Populasi Ayam Buras Menurut Provinsi (Ekor), 2021-2022. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDc2IzI=/populasi-ayam-buras-menurut-provinsi.html>.
- BPS. (2024). Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTUwlzE=/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting-2007-2023.html>.
- Fajariah, N. & Widuri, T. (2019). Analisis QSPM Peternakan Burung Walet Di Kabupaten Situbondo (Studi Kasus Pada UD Sakinah). *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(3), 258–69.
- Fatmawati, D., Masitoh, S. & Novita, I. (2018). Keragaan Usaha Dan Strategi Pengembangan Peternakan Ayam Ras Pedaging. *Jurnal Agribisains*, 4(1), 23–35.
- Hadi, R. F., Suprayogi, W. P. S., Handayanta, E., Sudiyono, S., Hanifa, A. & Widayati, S. D. (2021). Peningkatan Produktivitas Usaha Budidaya Ayam Kampung UKM Putra Budi Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 5(2), 118–26. <https://doi.org/10.20961/prima.v5i2.44687>.
- Herianto, N., Fenita, Y., Santoso, U., Brata, B. & Suharyanto. (2022). Strategi Pengembangan Peternakan Ayama Petelur Di Kabupaten Lebong. *NATURALIS – Jurnal Penelitian Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, 11(1), 94–101.
- Hidayati, P. I. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Ras Di Kabupaten Probolinggo Jawa Timur. *Optima*, 1(1), 23–31.
- Kementerian Pertanian. (2024). Statistik Peternakan Dan Kesehatan Hewan 2024. *Livestock and Animal Health Statistics 2024*, 3, 1–306.
- Mujahid, A., Isharyani, M. E. & Widada, D. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrik (QSPM) Studi Kasus : Borneo Project. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 7(2), 111–17. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v7i2.2995.111-118>.
- Papilaya, B. J., Rajab & Sarfan, R. (2023). Ipteks Bagi Masyarakat Kelompok Peternak Ayam Kampung Pada Peternakan Di Negeri Rutong Kota Ambon. *PAKEM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 122–32. <https://doi.org/10.30598/pakem.3.2.122-132>.
- Pelafu, F., Najoan, M. & Elly, F. H. (2018). Potensi Pengembangan Peternakan Ayam Ras Petelur Di Kabupaten Halmahera Barat. *Zootec*, 38(1), 209–19.
- Prayudi, D. & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT Dan Metode QSPM Pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus Pada UMKM Gosimplywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 224–40. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>.
- Putri, M. A., Rahayu, A. & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Dan Matriks IE (Studi Kasus Pada Bisnis Banjagim.Id). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 224–34. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00146>.

- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24.
- Ramadona, S., Andesta, D. & Ismiyah, E. (2020). Strategi Pemasaran Produk Keripik UD. Bagus Abadi Jaya Menggunakan Metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) Dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 1(4), 545–52.
- Rianzani, C., Kasymir, E. & Affandi, M. I. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Perah Kelompok Tani Neang Mukti Di Kecamatan Air Naningen Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 6(2), 176–86.
- Rivai, H. P., Fathan, S. & Rokhayati, U. A. (2023). Kandungan Protein Dan Lemak Daging Ayam Kampung Unggul Balitnak Yang Diberi Pakan Mengandun Larva Maggot. *Gorontalo Journal of Equatorial Animals*, 2(1), 54–59. <https://doi.org/10.25077/jpi.21.2.93-101.2019>.
- Santika, V. A., Rahayu, W. & Khomah, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong Di Kelompok Tani Ternak Andini Lestari Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar. *Arista*, 9(1), 136–44.
- Wiranata, M. A. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Kampung Kabupaten Jember. *Jurnal Sains Agribisnis*, 4(1), 96–107.
- Wiranata, M. A., Sanyoto, J. I. & Subagja, H. (2017). Analisis Profitabilitas Usaha Peternakan Ayam Kampung Super Di Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmu Peternakan Terapan*, 1(1), 31–38.