

STRATEGI PENGEMBANGAN TELUR AYAM KAMPUNG UNGGUL BALITBANGTAN (KUB) DI JOGJA AGROPARK, KULON PROGO, YOGYAKARTA

DEVELOPMENT STRATEGY OF KAMPUNG UNGGUL BALITBANGTAN (KUB) CHICKEN EGGS AT JOGJA AGROPARK, KULON PROGO, YOGYAKARTA

¹Maulana Adhika Nugraha¹, Rara Aرسالina², Sanca Arupadatu³, Nanda Sekar Gayatri⁴, Amirullah⁵, dan Meita Puspa Dewi⁶

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Industri Halal Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to formulate a strategy for developing superior village chicken eggs of Balitbangtan (KUB) in Jogja Agro Park (JAP) Dusun Kemiri, Wijimulyo Village, Nanggulan District, Kulon Progo Regency, DIY. SWOT analysis was used to identify internal and external factors to formulate a strategy for developing KUB chicken eggs. The results showed that KUB chicken cultivation in JAP consisted of activities such as procuring DOC chicks, providing feed and drink, cleaning cages, vaccinations, collecting eggs, marketing eggs, and meat from retired KUB chickens (chickens that have reached the end of their productive period). KUB chicken cultivation in JAP uses a colony cage model with a total population of 14 male chickens and 146 female chickens with the ability to produce 30-40 eggs/day. The eggs produced are sold every Friday at the Farmer's Market for Rp2,300.00/egg using mica packaging containing 10 eggs. Retired chickens will be auctioned at the farmer's market for Rp30,000.00/kg alive. Based on the results of the SWOT analysis, a development strategy was obtained in the form of improving facilities and infrastructure, improving cage designs for laying hen farming, routine vaccination, and vitamin administration, increasing maintenance intensity, making alternative animal feed (independent), and expanding the marketing network for Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) chicken eggs with social media.

Key-words: Development strategy, JAP, KUB, SWOT

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan telur ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) di Jogja Agro Park (JAP) Dusun Kemiri, Desa Wijimulyo, Kecamatan Nanggulan, Kabupaten Kulon progo, DIY. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal guna merumuskan strategi pengembangan telur ayam KUB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budidaya ayam KUB di JAP terdiri kegiatan pengadaan bibit ayam DOC, pemberian pakan dan minum, pembersihan kandang, vaksinasi, pengambilan telur, pemasaran telur, dan daging ayam KUB afkir (ayam telah habis masa produktif). Budidaya ayam KUB di JAP menggunakan model kandang koloni dengan total populasi ayam jantan 14 ekor dan ayam betina 146 ekor dengan kemampuan menghasilkan telur sebanyak 30-40 butir/hari. Telur hasil produksi tersebut dijual setiap hari jumat di Pasar Tani dengan harga Rp2.300,00/butir menggunakan packaging mika isi 10 butir. Ayam afkir akan dilelang di pasar tani dengan harga Rp30.000,00/kg dalam keadaan hidup. Berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh strategi pengembangan berupa peningkatan sarana dan prasarana, perbaikan desain kandang untuk budidaya ayam petelur, pemberian vaksin dan vitamin secara rutin, peningkatan intensitas pemeliharaan, pembuatan alternatif pakan ternak sendiri (mandiri), dan perluasan jaringan pemasaran telur ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) dengan media sosial.

Kata kunci: JAP, KUB, Strategi pengembangan, SWOT

¹ Alamat penulis untuk korespondensi: Maulana Adhika Nugraha. Email: maulallana04@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan tingkat populasi penduduk yang besar dan menempati peringkat keempat di dunia. Jumlah penduduk di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2022 menurut data Badan Pusat Statistika tahun 2024 jumlah penduduk di Indonesia berada di angka 275.773.800 jiwa dan mengalami kenaikan pada tahun 2023 menjadi 278.696.200 jiwa. Dengan peningkatan populasi penduduk tersebut maka berdampak pada meningkatnya permintaan kebutuhan primer, salah satunya kebutuhan pangan.

Kebutuhan pangan masyarakat diperoleh dari berbagai sumber yaitu karbohidrat, lemak, sayuran, dan protein. Sumber protein pada pangan didapatkan dari protein hewani (daging, telur, produk susu) dan protein nabati (kacang-kacangan, biji-bijian, dan sayuran). Salah satu jenis sumber protein hewani yang populer, baik untuk dibudidayakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat adalah ayam. Permintaan masyarakat terhadap kebutuhan protein melalui daging dan telur ayam kampung ataupun ras pada tahun 2023 tergolong tinggi dengan rerata konsumsi daging ayam per kapita sebesar 0,1 kg/minggu serta konsumsi telur ayam sebesar 2,2 kg/minggu (Badan Pusat Statistika, 2024).

Ayam kampung atau ayam buras (bukan ras) merupakan ayam lokal asal Indonesia yang mudah beradaptasi dengan situasi serta perubahan cuaca dan iklim. Ayam kampung memiliki tekstur daging yang berbeda dengan ayam ras pedaging (broiler) dan lebih banyak dibudidayakan sebagai hewan ternak oleh berbagai kalangan masyarakat. Ayam kampung pada umumnya (80%) dipelihara secara ekstensif sebagai usaha sampingan dengan sistem umbaran (mencari makan sendiri) dan sisanya (20%) dipelihara secara semi intensif dan intensif yang menyebabkan produktivitas

rendah dan tingkat mortalitas tinggi (Hasyim *et al.*, 2021).

Ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) merupakan salah satu jenis ayam bukan ras hasil seleksi dari rumpun ayam kampung yang dilakukan oleh Badan Balai Penelitian Ternak selama 6 generasi yang bertujuan untuk menghasilkan produk-produk indukan (*parent stock*) ayam kampung petelur Unggul dan final stock pedaging. Ayam KUB mempunyai keunggulan dari indukannya (*parent stock*) yang memiliki sifat mengeram lebih pendek dengan daya tetas 84%, produksi telur tinggi yaitu ± 180 butir per tahun (Fitriani *et al.*, 2023).

Jogja Agro Park (JAP) berada di Dusun Kemiri, Desa Wijimulyo, Kecamatan Nanggulan, Kabupaten Kulon progo, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kawasan agrowisata dengan budidaya komoditas pertanian yang beraneka ragam seperti padi, durian, anggur, kelengkeng, tanaman biofarmaka, hijauan pakan ternak, dan tanaman hias. Di samping itu, JAP juga memiliki beberapa usaha peternakan yakni peternakan kelinci, peternakan kambing, peternakan sapi, peternakan ikan, dan peternakan ayam KUB. Populasi ayam KUB yang dibudidayakan oleh Jogja Agro Park (JAP) saat ini sebanyak 160 ekor ayam.

Telur hasil budidaya ayam Kampung KUB di JAP didistribusikan serta diperjual belikan setiap hari jumat di Pasar Tani yang berada di kawasan kantor Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain menjual di Pasar Tani, JAP juga menerima pembelian telur di dalam area peternakan ayam KUB namun dengan jumlah yang terbatas. Strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh JAP yaitu menjadi salah satu alasan mengapa penjualan produk dari usaha telur ayam KUB kurang berkembang. Masalah lain yaitu produktivitas ayam KUB yang kurang optimal akibat dari keterbatasan pengadaan bibit ayam *Day Old Chicken* (DOC), keterbatasan

kandang, hingga kurangnya perawatan ayam KUB.

Keberlanjutan suatu usaha dapat dilihat dari keberhasilan menerapkan strategi pengembangan usaha. Suatu perusahaan perlu melakukan analisis terkait dengan bagaimana kondisi perusahaan sebelum menetapkan strategi pengembangan usaha. Salah satu metode analisis yang dapat digunakan adalah analisis SWOT yang merupakan suatu metode analisis untuk mengetahui gambaran kondisi dan evaluasi masalah pada konsep bisnis berdasarkan faktor internal yakni *strengths* dan *weakness*, serta faktor eksternal yaitu *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan mempengaruhi proses pencapaian tujuan suatu institusi, lembaga, atau perusahaan (Istiqomah & Andriyanto, 2018). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang tepat pada peternakan ayam KUB di JAP berdasarkan metode analisis SWOT.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Jogja Agro Park (JAP) yang berlokasi di Kecamatan Nanggulan, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan Juni 2024. Tempat penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa JAP merupakan kompleks terpadu yang dibangun sebagai sarana media edukasi pertanian dan peternakan pada masyarakat. Sumber data diperoleh dari hasil wawancara dengan Pak Totok selaku pengurus dari peternakan ayam KUB di JAP dan observasi langsung. Data sekunder didapatkan dari buku, artikel, jurnal, dan studi pustaka.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT dan matriks SWOT dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan

gambaran kompleks tentang suatu kejadian untuk mengekspos dan mengklarifikasi suatu fenomena yang terjadi (Rusandi & Rusli, 2021). Analisis SWOT digunakan untuk menghasilkan strategi pengembangan usaha dengan mengidentifikasi faktor internal berupa *strengths* dan *weakness*, serta faktor eksternal berupa *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) (Nisak, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Peternakan Ayam

Jogja Agro Park (JAP) merupakan komplek terpadu yang dilengkapi dengan fasilitas agribisnis dan fasilitas *agrotourism* sebagai sarana media edukasi pertanian bagi masyarakat. JAP mulai dibangun oleh PEMDA DIY pada tahun 2018 yang berlokasi di Desa Wijimulyo, Kecamatan Nanggulan, Kabupaten Kulon Progo dengan total lahan seluas 18 ha. Selain budidaya komoditas pertanian, JAP memiliki sebuah usaha peternakan ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) yang memiliki fungsi dalam membantu dalam pengembangan perekonomian daerah dengan memenuhi gizi masyarakat umumnya di Kabupaten Kulon Progo.

Peternakan ayam KUB di JAP memiliki kandang dua tingkat dengan model kandang koloni, yaitu model kandang yang terdapat beberapa ekor ayam di dalam ruangan dan memiliki fungsi sebagai kandang pembesaran atau penggemukan. Cara pembudidayaan peternakan ayam KUB di JAP yaitu dimulai dari pembelian bibit ayam *Day Old Chicken* (DOC) sejumlah 500 ekor, kemudian setelah umur 3 bulan dilakukan seleksi ayam jantan dan betina. Selanjutnya dilakukan pengurangan ayam sampai dengan sisa 160 ekor ayam jantan dan betina, dimana jumlah ayam jantan 14 ekor dan ayam betina 146 ekor, sedangkan 340 ekor ayam hasil pengurangan tersebut dilelang kepada masyarakat sekitar JAP. Telur hasil produksi dipasarkan dalam jangka waktu satu kali dalam

seminggu di Pasar Tani yang berada di kawasan kantor Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Daerah Istimewa Yogyakarta serta menerima pembelian telur di dalam area peternakan dengan jumlah yang terbatas. Selain menjual telur, JAP juga memasarkan ayam yang telah habis masa produktif (ayam afkir) kepada masyarakat sekitar.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

a. Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal merupakan serangkaian proses identifikasi faktor-faktor internal yang mencakup faktor kekuatan dan kelemahan dari usaha peternakan ayam KUB di JAP. Berikut merupakan aspek yang dibahas terkait dengan faktor internal terkait dengan manajemen, produksi, sumber daya manusia, dan pemasaran dari usaha peternakan ayam KUB di JAP:

1. Manajemen

Manajemen meliputi strategi perencanaan, pengelolaan dan struktur organisasi. JAP masih di bawah naungan Dinas Pertanian. Struktur organisasi dari JAP meliputi pengarah, penanggung jawab yaitu Kepala Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan (DPKP) DIY kemudian kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) yaitu Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Perhubungan (BPSDMP) Daerah Istimewa Yogyakarta. Di bawah naungan kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) terdapat 2 divisi, pertama yaitu pendamping Teknis Inkubator Agribisnis yang meliputi unit produksi dan unit pemasaran, promosi dan kemitraan, dan kedua yaitu Pendamping Teknis Edu Agrowisata yang meliputi unit agrowisata dan unit pelatihan (pengembangan SDM). Strategi perencanaan dilakukan per minggu dengan setiap hari senin diadakan apel pagi untuk pengelola lahan peternakan yang didampingi oleh Kepala koordinator JAP. Setiap lahan peternakan memiliki pengelola masing-masing. Terdapat beberapa jenis peternakan di JAP untuk saat ini, yaitu peternakan sapi yang

dikelola oleh Pak Andi dan Pak Sigit, peternakan kambing yang dikelola oleh Pak Tugiyanto, peternakan kelinci yang dikelola oleh Pak Wahyu, dan peternakan ayam KUB yang dikelola oleh Pak Totok.

2. Produksi

Usaha peternakan ayam KUB di JAP menggunakan kandang koloni sebagai kandang pembesaran atau penggemukan. Kandang tersebut dibangun dua tingkat, kandang bagian bawah sebagai tempat isolasi bagi ayam yang terinfeksi penyakit kemudian kandang bagian atas digunakan untuk ayam yang produktif. Pratiwi & Suprpti (2022), menyatakan bahwa pemisahan ayam yang sakit bermanfaat untuk pencegahan menularnya penyakit pada ayam lainnya. Kegiatan produksi usaha peternakan ayam KUB di JAP terdiri dari pengadaan bibit ayam *Day Old Chicken* (DOC), pemberian pakan dan minum, pembersihan kandang, vaksinasi, dan pengambilan telur. Pengadaan bibit ayam masih bergantung pada produsen bibit ayam DOC. Kegiatan pemberian pakan minum dan pembersihan kandang dilakukan dua kali sehari yakni pagi dan sore hari. JAP belum mampu memproduksi pakan sendiri sehingga masih bergantung pada pakan pabrikaan. Pemberian vaksin dilakukan rutin setiap 3-4 bulan sekali. Usaha peternakan ayam KUB di JAP dapat menghasilkan telur sekitar 30-40 butir setiap hari dari total populasi ayam KUB sebanyak 160 ekor ayam jantan dan betina.

3. Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM merupakan unsur utama keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Usaha peternakan ayam KUB di JAP dikelola sendiri oleh Bapak Totok sehingga berpengaruh terhadap intensitas perawatan ayam KUB yang dibudidayakan dan berdampak pada produktivitas telur yang dihasilkan. Yuwono *et al.* (2023), menyatakan bahwa SDM yang memiliki kualitas dan kuantitas optimal dapat membantu perusahaan mencapai keunggulan yang kompetitif.

4. Pemasaran

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas komprehensif dan terencana yang dilakukan suatu perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar dan mengoptimalkan keuntungan. Sistem pemasaran di JAP terbilang masih kurang luas untuk lingkup pemasarannya. Untuk ayam KUB lebih fokus untuk pemasaran telurnya yang dijual hanya di pasar tani setiap hari Jumat dan menerima pemesanan dari warga sekitar di daerah JAP. Telur ayam KUB dipasarkan dengan harga jual Rp2.300,00/butir dengan *packaging* mika yang berisi 10 butir/mika. Ayam yang telah habis masa produktif (ayam afkir) akan di lelang di pasar tani dengan harga Rp30.000,00/kg keadaan ayam hidup. Ayam KUB sendiri biasanya per ekor memiliki bobot rata-rata 2-4 kg.

b. Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal merupakan serangkaian proses identifikasi faktor-faktor eksternal yang mencakup faktor peluang dan ancaman dari usaha peternakan ayam KUB di JAP. Berikut ini merupakan aspek yang dibahas pada faktor eksternal terkait analisis lingkungan sosial dan analisis lingkungan industri:

1. Analisis Lingkungan Sosial

Analisis lingkungan sosial terdiri dari faktor politik, ekonomi, teknologi dan sosial budaya. Faktor politik dan hukum selama periode waktu tertentu menentukan bagaimana suatu bisnis beroperasi. JAP sudah memiliki kekuatan hukum yang legal dan berada dibawah naungan dari Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Daerah Istimewa Yogyakarta. Faktor di bidang ekonomi memiliki keterkaitan dalam lingkungan dimana suatu perusahaan bergerak atau beroperasi. Pada faktor teknologi, saat ini perkembangan teknologi terus meningkat dengan pesat seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Namun, peternak ayam KUB di JAP masih menggunakan cara manual untuk perawatan dan untuk pemasaran masih menggunakan cara konvensional. Pada faktor

sosial dan budaya, JAP digunakan sebagai sarana edukasi pertanian untuk masyarakat.

2. Analisis Lingkungan Industri

Analisis lingkungan industri terdiri dari faktor ancaman pendatang baru, persaingan diantara perusahaan yang sudah ada, ancaman produk pengganti, dan kekuatan tawar-menawar. Pada faktor ancaman pendatang baru, kebutuhan telur ayam kampung mengalami peningkatan, sedangkan untuk produksinya belum dapat memenuhi permintaan masyarakat. Pada fenomena ini menjadi sorotan para peternak ayam KUB agar mengoptimalkan produksi telur ayam KUB guna memenuhi permintaan konsumen. Oleh karena itu, para peternak baru menjadi kendala yang cukup signifikan bagi para peternak lainnya. Faktor persaingan diantara perusahaan yang sudah ada, banyaknya jumlah peternak ayam KUB memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap peternak ayam KUB di JAP. Hal ini disebabkan para pesaing menjual produk dengan harga yang lebih murah. Pada faktor ancaman produk pengganti, jika produk pengganti mudah di dapat, terjangkau dan memiliki manfaat yang sama, maka hal ini akan meningkatkan ancaman produk pengganti terhadap peternak ayam KUB. Pada faktor kekuatan tawar-menawar, faktor kekuatan tawar-menawar berpengaruh secara signifikan terhadap peternak ayam KUB di JAP. Dalam hal ini, memungkinkan konsumen akan mencari pengurangan harga sehingga konsumen dapat dengan mudah untuk berganti pemasok. Untuk itu, daya tawar pada peternak ayam KUB Jogja Agro Park (JAP) tergolong tinggi.

Identifikasi Faktor Internal

Faktor internal perusahaan mengacu pada kekuatan dan kelemahan yang ada dalam perusahaan yang dinilai dari berbagai aspek, seperti manajemen, distribusi dan pemasaran, keuangan, produksi, serta sumber daya dan karyawan.

1. Kekuatan (*Strenght*)

Kemampuan suatu perusahaan untuk memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman untuk mencapai tujuan dikenal sebagai kekuatan. Kekuatan yang dimiliki Jogja Agro Park (JAP) yaitu (1) Ayam KUB dapat bertelur cepat, yaitu pada usia (20-22 minggu) dan unggul dalam masa pertumbuhan dan produktivitas telur. (2) Ayam KUB memiliki daya tahan yang tinggi terhadap penyakit. Ayam KUB merupakan jenis ayam yang memiliki kekebalan tubuh yang lebih baik dibandingkan dengan jenis ayam lainnya sehingga tahan akan berbagai cuaca ekstrim dan berbagai penyakit. (3) Ketersediaan lahan untuk pengembangan budidaya ayam KUB. (4) Kotoran ayam KUB dimanfaatkan sebagai pupuk kandang.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Jogja Agro Park (JAP) memiliki beberapa kelemahan, yaitu (1) Keadaan kandang kurang terawat, kandang merupakan salah satu faktor terpenting dalam pembudidayaan ayam KUB, apabila kandang kurang terawat maka akan menyebabkan ayam KUB terkena penyakit dan menghambat pertumbuhan ayam tersebut. (2) Kekurangan tenaga perawat ayam KUB, di JAP hanya memiliki satu tenaga perawat dalam mengelola ayam KUB sehingga perawatannya kurang maksimal. (3) Teknologi budidaya ayam KUB masih rendah dan masih tradisional, belum adanya perencanaan berkelanjutan terkait budidaya ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) menjadi penyebab pembudidayaan masih tradisional. (4) Produksi telur belum optimal. (5) Promosi belum maksimal, promosi dilakukan dengan cara *Word of Mouth* (WOM) atau omongan dari mulut ke mulut sehingga hanya warga sekitar yang mengetahui budidaya ayam KUB, selain itu juga pemasaran hanya dilakukan di JAP dan Pasar Tani yang berada di kawasan kantor Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Daerah Istimewa Yogyakarta, hal tersebut menjadi penyebab kurang maksimalnya promosi yang dilakukan oleh JAP. (6) Bergantung pada pakan pabrikan, belum adanya

pakan alternatif yang digunakan dalam budidaya ayam KUB sehingga bergantung pada pakan pabrikan.

Identifikasi Faktor Eksternal

Terdapat beberapa faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi JAP dalam pembudidayaan ayam KUB yaitu sebagai berikut:

1. Peluang (*Opportunities*)

JAP memiliki beberapa peluang dalam budidaya ayam KUB yaitu (1) Pertumbuhan penduduk yang berkaitan dengan meningkatnya permintaan telur dan daging ayam sebagai bahan makanan pokok. (2) Kesadaran masyarakat akan pemenuhan gizi. (3) Perkembangan teknologi budidaya ayam petelur, dengan adanya perkembangan teknologi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap budidaya ayam KUB. (4) Perkembangan teknologi pemasaran. Perkembangan teknologi pemasaran dapat meningkatkan penjualan telur ayam KUB sehingga peluang tersebut memiliki dampak yang besar dalam meningkatkan penjualan telur KUB di JAP.

2. Ancaman (*Threats*)

Selain peluang yang menjanjikan, terdapat juga beberapa ancaman yaitu (1) Fluktuasi harga pakan, obat, vaksin, dan sarana produksi lainnya, harga yang tidak menentu menjadi ancaman dalam budidaya ayam KUB. (2) Potensi serangan penyakit pada ayam KUB, serangan penyakit bisa datang kapan saja tanpa mengenal waktu sehingga hal ini menjadi ancaman yang perlu diperhatikan dengan serius. (3) Pesaing bisa menawarkan harga yang lebih murah, hal tersebut menjadi ancaman dalam minat konsumen terhadap ayam KUB di JAP karena perbedaan harga jual. (4) Peningkatan persaingan pasar, semakin meningkatnya produsen ayam KUB maka hal tersebut dapat meningkatkan persaingan pasar yang signifikan.

Analisis SWOT Budidaya Ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB)

Hasil identifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada usaha peternakan ayam KUB di JAP kemudian disusun dalam matriks SWOT untuk menentukan alternatif strategis pengembangannya. Dari hasil identifikasi lingkungan internal dan eksternal yang telah dilakukan melalui analisis SWOT, sehingga menghasilkan strategi-strategi sebagai berikut:

a. Strategi S-O

Terdapat 3 strategi-SO yaitu (1) Meningkatkan sarana dan prasarana yang mendukung budidaya ayam KUB, sarana produksi yang mendukung dapat meningkatkan

produksi dan laba penjualan telur ayam KUB. (2) Memanfaatkan pupuk dari kotoran ayam KUB, kotoran ayam KUB bermanfaat bagi tanaman serta dapat menjadi penghasilan tambahan bagi Jogja Agro Park (JAP) apabila diperjual belikan. (3) Menjadi laboratorium untuk budidaya ternak ayam KUB, dengan adanya lahan yang luas maka dapat dilakukan pengembangan budidaya ayam KUB yang berkelanjutan, mulai dari meningkatkan teknologi budidaya sampai dengan pemasaran ayam KUB.

Tabel 5. Matriks SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTH (S) 1. Ayam KUB cepat bertelur. 2. Ayam KUB memiliki daya tahan yang tinggi terhadap penyakit. 3. Ketersediaan lahan untuk pengembangan budidaya ayam KUB. 4. Kotoran ayam KUB dimanfaatkan sebagai pupuk kandang.	WEAKNESS (W) 1. Keadaan kandang kurang terawat. 2. Kekurangan tenaga perawat ayam KUB. 3. Teknologi budidaya ayam KUB masih rendah dan tradisional. 4. Produksi telur belum optimal. 5. Promosi belum maksimal. 6. Bergantung pada pakan pabrikan.
OPPORTUNITIES (O) 1. Pertumbuhan penduduk yang berkaitan dengan meningkatnya permintaan telur dan daging ayam sebagai bahan makanan pokok. 2. Kesadaran masyarakat akan pemenuhan gizi. 3. Perkembangan teknologi budidaya ayam petelur. 4. Perkembangan teknologi pemasaran	STRATEGI (SO) 1. Meningkatkan sarana dan prasarana yang mendukung budidaya ayam KUB. 2. Memanfaatkan pupuk dari kotoran ayam KUB. 3. Menjadi laboratorium untuk budidaya ayam KUB.	STRATEGI (WO) 1. Memperbaiki sistem pemasaran agar lebih luas. 2. Memperbaiki desain kandang, untuk meminimalisir penyakit menular pada ayam dan perilaku kanibalisme. 3. Membuka pemasaran di jejaring sosial (<i>e-commerce</i>).
TREATHS (T) 1. Fluktuasi harga pakan, obat, vaksin, dan sarana produksi lainnya. 2. Potensierangan penyakit pada ayam KUB. 3. Pesaing bisa menawarkan harga yang lebih murah. 4. Peningkatan persaingan pasar.	STRATEGI (ST) 1. Meningkatkan intensifikasi baik dari perawatan ayam yang meliputi kegiatan pemeliharaan kesehatan ayam dan kandang. 2. Pemugaran kandang ayam agar sesuai dengan kebutuhan budidaya ayam KUB. 3. Membuat pakan ayam KUB secara mandiri	STRATEGI (WT) 1. Membuat pakan alternatif. 2. Memberikan vitamin & vaksin secara rutin. 3. Memperbaiki desain kandang.

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

b. Strategi W-O

Terdapat 3 strategi-WO yaitu (1) Memperbaiki sistem pemasaran agar lebih luas, dengan memperluas pemasaran maka dapat meningkatkan penjualan ayam KUB di JAP. (2) Memperbaiki desain kandang, untuk meminimalisir penyakit menular pada ayam, dengan demikian strategi tersebut dapat meningkatkan kualitas ayam KUB. (3) Membuka pemasaran di jejaring sosial (*e-commerce*), dengan adanya pemasaran secara online dapat meningkatkan popularitas JAP sehingga meningkatkan jumlah konsumen ayam KUB.

c. Strategi S-T

Terdapat 3 strategi-ST yaitu (1) Meningkatkan intensifikasi baik dari perawatan ayam yang meliputi kegiatan pemeliharaan kesehatan ayam dan pemeliharaan kandang. (2) Pemugaran kandang ayam agar sesuai dengan kebutuhan budidaya ayam KUB, dengan dilakukannya pemugaran maka dapat meningkatkan kualitas dan produksi ayam KUB. (3) Membuat pakan ayam KUB secara mandiri, dengan strategi ini dapat meminimalisir pengeluaran untuk pembelian pakan ayam KUB.

d. Strategi W-T

Terdapat 3 strategi-WT yaitu (1) Membuat pakan alternatif, strategi ini dapat dilakukan apabila terjadi peningkatan harga pakan pabrikan. (2) Memberikan vitamin & vaksin secara rutin, dengan demikian ayam KUB memiliki kualitas yang lebih baik dan tidak mudah terserang penyakit. (3) Memperbaiki desain kandang, hal ini penting dilakukan sebagai upaya pencegahan penyakit dan budidaya ayam KUB lebih terorganisir.

KESIMPULAN

1. Terdapat beberapa strategi pengembangan untuk telur ayam Kampung Unggulan Balitbangtan (KUB) yang ada di Jogja Agro Park (JAP) yaitu peningkatan sarana dan

prasarana yang mendukung budidaya ayam KUB; pemanfaatan kotoran ayam KUB untuk pupuk tanaman sebagai penghasilan tambahan; pemanfaatan lahan yang luas sebagai laboratorium budidaya dan pengembangan ternak ayam KUB; memperluas jaringan pemasaran telur ayam KUB dengan media sosial; memperbaiki desain kandang untuk meminimalisir penyakit menular pada ternak ayam KUB; pemeliharaan ayam meliputi kesehatan ayam dan pemeliharaan kandang dilakukan secara rutin; peningkatan kualitas dan produksi ternak ayam KUB dengan perbaikan kandang; meminimalisasi biaya pengeluaran dengan membuat pakan ternak sendiri (mandiri); dan pemberian vitamin dan vaksin secara rutin untuk meningkatkan kualitas ternak ayam KUB.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasyim, A.R., K.E. Ramija, & A. Khairiyah. 2021. Pengembangan Ayam Kampung Unggul Balitbangtan-1 (KUB) di Sumatera Utara. *The 2nd Conference of Applied Animal Science* 2021, 2, 38–44.
- Badan Pusat Statistika. 2024. *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa) Tahun 2022-2023*. Badan Pusat Statistik Indonesia. Jakarta.
- Badan Pusat Statistika. 2024. *Rata-Rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting Tahun 2007-2023*. Badan Pusat Statistik Indonesia. Jakarta.
- Fitriani, S., T. Budiarto, & M.I. Nurulhaq. 2023. Strategi Pengembangan Komoditas Ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) di Desa Masingai II, Kabupaten Tabalong. *Jurnal CARE: Resolusi Konflik, CSR, dan Pemberdayaan*. 8 (2): 43–52.

- Istiqomah dan Andriyanto. 2018. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. 5 (2): 55–104.
- Nisak, Z. 2004. Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 1–8.
- Pratiwi, L.E. & I. Suprpti. 2022. Analisis Risiko Peternakan Ayam Pedaging Supriadi Farm. *Jurnal Pertanian Cemara*. 19 (1): 53–64.
- Rusandi & M. Rusli. 2021. Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*. 2 (1): 48–60.
- Yuwono, F.S.P., C.D. Bimantoro, A. Humairani, & Z. Nikmah. 2023. Pengelolaan SDM Dan Perencanaan Sumber Daya Manusia Dalam Kemajuan Suatu Organisasi. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*. 3 (1): 11–18.