

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor yang paling penting dalam memenuhi kebutuhan protein masyarakat adalah industri ayam pedaging. Salah satu jenis hewan ternak yang lebih disukai masyarakat untuk dibudidayakan atau dipelihara adalah ayam broiler. Ayam broiler merupakan salah satu komoditas unggas yang memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani masyarakat Indonesia. Permintaan terhadap daging ayam broiler terus meningkat seiring pertumbuhan penduduk dan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan sumber protein yang mudah didapat, cepat saji, dan terjangkau harganya. Ayam broiler sendiri dikenal memiliki keunggulan dalam waktu pemeliharaan yang relatif singkat, sehingga menjadi pilihan utama bagi para peternak untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan (Alam et al., 2024).

Usaha peternakan ayam pedaging di Pulau Lombok terdapat dua sistem yaitu sistem kemitraan dan sistem mandiri. Usaha peternakan sistem kemitraan mendominasi di Pulau Lombok. Menurut (Purnamasari et al., 2021) menyatakan Terdapat 14 perusahaan kemitraan yang mendominasi yaitu: perusahaan PT. Mitra Sinar Sejahtera (MSJ), PT. Ciomas Adisatwa (CA), PT. Anudrah Kartika Agro (AKA), PT. Duta Mulia Cakrawala (DMC), PT. Andalan Ternak Makmur (ATM), PT. Bagus Sukses Sejahtera (BSS), PT. Baling-Baling Bambu (BBB), PT. Bintang Terang Tunggal (BTT), PT. Mitra Rakyat Sukses (MRS), dan PT. Rinjani Mitra Sejahtera (RMS). Salah satu Kemitraan yaitu PT. Baling-Baling Bambu (BBB) yang memiliki Rumah Potong Ayam (RPA) dengan nama perusahaan CV. Cendana merupakan bagian dari industri bergerak dibidang pemasaran dan pemotongan ayam broiler dari kemitraan tersebut. Dalam proses usahanya perusahaan tersebut masih melakukan penjualan dalam bentuk ayam hidup sebagai reseller dan menjual dalam bentuk karkas, hal ini memberikan potensi untuk menganalisis nilai tambah penjualan ayam broiler.

Nilai tambah dalam pemasaran ayam broiler sangat dipengaruhi oleh aktivitas tataniaga yang dilakukan oleh berbagai lembaga pemasaran, seperti broker,

pedagang besar, dan pedagang kecil. Setiap aktivitas tersebut memberikan kontribusi terhadap pembentukan harga dan peningkatan nilai tambah produk ayam broiler. Panjangnya saluran distribusi dan banyaknya perantara yang terlibat dapat memengaruhi efisiensi pemasaran, margin keuntungan, serta nilai tambah yang diperoleh peternak (Hairil Adzulyatno Hadini, Musram Abadi, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang efisien dengan margin pemasaran yang seimbang dapat meningkatkan keuntungan peternak secara signifikan. Misalnya, saluran pemasaran yang memiliki farmer's share (bagian keuntungan peternak) di atas 50% dianggap sudah efisien dan mampu memberikan nilai tambah yang besar bagi peternak. Strategi pemasaran yang efektif, yang mempertimbangkan faktor internal dan eksternal serta perencanaan yang matang, juga sangat penting untuk memaksimalkan keuntungan dan nilai tambah dalam pemasaran ayam broiler (Daroen et al., 2024). Selain itu, kolaborasi antar pelaku usaha dalam rantai nilai pemasaran ayam broiler dapat memperbaiki regulasi, pengawasan, dan informasi pasar sehingga meningkatkan efisiensi dan nilai tambah secara keseluruhan. Dengan demikian, pengembangan rantai nilai dan strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan efisiensi operasional, penjualan, serta hasil keuangan peternakan ayam broiler secara signifikan.

Metode analisis SWOT dalam konteks nilai tambah usaha ayam broiler dan karkas ayam broiler digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha tersebut. Faktor internal meliputi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) usaha, seperti kualitas produk, modal, tenaga kerja, dan kendala produksi. Sedangkan faktor eksternal mencakup peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang berasal dari lingkungan usaha, misalnya permintaan pasar, persaingan, dan kondisi pemasaran (Lipat et al., 2023). Menurut (Alam et al., 2024) contoh konkret dari penelitian di peternakan ayam broiler menunjukkan bahwa produk karkas ayam broiler memiliki nilai tambah yang tinggi dibandingkan ayam hidup, sehingga strategi pengembangan usaha diarahkan pada peningkatan produksi karkas dan produk olahan. Analisis SWOT membantu mengidentifikasi bahwa kekuatan seperti kualitas produk dan modal pribadi dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan seperti biaya pakan yang mahal dan fluktuasi harga pasar. Peluang pasar yang meningkat dan permintaan

konsumen yang tinggi menjadi faktor eksternal yang mendukung pengembangan usaha, sementara ancaman seperti persaingan dan risiko pemasaran harus dikelola dengan strategi yang tepat.

Dengan demikian, metode analisis SWOT yang dikombinasikan dengan analisis nilai tambah memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk mengevaluasi kondisi usaha ayam broiler dan karkasnya, sekaligus merumuskan strategi pengembangan yang berorientasi pada peningkatan efisiensi, produktivitas, dan keuntungan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengangkat CV. CENDANA sebagai objek penelitian dengan judul **"ANALISIS NILAI TAMBAH PADA AYAM BROILER YANG DIJUAL HIDUP DAN DIJUAL KARKAS (Study Kasus pada RPA CV. Cendana)"**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran nilai tambah yang dihasilkan dari usaha ayam broiler di RPA CV. Cendana?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha ayam broiler pada RPA CV.Cendana?

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar pembahasan tidak keluar dari bahasan utama, maka dalam penelitian ini diperlukan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas usaha ayam broiler yang dikelola oleh RPA CV. Cendana sebagai studi kasus.
2. Analisis nilai tambah difokuskan pada proses produksi dan pemasaran ayam broiler dalam usaha tersebut.
3. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi nilai tambah usaha ayam broiler di RPA CV. Cendana.
4. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis budidaya ayam broiler secara mendalam, seperti manajemen kesehatan atau genetika ayam.

5. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari wawancara dan observasi di RPA CV. Cendana serta data sekunder yang relevan dari literatur dan dokumen perusahaan.
6. Analisis nilai tambah hanya mencakup produk ayam broiler dalam bentuk hidup dan karkas, tidak termasuk produk olahan lain seperti ayam beku atau produk siap saji.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini:

1. Mengukur dan menganalisis nilai tambah yang dihasilkan dari usaha ayam broiler di RPA CV. Cendana.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan usaha ayam broiler pada RPA CV. Cendana

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat kebijakan perusahaan terkait meningkatkan nilai tambah dan daya saing usaha ayam broiler menggunakan alat analisis SWOT pada CV. CENDANA.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan meningkatkan nilai tambah dan daya saing usaha ayam broiler menggunakan alat analisis SWOT pada CV. CENDANA.