

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Ayam Broiler**

Ayam broiler, atau ayam ras pedaging, adalah jenis ayam hasil persilangan yang dikembangkan khusus untuk produksi daging secara efisien dan ekonomis. Ayam ini memiliki pertumbuhan yang sangat cepat, sehingga dapat dipanen dalam waktu singkat, biasanya pada usia 28–45 hari dengan bobot panen sekitar 2 kg per ekor (Leiwakabessy et al., 2023). Keunggulan ayam broiler dibandingkan ayam kampung antara lain laju pertumbuhan yang tinggi, konversi pakan yang rendah, dan kualitas daging yang empuk karena dipanen pada usia muda (Feni & Pangestu, 2021).

Ayam broiler berperan penting sebagai sumber protein hewani yang terjangkau bagi masyarakat. Daging ayam broiler mengandung sekitar 21% protein, 2,6% lemak, 1,5% karbohidrat, dan 1,65% abu, serta mudah diolah menjadi berbagai produk makanan. Selain itu, bulu dan kotorannya juga dapat dimanfaatkan untuk industri dan pupuk organik (Armelia et al., 2022).

Produktivitas ayam broiler sangat dipengaruhi oleh manajemen pemeliharaan, kualitas pakan, dan sistem kandang. Penelitian menunjukkan ayam broiler mengalami pertumbuhan pesat hingga usia 4 minggu, kemudian laju pertumbuhan menurun menjelang dewasa kelamin (Wibowo, 2024). Sistem kandang modern seperti closed house dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha broiler.

#### **2.2 Pemotongan Ayam**

Umur pemotongan ayam broiler ideal berkisar antara 27 hingga 35 hari, dengan umur 31 hari untuk ayam jantan dan 33 hari untuk ayam betina memberikan bobot potong optimal dan persentase karkas yang baik. Penelitian menunjukkan bobot potong dan persentase karkas meningkat seiring bertambahnya umur ayam hingga usia tersebut (Guna et al., 2023). Pemotongan pada umur ini juga mempertimbangkan efisiensi konversi pakan dan permintaan pasar.

Pemotongan dilakukan secara halal sesuai syariat Islam, dengan memotong arteri karotis, vena jugularis, dan esofagus menggunakan pisau tajam untuk

memastikan pengeluaran darah maksimal (Tamzil et al., 2021). Setelah penyembelihan, ayam direndam dalam air panas (*sub scalding*) pada suhu 58-60°C selama 30-75 detik untuk memudahkan pencabutan bulu secara manual.

Setelah pemotongan, ayam digantung selama 1-3 menit agar darah keluar sempurna dan daging lebih bersih. Selanjutnya dilakukan pemisahan bagian karkas seperti paha, dada, punggung, dan sayap untuk meningkatkan nilai jual dan memudahkan konsumen memilih bagian yang diinginkan. Penanganan yang tepat sebelum dan sesudah pemotongan sangat penting untuk menjaga kualitas daging dan kehalalan produk (Studi et al., 2020).

### **2.3 Nilai Tambah**

Nilai tambah adalah selisih antara nilai output produk dengan nilai input yang digunakan dalam proses produksi dan pemasaran. Dalam konteks usaha ayam broiler, nilai tambah mencerminkan keuntungan yang diperoleh dari aktivitas produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran ayam broiler yang meningkatkan nilai ekonomis produk tersebut (Daroen et al., 2024).

Aktivitas dalam rantai nilai seperti pembenihan, pabrik pakan, peternakan, pedagang, dan pengecer berkontribusi pada pembentukan harga dan nilai tambah produk ayam broiler. Efisiensi rantai nilai yang baik dapat meningkatkan penjualan, memperbaiki efisiensi operasional, dan mengoptimalkan keuntungan peternak serta pelaku usaha lainnya (Anas et al., 2020). Namun, dalam beberapa kasus rantai nilai ayam broiler masih bersifat informal dan kurang koordinasi antar pelaku usaha, sehingga perlu pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

### **2.4 Analisis Swot**

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam suatu usaha atau organisasi. Tujuannya adalah untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha agar dapat memaksimalkan potensi dan meminimalkan risiko (Anas et al., 2020).

#### **a. Faktor internal**

Kekuatan (*Strengths*): Aspek positif yang dimiliki usaha, seperti lokasi strategis, pengalaman peternak, kualitas produk, modal sendiri, dan kemudahan mendapatkan bahan baku.

- Kelemahan (*Weaknesses*): Aspek yang menghambat usaha, misalnya peralatan sederhana, rendahnya daya tawar harga, keterbatasan modal, dan sarana prasarana yang kurang memadai.
- b. Faktor eksternal
- Peluang (*Opportunities*): Kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan, seperti tingginya permintaan pasar, pertumbuhan rumah makan, ketersediaan bahan baku, dan kebijakan pemerintah yang mendukung.
  - Kelemahan (*Weaknesses*): Aspek yang menghambat usaha, misalnya peralatan sederhana, rendahnya daya tawar harga, keterbatasan modal, dan sarana prasarana yang kurang memadai.

## 2.5 Strategi Pengembangan Usaha Ayam Broiler

Strategi pengembangan usaha ayam broiler merupakan serangkaian langkah atau upaya yang dirancang secara sistematis untuk meningkatkan kapasitas, produktifitas, dan daya saing usaha peternakan ayam broiler. Strategi ini mencakup pemanfaatan serta antisipasi terhadap berbagai ancaman yang mungkin dihadapi dalam lingkungan usaha. Menurut Alam et al., (2024), pengembangan usaha ayam broiler yang terstruktur dan berbasis analisis lingkungan internal maupun eksternal sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan nilai tambah usaha.

Pengembangan usaha ayam broiler dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, seperti memperluas skala usaha, meningkatkan kualitas produk, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, memperbaiki manajemen usaha, serta memperluas jaringan pemasaran. Strategi pengembangan juga melibatkan inovasi dalam proses produksi, penerapan teknologi, peningkatan keterampilan tenaga kerja, serta penguatan hubungan dengan mitra usaha dan konsumen. Penelitian terbaru oleh Daroen et al., (2024) menegaskan bahwa kolaborasi antar pelaku usaha dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dapat meningkatkan efisiensi rantai pasok serta memperluas akses pasar.

Tujuan utama dari strategi pengembangan ini untuk meningkatkan pendapatan, efisiensi, dan keberlanjutan usaha ayam broiler, sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif memenuhi permintaan konsumen yang terus berkembang. Penelitian dari Hadini dan Abadi (2023) menunjukkan bahwa

efisiensi pemasaran dan modernisasi peralatan produksi dapat meningkatkan margin keuntungan dan memperkuat posisi tawar peternak di pasar.

