

## PERENCANAAN BISNIS PETERNAKAN AYAM BOILER CV YONG INTI INDONESIA

**Yossi Rusliyana Putri, Keni Kaniawati**  
(yossirusliyanaputri@gmail.com)  
**Universitas Widyatama Bandung**

### Abstrak

Industri peternakan ayam broiler di Indonesia memiliki peranan strategis dalam mendukung ketahanan pangan nasional dan pemenuhan kebutuhan protein hewani masyarakat. Peningkatan konsumsi daging ayam, pertumbuhan jumlah peternakan unggas, serta dukungan kebijakan pemerintah melalui Program Makan Bergizi Gratis (MBG) 2024–2029 membuka peluang besar bagi pengembangan usaha peternakan ayam broiler. Namun demikian, tingginya fluktuasi harga, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, serta risiko operasional menuntut adanya perencanaan bisnis yang matang dan terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menyusun perencanaan bisnis peternakan ayam broiler pada CV Yong Inti Indonesia dengan mempertimbangkan aspek lingkungan bisnis internal dan eksternal, pemasaran, operasional, sumber daya manusia, keuangan, manajemen risiko, dan legalitas usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif-deskriptif dengan analisis kewirausahaan menggunakan Porter's Five Forces, SWOT, Design Thinking, Timmons Model, dan Business Model Canvas (BMC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha peternakan ayam broiler CV Yong Inti Indonesia memiliki prospek bisnis yang layak dan potensial untuk dikembangkan, didukung oleh permintaan pasar yang meningkat, kebijakan pemerintah yang kondusif, serta lokasi usaha yang strategis di Kabupaten Majalengka. Penerapan perencanaan bisnis yang terintegrasi dan berbasis manajemen modern mampu meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan risiko usaha, serta memperkuat daya saing perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan praktis bagi pelaku usaha agribisnis unggas serta kontribusi akademik dalam pengembangan kajian perencanaan bisnis di sektor peternakan.

**Kata Kunci** : Perencanaan Bisnis; Ayam Broiler; Agribisnis; Manajemen Strategis; Business Model Canvas.

### Abstract

The broiler chicken farming industry in Indonesia plays a strategic role in supporting national food security and fulfilling the population's demand for animal protein. The increasing consumption of chicken meat, the growth in the number of poultry farms, and government policy support through the Free Nutritious Meal Program (MBG) 2024–2029 present significant opportunities for the development of broiler farming businesses. However, high price fluctuations, limited availability of competent human resources, and operational risks require well-structured and comprehensive business planning. This study aims to analyze and develop a business plan for broiler chicken farming at CV Yong Inti Indonesia by considering internal and external business environments, marketing, operations, human resources, finance, risk management, and business legality. The research method employed

is a qualitative-descriptive approach with entrepreneurial analysis using Porter's Five Forces, SWOT analysis, Design Thinking, the Timmons Model, and the Business Model Canvas (BMC). The results indicate that the broiler farming business of CV Yong Inti Indonesia has feasible and promising prospects for development, supported by increasing market demand, favorable government policies, and a strategic business location in Majalengka Regency. The implementation of integrated business planning based on modern management principles can improve operational efficiency, minimize business risks, and strengthen the company's competitiveness. This study is expected to serve as a practical reference for poultry agribusiness practitioners and to contribute academically to the development of business planning studies in the livestock sector.

**Keywords:** Business Planning; Broiler Chicken; Agribusiness; Strategic Management; Business Model Canvas.

## PENDAHULUAN

Industri peternakan ayam broiler merupakan salah satu subsektor strategis dalam pembangunan ekonomi dan ketahanan pangan nasional di Indonesia. Ayam broiler menjadi sumber protein hewani utama masyarakat karena harganya yang relatif terjangkau, waktu produksi yang singkat, serta kandungan gizi yang tinggi. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa konsumsi daging ayam ras nasional terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan pertumbuhan penduduk, peningkatan pendapatan masyarakat, serta perubahan pola konsumsi menuju pangan berprotein tinggi. Kondisi ini mencerminkan besarnya peluang pasar bagi pengembangan usaha peternakan ayam broiler secara berkelanjutan.

Dari perspektif bisnis, usaha peternakan ayam broiler memiliki karakteristik perputaran modal yang cepat dengan siklus produksi berkisar antara 30–40 hari. Dengan penerapan manajemen operasional yang efisien, pengendalian biaya pakan, serta penerapan teknologi peternakan modern seperti sistem kandang tertutup (closed house), tingkat produktivitas dan profitabilitas usaha dapat ditingkatkan secara signifikan. Namun demikian, usaha ini juga dihadapkan pada berbagai tantangan, antara lain fluktuasi harga ayam dan pakan, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, risiko penyakit ternak, serta persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha.

Dukungan kebijakan pemerintah, khususnya melalui Program Makan Bergizi Gratis (MBG) periode 2024–2029, semakin memperkuat prospek industri ayam

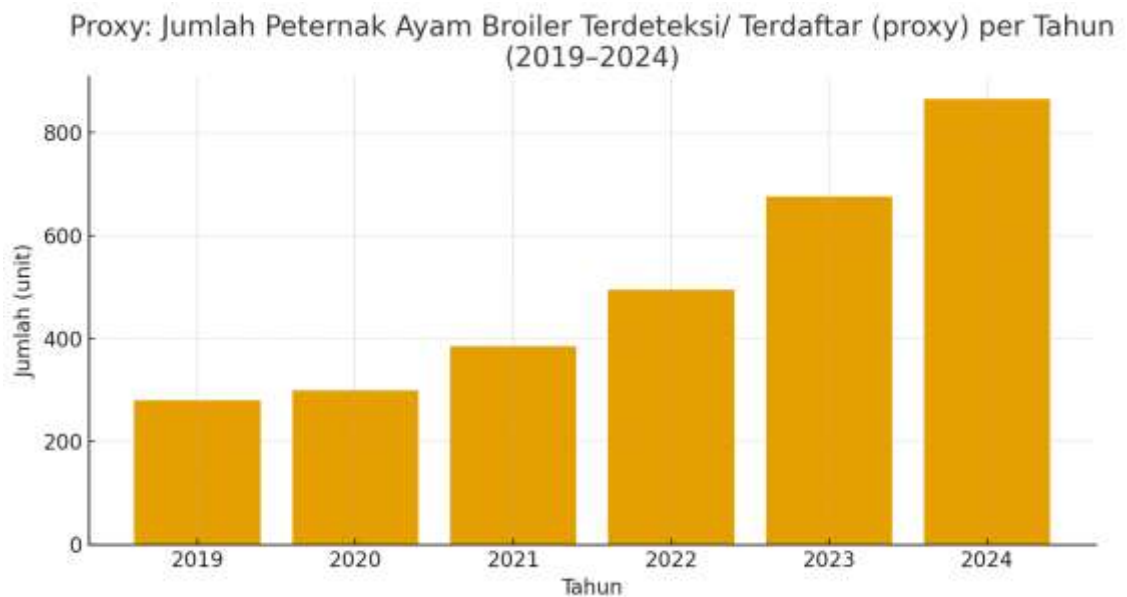
broiler nasional. Program ini diproyeksikan meningkatkan permintaan daging ayam secara signifikan sebagai sumber protein hewani utama dalam penyediaan makanan bergizi bagi masyarakat. Selain itu, pemerintah juga mendorong pengembangan sektor peternakan melalui fasilitasi pembiayaan, penerapan Good Farming Practices (GFP), serta peningkatan legalitas dan tata kelola usaha peternakan. Kondisi tersebut membuka peluang besar bagi pelaku usaha baru maupun pengembangan peternakan mandiri yang dikelola secara profesional.

CV Yong Inti Indonesia merupakan salah satu pelaku usaha yang melihat peluang tersebut dengan mengembangkan usaha peternakan ayam broiler secara mandiri di Kabupaten Majalengka, Jawa Barat. Wilayah ini memiliki potensi besar dari sisi ketersediaan lahan, bahan baku pakan, tenaga kerja, serta dukungan infrastruktur logistik yang memadai. Namun, untuk

memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha, diperlukan perencanaan bisnis yang komprehensif agar seluruh aspek manajerial, operasional, keuangan, dan risiko usaha dapat dikelola secara optimal.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menyusun dan menganalisis perencanaan bisnis peternakan ayam broiler pada CV Yong Inti Indonesia dengan menggunakan pendekatan manajemen strategis dan kewirausahaan. Analisis dilakukan melalui penerapan Porter's Five Forces, SWOT, Design Thinking, Timmons Model, dan Business Model Canvas (BMC) untuk menilai kelayakan usaha serta merumuskan strategi bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha agribisnis unggas .

Tren perkembangan jumlah peternakan unggas di Indonesia selama periode **2019–2024** dapat dilihat pada grafik berikut:



### Tujuan Penelitian

Dalam rangka perencanaan peternakan ayam boiler CV yong Inti Indonesia penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai tujuan strategis yang akan menjadi fokus utama dalam Upaya meningkatkan kinerja dan pertumbuhan bisnis Perusahaan ini. Terkait dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis perencanaan bisnis yang dapat diterapkan Perusahaan untuk menjalankan perencanaan peternakan ayam boiler CV Yong Inti Indonesia dengan faktor internal dan eksternalnya seperti aspek-aspek lingkungan bisnis,

pemasaran, operasional, sumber daya manusia, keuangan, manajemen resiko dan aspek legalitasnya.

2. Menganalisis perencanaan bisnis peternakan ayam boiler CV Yong Inti Indonesia layak berdasarkan aspek-aspek kewirausahaan yang menggunakan *Design Thinking*, *SWOT*, *Timmons Model*, dan *Bussiness Model Canvas* (BMC) dilihat dari segi keuangan, peluang pasar, operasional, sumber daya, dan tim manajemen.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Charismana dkk. (2022), Metode penelitian kualitatif adalah metode yang mendalami dan berfokus pada ilmu pengetahuan sosial melalui perspektif pengalaman manusia serta memahami fenomena gejala sosial yang menitikberatkan pada gambaran atau deskripsi.

Metode kualitatif digunakan karena masalah atau isu pada penelitian perlu dieksplorasi untuk mempelajari kelompok atau populasi dan mengidentifikasi variabel yang tidak dapat diukur dengan mudah, untuk mendapatkan pemahaman atas masalah yang kompleks dan terperinci.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2019) teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data antara lain:

1. Pertama data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari narasumber asli dan data dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sesuai dengan keinginan peneliti. Adapun

cara dilakukan untuk pengumpulan data primer sebagai berikut:

- a. Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.
- b. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan fenomena atau permasalahan yang harus diteliti dan ingin mengetahui hal-hal mendalam yang bisa didapatkan dari responden dan jumlah responden kecil atau sedikit

2. Kedua data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti atau melalui pihak lain. Data sekunder biasanya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (dokumen) yang dapat dipublikasikan atau tidak dapat dipublikasikan. Adapun cara yang dilakukan dalam teknik pengambilan data sekunder sebagai berikut:

- a. Penelitian kepustakaan (library research) merupakan

pengumpulan data atau informasi yang bisa dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur atau sumber-sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, buku-buku yang berkaitan dengan objek yang diteliti bertujuan untuk mengetahui teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, jurnal, dan hasil penelitian

terdahulu yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti.

- b. Internet merupakan cara mengumpulkan data dengan mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang dipublikasikan di internet, baik yang berbentuk jurnal, makalah maupun karya tulis.

**Tabel 3.2 Instrumen dan Proses Pengumpulan Data**

<b>Instrumen Pengumpulan Data</b>	<b>Proses Pengumpulan Data</b>
<b>Data Premier</b>	
Obsevasi	Melakukan pengamatan langsung dengan perencanaan bisnis, melakukan wawancara dan dokumentasi
<b>Data Sekunder</b>	
Studi Literatur	Hasil penelitian terdahulu, internet, seperti : situs Lembaga resmi Biro Pusat Statistik (BPS) dan media ulasan konsumen yang berkaitan dengan perencanaan bisnis ini.

### **Analisis SWOT**

Menurut Liana Dwi Septiningrum (2021) Proses pembuatan rencana dan kebijakan strategis melalui analisis SWOT sebagai ekspresi strategi yang diterapkan

untuk mencapai tujuan bisnis dalam jangka pendek dan jangka panjang berkaitan dengan manajemen strategis. Hal ini dapat digunakan sebagai alat improvisasi kinerja, pencapaian, dan keunggulan kompetitif bisnis, seperti

halnya proses perencanaan yang baik, yang terdiri dari tahap Perumusan, Penerapan, dan Evaluasi Berkala. Analisis SWOT menurut Canestrino, et al dalam Kaniawati, et al (2021) merupakan identitas berbagi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada hubungan antara berbagai factor internal dan faktor eksternal suatu organisasi atau perusahaan. Analisis tersebut dipetakan untuk menghasilkan antara peluang, kekuatan, kelemahan serta ancaman yang ada dalam bisnis tersebut. Analisis SWOT ini bertujuan untuk membantu bisnis tersebut dapat mengembangkan usaha dengan baik dari segala faktor yang dapat mempengaruhi bisnis tersebut.

- a. *Strengths* (Kekuatan) situasi atau kondisi internal yang merupakan kekuatan dari perusahaan.
- b. *Weaknesses* (Kelemahan) situasi atau kondisi internal yang merupakan kelemahan dari perusahaan.
- c. *Opportunities* (Peluang) situasi atau kondisi internal yang merupakan peluang dari perusahaan.
- d. *Threats* (Ancaman) situasi atau kondisi internal yang merupakan ancaman dari perusahaan.

## HASIL

CV. Yong Inti Indonesia merupakan perusahaan yang akan bergerak di bidang agribisnis dan peternakan modern. dengan fokus utama pada produksi ayam broiler berkualitas tinggi. Akan didirikan dengan semangat kemandirian dan inovasi, CV. Yong Inti Indonesia berkomitmen untuk menjadi salah satu pelaku utama dalam penyediaan daging ayam yang sehat, higienis, dan bernilai gizi tinggi bagi masyarakat Indonesia.

Berbekal pengalaman dan riset mendalam terhadap kebutuhan pasar, CV. Yong Inti Indonesia hadir sebagai solusi dalam menjawab meningkatnya permintaan protein hewani di Indonesia. Kami menerapkan sistem close house farming dengan teknologi pengendalian suhu dan ventilasi otomatis untuk menjaga kesejahteraan ternak dan produktivitas optimal.

Selain berorientasi pada keuntungan bisnis, CV Yong Inti Indonesia juga memiliki visi sosial untuk mendukung ketahanan pangan nasional serta mendukung program pemerintah seperti Makan Bergizi Gratis yang akan berjalan dalam lima tahun ke depan. Dengan memadukan aspek efisiensi produksi, kesejahteraan

hewan, dan keberlanjutan lingkungan, kami yakin dapat berkontribusi nyata dalam membangun masa depan pangan Indonesia yang mandiri dan berdaya saing.

CV Yong Inti Indonesia percaya bahwa keberhasilan bukan hanya diukur dari hasil produksi, tetapi juga dari integritas, tanggung jawab, dan kemitraan yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, CV. Yong Inti Indonesia selalu membuka peluang kerja sama dengan investor, peternak mitra, dan lembaga pemerintah untuk menciptakan ekosistem agribisnis yang berkelanjutan. Yang mana yang menjadi Target pasar CV. Yong Inti Indonesia adalah Rumah Pematangan Ayam Fresh (RPA) Dan yang menjadi Kompetitor nya adalah Peternak ayam broiler lainnya

#### **a. Visi**

Menjadi perusahaan peternakan ayam broiler terdepan di Indonesia yang berorientasi pada kualitas, efisiensi, dan keberlanjutan pangan nasional.

#### **b. Misi**

1. Menghasilkan daging ayam broiler yang sehat, higienis, dan bernilai gizi tinggi.

2. Menerapkan sistem peternakan modern berbasis teknologi close house.
3. Menjalinkan kemitraan yang saling menguntungkan dengan peternak dan investor.
4. Berkontribusi pada program pemerintah dalam mendukung ketahanan pangan nasional.
5. Mengembangkan SDM yang profesional, inovatif, dan berintegritas

#### **c. Tujuan**

##### **Tujuan Jangka Pendek**

1. Mencapai tingkat pertumbuhan optimal, Ayam mencapai bobot panen sesuai standar ( $\pm 1,8-2,5$  kg) dalam waktu 30–35 hari.
2. Menekan angka kematian (mortalitas), Menjaga mortalitas serendah mungkin, idealnya  $\leq 5\%$  selama satu periode pemeliharaan.
3. Efisiensi pakan (FCR rendah), Menghasilkan Feed Conversion Ratio (FCR) yang baik ( $\pm 1,4-1,7$ ), sehingga biaya pakan lebih efisien.
4. Menjaga kesehatan ayam, Mencegah dan mengendalikan

penyakit melalui biosekuriti, vaksinasi, dan manajemen kandang yang baik.

5. Kualitas kandang dan manajemen terjaga, Suhu, kelembapan, ventilasi, dan kepadatan kandang sesuai standar agar ayam tidak stres.
6. Panen tepat waktu dan seragam, Ayam dipanen sesuai umur panen dengan bobot relatif seragam untuk memenuhi permintaan pasar.
7. Mencapai keuntungan dalam satu siklus, Biaya produksi (DOC, pakan, obat, tenaga kerja) lebih rendah dibandingkan hasil penjualan ayam.
8. Evaluasi dan pencatatan produksi, Mendapatkan data performa (bobot, FCR, mortalitas) sebagai dasar perbaikan siklus berikutnya.

#### **d. Tujuan Jangka Panjang**

1. Meningkatkan keberlanjutan usaha, Menjadikan peternakan ayam broiler sebagai usaha yang stabil, berkelanjutan, dan mampu bertahan dalam jangka waktu lama.
2. Meningkatkan kapasitas dan skala produksi, Memperluas jumlah kandang dan populasi ayam untuk meningkatkan volume produksi dan memenuhi permintaan pasar.
3. Meningkatkan keuntungan dan efisiensi usaha, Menekan biaya produksi secara konsisten dan meningkatkan margin keuntungan dari setiap siklus pemeliharaan.
4. Menjaga kualitas dan mutu produk, Menghasilkan ayam broiler yang sehat, berkualitas, aman dikonsumsi, dan sesuai standar pasar serta regulasi.
5. Menerapkan manajemen dan teknologi modern, Mengadopsi sistem kandang modern (closed house), manajemen pakan, dan teknologi pemantauan untuk meningkatkan produktivitas.
6. Membangun kemitraan dan jaringan pemasaran, Menjalin kerja sama dengan perusahaan integrator, rumah potong ayam (RPA), dan pasar distribusi yang luas.
7. Meningkatkan sumber daya manusia (SDM), Meningkatkan

- keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja melalui pelatihan dan penerapan SOP yang baik.
8. Menjaga kesehatan lingkungan dan biosekuriti, Mengelola limbah peternakan dengan baik dan menerapkan biosekuriti ketat untuk mencegah penyakit.
  9. Membangun citra usaha yang baik, Menjadi peternakan ayam broiler yang dipercaya oleh mitra, konsumen, dan masyarakat sekitar

**e. Logo Perusahaan**

Gambar 4.1 Logo CV Yong Inti Indonesia



Sumber dibuat oleh peneliti, 2025

Logo merupakan elemen visual penting yang menjadi identitas peternakan CV Yong Inti Indonesiadan sebagai bagian dari strategi komunikasi, logo ini juga

mencerminkan perusahaan peternakan ayam yang profesional, berorientasi pada kualitas, berkelanjutan, dan terus bertumbuh, dengan identitas yang kuat,

sederhana, dan elegan. Berikut adalah penjelasan mengenai elemen-elemen peetrnakan CV Yong Inti Indonesia :

1. Simbol Huruf “Y”

Huruf “Y” melambangkan Yong, sebagai identitas utama perusahaan. Bentuknya dibuat mengalir dan sederhana, mencerminkan pertumbuhan, fleksibilitas, dan kesinambungan usaha.

2. Kepala Ayam

Kepala ayam merepresentasikan bidang usaha peternakan ayam. Ayam melambangkan kehidupan, produktivitas, ketahanan, dan sumber pangan. Posisi kepala yang tegak mencerminkan kewaspadaan, profesionalisme, dan kualitas.

3. Warna Emas (Gold)

Warna emas melambangkan kemakmuran, kualitas premium, keberhasilan, dan nilai tinggi. Menunjukkan komitmen perusahaan dalam menghasilkan produk unggulan dan berdaya saing.

4. Warna Merah pada Jengger Ayam

Warna merah melambangkan semangat, energi, keberanian, dan kerja keras dalam menjalankan usaha.

5. Rangkaian Padi

Padi melambangkan sumber pakan, kesejahteraan, dan keberlanjutan. Juga bermakna harapan akan hasil panen dan usaha yang terus berkembang.

6. Tipografi Tegas dan Elegan

Huruf kapital pada nama perusahaan menunjukkan kekuatan, kepercayaan, dan profesionalitas. Penulisan “INDONESIA” menegaskan identitas nasional dan komitmen membangun usaha dalam negeri.

**4.1 Perencanaan bisnis yang diterapkan pada peternakan ayam boiler CV Yong Inti Indonesia dengan faktor internal dan eksternal seperti aspek lingkungan bisnis, pemasaran, operasional, sumber daya manusia, keuangan, manajemen resiko, dan aspek legalitasnya**

**4.2.1 Analisis Lingkungan**

**4.2.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal**

Analisis lingkungan eksternal ini bertujuan dalam memberikan

pemahaman secara mendalam mengenai faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi bisnis Peternakan CV Yong Inti Indonesia. Analisis ini penting untuk membantu dalam identifikasi peluang serta ancaman yang berasal dari luar organisasi yang dapat mempengaruhi strategi dan keputusan bisnis.

a. Analisa Pada Aspek natural Environment

Peternakan CV Yong Inti Indonesia, sebagai peternakan ayam boiler harus mempertimbangkan dampak lingkungan dari Lokasi kandang yang akan digunakan. Selain itu pemilihan lokasi yang strategis, jauh dari premanisme dan pengelolaan limbah yang efisien, dan keterlibatan komunitas dapat mempengaruhi biaya operasional dan kualitas budidaya ayam boiler.

b. Analisa Pada Aspek Societal Environment

Aspek sosial mempengaruhi keberhasilan Peternakan CV Yong Inti Indonesia dalam menciptakan hubungan dengan Masyarakat sekitar yang mempengaruhi proses selama budidaya ayam boiler.

1) General Forces.

Pertumbuhan penduduk Indonesia yang tinggi menjaga permintaan ayam tetap stabil selain serta perubahan gaya hidup yang mengarah pada konsumsi cepat saji meningkatkan kebutuhan ayam broiler, dan urbanisasi mendorong peningkatan konsumsi di kota dan memberi peluang perluasan pasar. Selain itu isu global food security membuat usaha protein hewani seperti ayam semakin strategis dan kesadaran kesehatan & keamanan pangan makin meningkat sehingga mendorong peternakan untuk memproduksi ayam yang aman, higienis, dan bebas residu.

2) Politik

Pemerintah Indonesia mendorong perkembangan sektor peternakan melalui Program ketahanan pangan, insentif usaha tani ternak, serta program terbaru Presiden Prabowo yaitu MBG (Makan Siang Gratis) yang akan dilaksanakan selama Bapak Prabowo menjabat yaitu 5 tahun.

Stabilitas politik nasional secara umum mendukung perkembangan usaha peternakan.

### 3) Ekonomi

Ayam broiler adalah sumber protein paling terjangkau, sehingga permintaannya elastis terhadap ekonomi masyarakat. Saat kondisi ekonomi melemah, konsumsi daging ayam cenderung tetap stabil karena menjadi pilihan protein murah.

### 4) Sosial

Keberadaan peternakan ayam broiler memberikan dampak sosial yang beragam bagi masyarakat sekitar. Di satu sisi, peternakan ayam broiler berkontribusi positif dengan membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, serta mendorong pertumbuhan ekonomi pedesaan. Selain itu, kegiatan peternakan dapat memperkuat hubungan sosial melalui kerja sama dan kemitraan antara peternak, pekerja, dan pihak terkait. Namun di sisi lain,

usaha peternakan ayam broiler juga berpotensi menimbulkan permasalahan sosial seperti gangguan bau, kebisingan, serta konflik dengan masyarakat apabila pengelolaan lingkungan dan komunikasi sosial tidak dilakukan secara optimal. Oleh karena itu, keberlanjutan usaha peternakan ayam broiler sangat bergantung pada penerimaan sosial masyarakat, yang dapat diwujudkan melalui pengelolaan peternakan yang bertanggung jawab, kepatuhan terhadap peraturan, serta pembangunan hubungan yang harmonis dengan lingkungan sosial sekitar.

### 5) Teknologi

Kemajuan dalam teknologi dan digital dapat membantu peternakan CV Yong Inti Indonesia dalam meningkatkan efisiensi dan menghasilkan ayam yang lebih berkualitas dan meminimalisir mortalitas. Perkembangan teknologi mempercepat modernisasi peternakan broiler:

- a. Kandang close house dengan kontrol suhu & ventilasi otomatis.
  - b. Sistem manajemen pakan otomatis untuk efisiensi FCR.
  - c. Biosecurity berbasis sensor (CCTV, kontrol akses, monitoring amonia).
  - d. Software farm management untuk pemantauan pertumbuhan, mortalitas, dan feed intake.
  - e. Genetika ayam broiler modern yang lebih efisien.
  - f. Cold chain system untuk memastikan kualitas ayam tetap terjaga saat pengiriman.
- 6) Law
- Regulasi tentang penggunaan DOC, pakan, vaksin, bahan pendukung lainnya dan standar keamanan produk dapat mempengaruhi operasional. Hukum terkait produksi dan Kesehatan hewani juga penting untuk memastikan bahwa ayam boiler yang dihasilkan aman dan berkualitas. Hukum terkait produksi dan Kesehatan hewani diatur dalam UU No. 18 Tahun 2009 jo. UU No.
- 41 Tahun 2014 – Peternakan & Kesehatan Hewan
- c. Analisa Pada Aspek Task Environment (4C)
    - 1) Customer  
Kebutuhan utama pelanggan kualitas karkas baik (warna cerah, tidak lebam, ukuran stabil), harga kompetitif, ketersediaan pasokan stabil, kebersihan, sertifikasi halal, dan keamanan pangan, ketepatan pengiriman dan pola konsumsi ayam yang tinggi di Indonesia membuat pasar sangat potensial dan terus meningkat. Segmentasi target pasar peternakan ayam boiler CV Yong Inti Indonesia sangat luas dan stabil serta memiliki karakter dan kebutuhan yang beragam diantaranya:
      - a) Pedagang pasar tradisional membutuhkan ayam hidup / ayam potong dengan suplai rutin dan harga stabil.
      - b) Rumah makan, restoran, dan katering membutuhkan kualitas karkas yang konsisten, ukuran

seragam, dan supply berkelanjutan.

c) Perusahaan pengolahan makanan (frozen food, nugget, sosis)

membutuhkan ayam dalam jumlah besar dengan standar mutu dan keamanan pangan tinggi.

d) Retail modern & e-commerce membutuhkan ayam kemasan yang higienis, bersertifikasi, dan memiliki umur simpan baik.

e) Rumah tangga konsumen akhir yang dipengaruhi harga, kebersihan, dan ketersediaan.

## 2) Competitor

Industri ayam broiler cukup kompetitif dengan berbagai tipe competitor peternakan besar terintegrasi misal: Charoen Pokphand, Japfa yang memiliki keunggulan modal, teknologi, pakan sendiri, dan kemitraan luas. Ada juga peternakan menengah yang memiliki kandang semi-

modern, fokus pada kualitas dan efisiensi, kemudian peternakan kecil (mandiri) yang menjual ayam hidup ke pasar tradisional dengan volume lebih kecil seperti peternak mitra (plasma) yang produksinya stabil karena didukung perusahaan integrator. Yang mempengaruhi faktor persaingannya adalah harga jual ayam hidup/karkas, FCR (Feed Conversion Ratio) & efisiensi produksi, biosecurity & manajemen Kesehatan, konsistensi pasokan dan hubungan dengan pengepul / distributor. Walaupun kompetitif, peluang budidaya peternakan ayam boiler CV Yong Inti Indonesia tetap besar karena konsumsi ayam nasional terus meningkat karena adanya program pemerintah MBG (Makan Bergizi Gratis).

## 3) Channel of Distribution.

Budidaya peternakan ayam boiler CV Yong Inti Indonesia akan langsung diambil oleh Perusahaan yang bekerja sama dengan CV Yong Inti Indonesia pada saat masa panen

tiba peternakan CV Yong Inti Indonesia tidak perlu repot atau sulit untuk mencari customer karena sudah pasti diambil oleh Perusahaan, tetapi peternakan CV Yong Indonesia juga bisa menjual langsung ke pengepul dan ke end customer apabila ingin mendapatkan penghasilan yang lebih besar.

#### 4) Center/Supplier.

Bisnis budidaya peternakan ayam boiler CV Yong Inti Indonesia akan sangat menekankan pemasok terkait konsistensi kualitas DOC, kestabilan harga pakan (faktor paling sensitif) dan ketepatan pengiriman karena hal tersebut sangat menentukan pertumbuhan dan mortalitas dan kekuatan hubungan dengan supplier sangat menentukan efisiensi produksi dan profitabilitas

#### Kesimpulan

Berdasarkan data dan hasil pembahasan perencanaan bisnis peternakan ayam boiler CV Yong Inti Indonesia yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan bisnis yang disusun

mencerminkan kelayakan dan potensi pengembangan usaha yang kuat, sebagaimana dijelaskan dalam poin-poin berikut ini:

1. Kondisi lingkungan eksternal usaha peternakan ayam broiler CV. Yong Inti Indonesia menunjukkan peluang yang lebih besar dibandingkan ancaman.

Hasil analisis matriks EFAS menunjukkan bahwa total skor peluang sebesar **1,60** lebih tinggi dibandingkan total skor ancaman sebesar **0,94**. Peluang utama berasal dari meningkatnya konsumsi ayam nasional, program pemerintah Makan Bergizi Gratis (MBG), serta posisi ayam broiler sebagai sumber protein hewani paling terjangkau bagi masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara eksternal usaha peternakan ayam broiler memiliki prospek pasar yang sangat potensial dan berkelanjutan.

2. Dari sisi internal, CV. Yong Inti Indonesia memiliki kekuatan yang lebih dominan

dibandingkan kelemahan. Hasil analisis matriks IFAS menunjukkan total skor kekuatan sebesar **1,93**, lebih tinggi dibandingkan total skor kelemahan sebesar **0,88**. Kekuatan utama perusahaan terletak pada lokasi kandang yang strategis dan aman, penguasaan teknis budidaya ayam broiler, penerapan teknologi kandang close house, serta penggunaan DOC berkualitas. Sementara itu, kelemahan utama perusahaan meliputi tingginya biaya investasi teknologi, ketergantungan pada supplier DOC dan pakan, serta kebutuhan pengawasan operasional yang intensif.

3. Hasil pemetaan matriks SWOT menempatkan CV. Yong Inti Indonesia pada Kuadran I (Strategi Agresif). Perhitungan koordinat SWOT menghasilkan nilai **X = 1,05** dan **Y = 0,66**, yang menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kondisi yang kuat secara internal dan memiliki peluang eksternal yang

besar. Posisi ini merekomendasikan penerapan **strategi agresif (Strength–Opportunity)**, yaitu strategi yang berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar secara optimal.

4. Strategi pengembangan usaha yang direkomendasikan mencakup strategi agresif, diversifikasi, defensif, dan turnaround. Strategi agresif diarahkan pada peningkatan kapasitas produksi, optimalisasi teknologi peternakan modern, peningkatan efisiensi produksi melalui pengendalian mortalitas dan FCR, serta dukungan terhadap program pemerintah MBG. Strategi diversifikasi difokuskan pada penguatan kualitas produk dan biosecurity untuk menghadapi persaingan integrator besar. Strategi defensif dan turnaround ditujukan untuk mengatasi kelemahan internal, seperti ketergantungan SDM kunci, stabilisasi pasokan DOC dan pakan, serta perbaikan sistem

SOP dan manajemen operasional.

kemitraan jangka panjang, dan pemanfaatan teknologi.

5. Hasil analisis kelayakan finansial menunjukkan bahwa usaha peternakan ayam broiler CV. Yong Inti Indonesia layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Nilai R/C Ratio > 1, Payback Period sekitar 1 tahun, NPV bernilai **positif**, serta **IRR sebesar 44%** yang jauh melebihi tingkat diskonto, menunjukkan bahwa usaha ini menguntungkan secara finansial dan memiliki tingkat risiko yang relatif rendah.
6. Business Model Canvas (BMC) menunjukkan bahwa model bisnis CV. Yong Inti Indonesia telah tersusun secara komprehensif dan saling terintegrasi. BMC memperlihatkan kesesuaian antara segmen pelanggan, proposisi nilai, aktivitas utama, sumber daya, kemitraan, serta struktur biaya dan pendapatan. Model bisnis ini mendukung keberlanjutan usaha dengan menekankan kualitas produk, efisiensi operasional, hubungan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Konsumsi daging ayam ras per kapita di Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Canestrino, R., Magliocca, P., & Bonfanti, A. (2020). *Entrepreneurial strategies and SWOT analysis in business development*. Springer.
- Charismana, D., Kaniawati, K., & Rusliyana Putri, Y. (2022). Pendekatan penelitian kualitatif dalam kajian manajemen dan kewirausahaan. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 14(1), 45–56.
- Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kaniawati, K., Septiningrum, L. D., & Canestrino, R. (2021). Analisis SWOT sebagai alat perumusan strategi bisnis berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Strategis*, 10(2), 101–112.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. John Wiley & Sons.

Porter, M. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. Harvard Business Review.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2018). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (10th ed.). McGraw-Hill Education.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan.