

ABSTRAK

RIFALDI GUNAWAN. 105051100922. Strategi Pengembangan Bisnis Komoditas Ayam Kampung (Studi Kasus Perseroan Terbatas (PT) Surya Pangan Indonesia). Dibimbing oleh **JUMIATI** dan **NURDIN**.

PT. Surya Pangan Indonesia sebagai peternakan pilihan utama bagi sebagian besar pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen langsung, dan restoran olahan ayam kampung yang berada di sekitaran Kota Makassar dan Kabupaten Gowa. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis strategi alternatif dan prioritas yang dapat diterapkan dalam pengembangan bisnis komoditas ayam kampung di peternakan PT. Surya Pangan Indonesia. Penelitian ini dilakukan di Peternakan Ayam Kampung PT. Surya Pangan Indonesia yang terletak di Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Gowa. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini ada 2, yakni analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) untuk menentukan strategi alternatif dan analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 11 strategi alternatif yang dihasilkan oleh analisis SWOT yaitu; 1) Meningkatkan produksi ayam kampung, 2) Mengembangkan wilayah pemasaran, 3) Mengoptimalkan potensi sumberdaya alam, sumberdaya manusia, dan sumberdaya peralatan yang ada, 4) Menciptakan dan mengembangkan teknologi pengolahan ayam kampung, 5) Pembinaan mitra peternak untuk budidaya ayam kampung, 6) Meningkatkan kuantitas dan kualitas tenaga kerja, 7) Penyediaan sarana pengolahan pakan alternatif untuk ayam kampung, 8) Meningkatkan kualitas dan ilmu pengetahuan para karyawan dan ABK melalui pelatihan, 9) Menciptakan kawasan khusus budidaya indukan dan penetasan DOC ayam kampung, 10) Meningkatkan pengawasan terhadap kesehatan dan kesterilan kandang, dan 11) Melakukan koordinasi dan kerjasama antara peternak lain, penyedia sarana produksi, pedagang, dan lembaga permodalan. Sedangkan AHP menghasilkan satu strategi prioritas pengembangan bisnis komoditas ayam kampung di peternakan PT. Surya Pangan Indonesia yakni mengoptimalkan sumberdaya alam, sumberdaya manusia, dan sumberdaya peralatan yang ada dengan nilai 0.110.

Kata Kunci : Strategi, prioritas, pengembangan bisnis, ayam kampung.