

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM merupakan jenis usaha yang dijalankan oleh individu atau badan usaha dengan skala kecil hingga mikro, sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Berdasarkan pengertian tersebut, UMKM dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok utama, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Dengan klasifikasi tersebut, pemerintah pun berharap UMKM bisa berperan dalam membangun perekonomian nasional, termasuk pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar (Wijoyo dkk., 2021:3).

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi yang luas bagi masyarakat, serta mendukung pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional. UMKM juga dianggap sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus mendapatkan dukungan, perlindungan, serta pengembangan maksimal sebagai bentuk keberpihakan terhadap usaha ekonomi rakyat, tanpa mengesampingkan peran Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Sementara itu, UU No. 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai usaha perdagangan yang dijalankan oleh individu dan berorientasi pada kegiatan ekonomi produktif, sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam undang-undang. Oleh karena itu, untuk mengidentifikasi jenis usaha yang sedang dijalankan, perlu memperhatikan kriteria yang berlaku.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi besar terhadap tenaga kerja, Produk Domestik Bruto (PDB), dan ekspor. UMKM mendominasi sektor usaha di Indonesia, mencakup hampir seluruh pelaku usaha dengan jumlah lebih dari 64 juta unit, menjadikannya yang terbesar di kawasan ASEAN. Namun, meskipun jumlahnya sangat besar, mayoritas UMKM masih tergolong usaha mikro, dengan

68% di antaranya beromzet kurang dari Rp 50 juta per tahun dan 31% masih mencatatkan laba bersih di bawah Rp 1 juta per bulan. Dampak pandemi Covid-19 juga masih terasa, di mana rata-rata penjualan UMKM turun hingga 30%, sehingga banyak pelaku usaha yang masih berupaya bangkit dan meningkatkan pendapatannya.

Memasuki tahun 2025, UMKM Indonesia diperkirakan akan menghadapi tantangan besar. IMF memperkirakan pertumbuhan ekonomi global hanya mencapai 3,2%, ditambah dengan ketidakstabilan geopolitik serta potensi perang dagang yang dapat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia, termasuk sektor UMKM. Meski menghadapi berbagai tantangan, UMKM Indonesia tetap memiliki ketahanan tinggi, sebagaimana terbukti dari kemampuannya bertahan pasca-pandemi. Di sisi lain, tahun 2025 juga membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang. Salah satu peluang diantaranya program pemerintah, seperti Asta Cita yang mendukung UMKM melalui berbagai kebijakan sosial dan ekonomi. Pengembangan hilirisasi ekonomi, yang membuka kesempatan bagi UMKM untuk terlibat dalam rantai pasok industri.

Dengan berbagai tantangan dan peluang tersebut, tahun 2025 menjadi momen penting bagi UMKM Indonesia untuk membuktikan ketahanannya dan berkembang lebih jauh. Dukungan dari pemerintah, swasta, serta kerja keras pelaku usaha akan menjadi faktor utama dalam memastikan pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional.

Kabupaten Bogor, salah satu wilayah terbesar di Jawa Barat dengan luas 2.991 km², terdiri dari 40 kecamatan dan berbatasan dengan Sukabumi hingga Bekasi. Kabupaten ini dikenal sebagai penghasil utama ayam broiler atau ras pedaging di Jawa Barat.

Usaha ayam potong merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang memiliki prospek cukup menjanjikan seiring dengan meningkatnya konsumsi daging ayam di Indonesia. Berdasarkan artikel dari PanturaPost.com, pada tahun 2023, total populasi ayam ras pedaging di Kabupaten Bogor mencapai 27,8 juta ekor. Populasi ini tersebar di berbagai kecamatan, dengan sepuluh kecamatan memiliki jumlah tertinggi diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.1 Populasi Ayam di Kabupaten Bogor

No	Kecamatan	Pupoulasi Ayam Broiler (ekor)
1	Nanggung	5.198.120
2	Tanjungsari	2.357.068
3	Parungpanjang	2.294.646
4	Pamijahan	1.568.772
5	Caringin	1.300.368
6	Rumpin	1.296.257
7	Sukamakmur	1.224.819
8	Cigudeg	1.203.029
9	Cariu	1.171.970
10	Rancabungur	1.074.617

Sumber: PanturaPost.com dalam Buku Kabupaten Bogor

Berdasarkan tabel diatas, Kabupaten Bogor merupakan salah satu daerah penghasil ayam broiler terbesar di Jawa Barat, dengan total populasi mencapai 27,8 juta ekor pada tahun 2023. Kecamatan Caringin, sebagai salah satu kontributor utama, memiliki populasi ayam broiler sebanyak 1.300.368 ekor, menempatkannya di peringkat kelima dari sepuluh kecamatan dengan populasi tertinggi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor peternakan ayam broiler memainkan peran penting dalam perekonomian lokal Kecamatan Caringin. Namun, meskipun terdapat populasi ayam broiler yang signifikan, UMKM di sektor ini menghadapi berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka.

Sebagai produsen unggas terbesar di Indonesia, Jawa Barat berkontribusi hampir 23% terhadap produksi unggas nasional, terutama daging dan telur ayam. Meskipun demikian, tingkat konsumsi daging ayam di Jawa Barat belum setinggi negara-negara tetangga. Pada tahun 2021, konsumsi daging ayam per kapita di Jawa Barat mencapai 8,14 kg per tahun, sedikit lebih tinggi dari rata-rata nasional sebesar 7,9 kg per kapita per tahun. Namun, angka ini masih jauh di bawah Malaysia yang mencapai sekitar 34 kg per kapita per tahun. Rendahnya tingkat konsumsi protein hewani di Jawa Barat berkontribusi terhadap masalah stunting yang masih banyak

ditemui di wilayah tersebut. Hal ini disebabkan oleh kurangnya edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya mengonsumsi protein hewani, khususnya daging ayam. Dengan kondisi ini, peluang usaha ayam potong semakin terbuka lebar, terutama bagi pedagang yang mengambil stok langsung dari supplier dan menjualnya ke konsumen secara langsung.

Populasi ayam broiler di Indonesia juga terus bertambah dengan laju pertumbuhan rata-rata 1,45% per tahun. Pada tahun 2024, jumlah populasi ayam broiler diperkirakan mencapai 3,12 miliar ekor dengan produksi daging ayam sebesar 3,39 juta ton. Tren ini diperkirakan terus meningkat hingga tahun 2027, di mana produksi daging ayam diproyeksikan mencapai 3,65 juta ton.

Peningkatan konsumsi ini tidak hanya mencerminkan pertumbuhan populasi ayam broiler, tetapi juga menunjukkan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap daging ayam sebagai sumber protein hewani yang mudah diakses. Daging ayam semakin digemari karena dapat diolah dengan cepat serta sesuai dengan berbagai selera masyarakat.

Namun di balik peluang tersebut, usaha ayam potong juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu kendala utama adalah fluktuasi harga dari supplier yang sering berubah akibat faktor eksternal seperti harga pakan, permintaan pasar, dan kebijakan pemerintah. Selain itu, persaingan dengan pedagang lain serta perubahan tren konsumsi masyarakat, yang mulai beralih ke pembelian di supermarket atau secara daring, menjadi tantangan tersendiri bagi pedagang tradisional.

Selain itu, faktor kualitas dan kesegaran ayam juga menjadi perhatian utama. Usaha ayam potong harus memastikan ayam yang dijual tetap segar dan layak konsumsi, terutama jika fasilitas penyimpanan terbatas. Ditambah lagi, keterlambatan pasokan dari supplier dapat menyebabkan stok berkurang dan mempengaruhi kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan usaha yang tepat agar usaha ini tetap dapat bertahan dan bersaing secara efektif di pasar.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan strategi usaha ayam potong adalah analisis SWOT (Strengths,

Weaknesses, Opportunities, Threats). Dengan menganalisis faktor internal dan eksternal, pedagang dapat merancang strategi yang lebih adaptif dan kompetitif dalam menghadapi berbagai tantangan industri.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, terdapat beberapa permasalahan utama dalam usaha ayam potong, antara lain:

1. Fluktuasi harga ayam dari supplier yang mempengaruhi kestabilan harga jual dan margin keuntungan.
2. Persaingan yang ketat dengan pedagang lain di lokasi yang sama.
3. Ketergantungan pada supplier sebagai pemasok utama yang dapat mempengaruhi ketersediaan stok.
4. Pengaruh kondisi cuaca dan lingkungan yang dapat mempengaruhi kelancaran operasional.
5. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang mulai beralih ke supermarket.

1.3 Ruang Lingkup/Batasan Masalah

Penelitian ini akan difokuskan pada analisis strategi pengembangan usaha ayam potong yang mengambil stok langsung dari supplier dengan pendekatan analisis SWOT. Penelitian ini tidak mencakup aspek budidaya ayam atau produksi pakan, melainkan hanya berfokus pada identifikasi aspek faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi usaha ayam potong.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan berikut:

1. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam usaha ayam potong?
2. Strategi apa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing usaha ayam potong di tengah persaingan dan tantangan industri?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha ayam potong dengan pendekatan analisis SWOT guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha ayam potong baik langsung maupun tidak langsung.
2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam usaha ayam potong.
3. Merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha ayam potong agar lebih kompetitif dan berkelanjutan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, ruang lingkup/batasan masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori, konsep, dan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian. Tujuan dari bab ini adalah memberikan landasan teoritis yang kuat sebagai acuan dalam menganalisis data di bab selanjutnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis SWOT terhadap usaha ayam potong dan strategi pengembangannya berdasarkan temuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari penelitian serta saran yang dapat diterapkan untuk pengembangan usaha ayam potong.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi referensi atau sumber yang digunakan dalam sebuah karya ilmiah, seperti buku, artikel jurnal, laporan, website, dan lainnya.