

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha ayam petelur CV. Mukti Farm Kabupaten Batang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dideskripsikan secara sistematis melalui pendekatan analisis SWOT. Penentuan analisis SWOT didasarkan dari wawancara terstruktur secara langsung dengan pemilik dan karyawan CV. Mukti Farm. Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif dengan empat tahapan, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa CV. Mukti Farm memiliki posisi SW sebesar 1,57 dan OT sebesar 1,66. Hasil tersebut menempatkan posisi CV. Mukti Farm berada pada kuadran 1 atau mendukung strategi agresif untuk bisa berkembang dan bertahan ditengah persaingan yang semakin kompetitif. Hasil analisis SWOT tersebut, perusahaan memiliki dua belas strategi prioritas yang dijalankan yaitu: 1) Menambah jumlah ayam dan kandang untuk memenuhi kebutuhan konsumen; 2) Memperbaiki sistem manajerial untuk bisa bersaing secara kompetitif; 3) Mempertahankan dan meningkatkan standar kualitas telur; 4) Memperbaiki operasional peternakan berbasis teknologi; 5) Pengelolaan pakan secara mandiri; 6) Meningkatkan promosi melalui sosial media; 7) Memperluas saluran distribusi dan pemasaran; 8) Peningkatan distribusi langsung ke konsumen; 9) Meningkatkan perawatan pada ayam dengan dilakukan vaksinasi; 10; Melakukan pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM; 11) Menjaga hubungan dengan pelanggan; 12) Meningkatkan hubungan komunikasi dengan supplier.

Kata Kunci: CV. Mukti Farm; Analisis SWOT; Strategi.