

BAB IV

ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Analisis Data

1. Penyajian Data

Dalam bab penyajian data ini peneliti memaparkan hasil penelitian secara kualitatif berdasarkan kajian pustaka, observasi dan wawancara yang sudah dilakukan kepada beberapa informan dengan menguraikan data-data hasil penelitian yang berhasil dikumpulkan dari hasil wawancara dan observasi. Penelitian ini dilakukan oleh dasar tujuan untuk mengetahui pengembangan usaha peternakan ayam broiler di desa Mamar Kecamatan Amuntai Selatan.

Data yang disajikan adalah data primer yang berupa hasil penelitian beserta analisis terhadap data tersebut. Data primer adalah data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti di lapangan melalui wawancara dan melakukan observasi kepada beberapa pengusaha ayam broiler sebagai informan. Informan yang diwawancarai dalam penelitian ini ialah yang dinilai berkompeten dalam memberikan informasi yang dibutuhkan.

a. Profil Desa Mamar Di Kecamatan Amuntai.

Potensi Wilayah Secara geografis Desa Mamar terletak pada 115o 12'48.53" BB dan 2o24'52.34" LS,dengan batas wilayah sebagai berikut:

- 1) Sebelah Utara dengan Desa Tigarun
- 2) Sebelah Selatan dengan Desa Padang Darat

- 3) Sebelah Timur dengan Desa Murung Sari
- 4) Sebelah Barat dengan Desa Teluk Sari Desa Mamar mempunyai luas wilayah $\pm 1,05 \text{ Km}^2$, dan secara morfologi seluruh wilayah Desa Mamar berada pada kemiringan 0-2 % dengan ketinggian 0-49 m dari permukaan air laut. Letak Desa Mamar dari Ibu Kota Kecamatan berjarak $\pm 5,5 \text{ Km}$, dari Ibu Kota Kabupaten berjarak $\pm 5,5 \text{ Km}$ dan dari Ibu Kota Provinsi berjarak $\pm 210 \text{ Km}$.

b. Sejarah Berdirinya Peternakan Ayam Broiler di Desa Mamar

Pada awalnya peternakan ini di mulai pada tahun 2003. Ayam broiler adalah gelar ayam hasil rekayasa teknologi yang memiliki karakteristik ekonomis dengan ciri khas pertumbuhan cepat sebagai penghasil pedaging, masa panen pendek dan menghasilkan daging bersifat lunak, timbunan daging baik, dan lebih besar kulitnya licin. Ayam broiler ini mengalami pertumbuhan pesat pada umur 1-5 minggu, selanjutnya ayam broiler yang berusia 6 minggu sudah besarnya dengan ayam kampung dewasa yang dipelihara selama 6 bulan. Keunggulan ayam broiler tersebut didukung oleh sifat genetik dan keadaan lingkungan yang meliputi makanan, temperatur lingkungan dan pemeliharaan.

Pada umumnya di Indonesia ayam broiler sudah dipasarkan pada umur 5-6 minggu dengan berat 1,3-1,6 kg walaupun laju pertumbuhan belum maksimum karena ayam broiler yang sudah berat susah dijual. Pertambahan berat badan pada ayam broiler yang ideal

400 gram per minggu dengan pemelihara insentif 6 sampai 8 minggu dan bisa mencapai berat badan 2 kg per ekornya. Maka, tak heran jika sebagian besar penduduk Indonesia merupakan konsumen daging ayam broiler, oleh karena itu, kebutuhan daging harus terpenuhi dalam waktu yang relatif singkat. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam peternakan ayam broiler selama ini, yakni proses pemelihara ayam broiler, diantaranya, perkandangan, pemelihara bibit, manajemen pakan, sanitasi dan kesehatan, cerording, dan pemasaran. Sementara persiapan kandang pasca panen tak luput dalam perhatian yang sangat penting.

c. **Gambaran Umum Usaha Peternakan Ayam Broiler**

Gambaran usaha dan proses pemeliharaan ayam pedaging di usaha peternakan broiler, ayam-ayam dipelihara dan dibesarkan untuk dijual di masa yang akan datang. Ayam yang di jual ke konsumen biasanya mulai dari umur 10 (sepuluh) minggu. Saat ayam-ayam dikirim dari peternakan breeder ke peternakan broiler, perusahaan telah mengakui ayam sebagai persediaan. Dalam usaha peternakan unggas pedaging, hal-hal yang harus dilakukan dalam proses pemeliharaan ayam pedaging adalah sebagai berikut:

1) **Persiapan Peralatan dan Kandang**

Chick in adalah istilah untuk masuknya anak ayam broiler atau DOC (*Day Old Chick*) pertama kali ke dalam kandang. Dibutuhkan persiapan yang baik agar DOC dapat tinggal dengan

nyaman di kandang

2) Pembelian DOC

Dalam pembelian DOC peternak harus memilih bibit anak ayam yang sehat atau masuk grade A. hal itu dikarenakan proses pemilihan dan pembelian DOC sebagai bibit ayam pedaging sangat menentukan keberhasilan dari ternak ayam pedaging.

Berikut adalah ciri-ciri DOC yang sehat:

- a) DOC tidak mengalami kecacatan
- b) Berasal dari indukan
- c) Bulu padat, halus, dan rapi
- d) Anak ayam tampak berotot
- e) Lincah, gesit, dan aktif mencari pakan
- f) Mata cerah
- g) Tumbuh dengan sempurna dan seragam
- h) Cepat menanggapi gangguan dari luar
- i) Kondisi kotoran baik
- j) Berat normal sekitar 35-40 gram per ekor

3) Pemberian Pakan Ayam

Pemberian pakan harus dilakukan sesering mungkin. Pakan yang diberikan harus selalu bersih dan segar. Sisa pakan harus dibuang setiap hari.

4) Pemberian vaksin

Vaksin adalah suatu produk biologi yang berisi sejumlah

mikro organisme sebagai suatu penyebab suatu penyakit yang dilemahkan. Vaksinasi yaitu usaha untuk memberikan kekebalan pada ayam terhadap penyakit tertentu.

Dalam pemberian vaksin harus sesuai dengan umur ayam, karena vaksin yang diberikan berbeda-beda dalam setiap umur ayam yang ditunjukkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.1 Program Vaksinasi Ayam Broiler

Vaksinasi terhadap Penyakit	Cara pemberian	Umur ayam di vaksin
ND/Tetelo	• Tetes mata/hidung	0-4 hari
	• Air minum	18 hari
	• Disuntik	4 hari
	• Spray	1 hari
IBD/Gunboro	• Tetes mulut	7-14 hari
	• Air minum	
Avian Influenza	• Disuntik	7 hari

Vaksin ND. Pemberian vaksin ND bertujuan untuk mencegah timbulnya penyakit *Newcastle Disease* pada ayam. Vaksin ND dilakukan dengan 3 metode yaitu dengan metode tetes mata, injeksi, serta metode *spray* dengan menggunakan *spray cabinet*. Vaksin AI digunakan karena adanya kasus flu burung yang melanda Thailand, China, dan Malaysia serta beberapa wilayah di Indonesia yang

membuat seluruh ayam yang terkena harus dimusnahkan. Vaksin AI dilakukan pada anak ayam maupun pada ayam dewasa.

2. Pemberian vitamin

Pemberian vitamin pada ayam bertujuan agar ayam tumbuh sehat dan gemuk. Kemudian, jika ayam sudah siap untuk dipanen menghasilkan banyak daging dan berat jika ditimbang.

3. Pembersihan kandang

Pembersihan kandang dilakukan setiap hari agar ayam terhindar dari virus dan penyakit.

4. Penjualan

Proses penjualan dilakukan jika ayam sudah siap dipanen. Sebelum ayam siap untuk dijual ayam ditimbang terlebih dahulu agar dapat menentukan harga daging ayam per kilonya.

d. Komponen Biaya Usaha Peternakan Ayam Broiler

Biaya adalah adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan nilai uang yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Setiap perusahaan yang menjalankan usahanya pasti memerlukan biaya dan besar kecilnya biaya tersebut akan berpengaruh terhadap harga pokok produk yang dihasilkan.

Standard Operational Procedure (SOP) pemeliharaan Ayam Broiler:

1) Persiapan

- a) Memastikan selokan lancar terutama pada musim hujan

- b) Membersihkan kandang (mencuci) dengan detergen
 - c) Menyemprotkan formalin setelah pencucian kandang selesai
 - d) Penaburan kapur hidup (gamping)
 - e) Penyemprotan desinfektan ke seluruh bagian kandang
 - f) pemasangan broodingan. lebih baik menggunakan broodingan model termos sehingga mudah mengontrol
 - g) penyemprotan desinfektan dalam broodingan
 - h) mengecek kelengkapan kandang lancar dan sesuai standar seperti:
 - (1) Alat pemanas lengkap (750 ekor/gasolek).
 - (2) Tempat minum otomatis lengkap (50 ekor/TMAO).
atau 20 pics / 1000 ekor
 - (3) Tempat pakan lengkap (25 ekor/tempat pakan). atau
40 pics / 1000ekor
 - (4) Dilengkapi dengan baby chick feeder (70 ekor/baby chick).
- 2) Pemanasan (masa brooding)
- a) Menyalakan broodingan satu jam sebelum DOC tiba
 - b) mengecek kualitas dan kuantitas DOC
 - c) mengontrol temperatur
 - d) pemberian pakan dan minum (sesering mungkin dan pemberian sedikit)

- e) mengatur kepadatan
- f) mengontrol sekam
- g) melakukan vaksinasi (umur 4 hari) paling lambat 6 umur hari asa

3) Pertumbuhan (Masa Pertumbuhan)

- a) mengatur Luas kandang dan kepadatan ayam pemberian pakan dengan tepat(tempat pakan tidak boleh kosong)
- b) tempat Air tidak boleh kosong dan air harus steril (menggunakan clhorin)
- c) menjaga kondisi ayam (sirkulasi udara harus baik)

B. Laporan Penelitian

a. Data-data Informan Wawancara

Berikut pernyataan berdasarkan hasil wawancara dengan peternak ataupun pengusaha ayam broiler di Desa Mamar.

1. Informan Pertama

a) Nama : Masriannor

TTL : Telaga Selaba, 07-07-1997

Alamat : Mamar RT 04 No 50

b) Hasil Wawancara

Mengenai wawancara yang telah dilakukan informan ini mengatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi strategi

pengembangan usaha ayam broiler yaitu faktor eksternal dan internal. Selain itu ia juga mengatakan menurutnya yang menjadi kekuatan dan peluang utama dalam usaha ayam broiler ini adalah lokasi yang strategis sehingga dapat dengan mudah untuk memasarkan ayam broiler. Sedangkan yang menjadi kelemahan dan ancamannya adalah kurangnya modal usaha untuk memperluas usaha tersebut dan muncul pesaing yang sejenis bahkan ada yang menjual dengan harga yang lebih murah dari harga pasar.

2. Informan Kedua

a) Nama : Rahman

TTL : Sungai Malang, 14-01-1975

Alamat : Mamar RT 01 No 04

b) Hasil Wawancara

Informan ini mengatakan bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi strategi pengembangan usaha, dan faktor tersebut berasal dari luar dan dalam. Untuk kekuatan dalam usaha ayam broiler ini, menurut Rahman ialah ia mempunyai hubungan yang baik dengan para karyawannya sehingga itu mempengaruhi kinerja karyawan menjadi lebih baik dan ia juga mengatakan kekuatan dalam usahanya ini ada pada pengalaman, ia mengatakan bahwa dia sudah sangat berpengalaman untuk mengurus dan menjalankan usaha ayam broiler ini karena ia dari kecil sudah diajarkan orang

tua nya yang juga merupakan pengusaha ayam broiler untuk bisa mengelola usaha ayam broiler. Sedangkan untuk kelemahannya adalah rendahnya daya tawar pembeli dalam penetapan harga serta yang masuk dalam kelemahan tentunya ada modal yang terbatas. Untuk mengelola usaha ayam broiler dengan baik menurut informan Rahman harus mempunyai modal yang memadai. Dan untuk peluangnya, dapat dilihat dari pertumbuhan rumah makan yang cukup pesat di desa Mamar. Serta ancaman yang dirasakan informan ini adalah banyaknya pesaing dalam penjualan ayam broiler.

3. Informan Ketiga

a) Nama : Nasrullah

TTL : Mamar, 25-05-1976

Alamat : Mamar RT 03 No 27

b) Hasil Wawancara

Informan Nasrullah mengatakan bahwa salah satu kekuatan dalam usaha ayam broiler adalah ia merasa cukup berpengalaman dalam budidaya ternak, informan Nasrullah juga tidak merasa kesulitan untuk modal karna ia mempunyai modal sendiri untuk mengembangkan usahanya. Dan untuk kelemahannya, walaupun informan menggunakan modal sendiri untuk usahanya akan tetapi itu juga menjadi alasan untuk kelemahan dalam usahanya seperti

keterbatasan akan peralatan yang digunakan karena masih cukup sederhana. Peluang yang informan ini rasakan ialah tingginya permintaan ayam broiler saat ini. Yang terakhir untuk ancaman dalam usaha ayam broiler yaitu fluktuasi harga bibit ayam dan pakannya dan banyak dan perekonomian masyarakat yang menurun membuat permintaan juga menurun.

4. Informan Keempat

- a) Nama : Hormansyah
TTL : Mamar, 17-02-1965
Alamat : Mamar RT 02 No 14

b) Hasil Wawancara

Informasi yang didapat dari informan ini ialah faktor yang memengaruhi pengembangan usaha ayam broiler ada dua yaitu faktor eksternal dan internal. Kemudian ia menjelaskan kekuatannya dalam usaha ini adalah ia memiliki beberapa koneksi dalam memasarkan usahanya sebab menurutnya walaupun kita mempunyai modal yang cukup tapi koneksi untuk menjalankan usaha tidak ada atau sedikit itu sama saja percuma karna usahanya akan berada dipasar itu saja , sedangkan untuk kelemahannya adalah harga tawar yang tidak menentu bahkan sangat rendah. Menurutnya peluang yang ia rasakan adalah ketersediaan bahan

baku yang cukup. Serta ancaman untuk usahanya ini adalah adanya wabah penyakit ayam yang bisa terjadi kapan saja dan dimana saja ini membuat para pengusaha ayam broiler rugi besar dalam usahanya.

5. Informan Kelima

a) Nama : Rijal

TTL : Mamar, 05-03-1973

Alamat : Mamar RT 04 No 43

b) Hasil Wawancara

Informan ini menjelaskan bahwa dalam menjalankan usahanya, kekuatan yang ia miliki yaitu menggunakan modal sendiri tanpa perlu melakukan pinjaman uang untuk membangun usaha ini. Untuk kelemahan yang ia rasakan adalah merasa bahwa terkadang ada beberapa pembagian tugas yang masih belum jelas untuk para pegawainya karena ia sendiri mengakui bahwa ia kesulitan untuk pembagian tugas pada para pegawainya. Sedangkan peluangnya ialah banyaknya pembangunan rumah makan dilingkungan sekitarnya sehingga membuat permintaan akan ayam semakin meningkat. Dan yang terakhir untuk ancaman dalam usaha ini adalah banyaknya persaingan antar pengusaha ayam broiler dan banyak yang merendahkan harga jual dari harga yang banyak dijual di pasaran.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan 5 informan mengenai pengembangan usaha peternakan ayam broiler di desa Mamar menggunakan teori analisis swot yang mencakup faktor eksternal dan internal kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi serta mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Matriks SWOT digunakan untuk menetapkan strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Matrik ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi pengusaha ayam broiler di Desa Mamar disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Matriks SWOT Pada Usaha Ayam Broiler di Desa Mamar

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Internal	1. Lokasi usaha strategis 2. Hubungan pemilik dan karyawannya cukup baik 3. Pemasaran hasil panen yang terjamin 4. Cukup berpengalaman	1. Budidaya dengan peralatan sederhana 2. Rendahnya daya tawar pengusaha dalam penetapan harga
Eksternal		

	<p>dalam budidaya ternak</p> <p>5. Menggunakan modal sendiri</p> <p>6. Kemudahan mendapatkan bahan baku</p>	<p>3. Pembagian tugas yang tidak jelas</p> <p>4. Modal kerja yang terbatas</p>
<p>Peluang (O)</p> <p>1. Ketersediaan bahan baku yang cukup</p>	<p>Strategi (SO)</p> <p>1. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis</p>	<p>Strategi (WO)</p> <p>1. Melakukan kerja sama pola kemitraan dengan</p>
<p>2. Tingginya permintaan ayam broiler</p> <p>3. Pertumbuhan rumah makan yang pesat</p> <p>4. Produk substitusi lebih mahal</p>	<p>untuk mengembangkan usaha yang telah ada agar dapat memenuhi tingginya permintaan ayam broiler (S1,O2)</p> <p>2. Meningkatkan kerja</p>	<p>perusahaan peternakan (W1,W4,O1)</p> <p>2. Menambah jumlah pengepul/agen pemasaran agar ada persaingan</p>

	<p>sama yang baik dengan pemasok sapronak dan pengepul/agen agar dapat mengimbangi kebutuhan rumah makan yang tumbuh pesat (S3,S6,O1,O3)</p> <p>3. Menekan biaya produksi dengan memanfaatkan karyawan yang berpengalaman agar menghasilkan produk rendah biaya (S2,S4,S5,O4)</p>	<p>harga (W1,O2,O3)</p> <p>3. Efisiensi biaya produksi dengan memperbaiki manajemen SDM (W3,O4)</p>
--	---	---

Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<p>1. Tingkat ekonomi masyarakat yang menurun</p> <p>2. Banyaknya beredar produk sejenis dari pesaing</p> <p>3. Wabah penyakit ayam</p> <p>4. Fluktuasi harga bibit ayam dan pakan</p>	<p>1. Menjaga mutu produk dan memperhatikan perkembangan pasar dalam menentukan skala usaha untuk menghadapi persaingan dan menghindari penurunan daya beli (S3,T1,T2)</p> <p>2. Menstok bahan baku terutama pakan menggunakan modal yang ada untuk menghindari fluktuasi harga (S6,S5,T4)</p> <p>3. Meningkatkan manajemen</p>	<p>1. Melakukan pinjaman modal untuk memperbaiki sarana dan menstok bahan baku produksi agar dapat bersaing (W1,W4,T2,T4)</p> <p>2. Mencegah wabah penyakit ayam dengan menerapkan <i>Bio- security</i> (W3,T3)</p>

	<p>kandan</p> <p>g dengan</p> <p>mensinergikan</p> <p>kekuatan SDM yang</p> <p>ada untuk</p> <p>mengantisipasi wabah</p> <p>penyakit (S1,S2,S4,T3)</p>	
--	--	--

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan usaha peternakan ayam ras pedaging di Desa Mamar maka ditemukan alternative strategi yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut

Strategi S-O (Strength-Opportunity) atau strategi kekuatan-peluang adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah :

1. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk mengembangkan usaha yang telah ada agar dapat memenuhi tingginya permintaan ayam ras pedaging
2. Meningkatkan kerjasama yang baik dengan pemasok sapronak dan pengepul/agen agar dapat mengimbangi kebutuhan rumah makan yang tumbuh pesat

3. Menekan biaya produksi dengan memanfaatkan karyawan yang berpengalaman agar menghasilkan produk rendah biaya

Strategi W-O (Weakness-Opportunity) atau strategi kelemahan-peluang adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah :

1. Melakukan kerja sama pola kemitraan dengan perusahaan peternakan
2. Menambah jumlah pengepul/agen pemasaran agar ada persaingan harga
3. Efisiensi biaya produksi dengan memperbaiki manajemen SDM

Strategi S-T (Strength-Threat) atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan adalah :

1. Menjaga mutu produk dan memperhatikan perkembangan pasar dalam menentukan skala usaha untuk menghadapi persaingan dan menghindari penurunan daya beli
2. Menstok bahan baku terutama pakan menggunakan modal yang ada untuk menghindari fluktuasi harga
3. Meningkatkan manajemen kandang dengan mensinergikan kekuatan SDM yang ada untuk mengantisipasi wabah penyakit

Strategi W-T (Weakness-Threat) atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi W-T yang dirumuskan adalah :

1. Melakukan pinjaman modal untuk memperbaiki sarana dan menstok bahan baku produksi agar dapat bersaing
2. Mencegah wabah penyakit ayam dengan menerapkan Bio-security
3. Menghindari ketergantungan terhadap satu agen saja, guna menghindari dampak turunya daya beli masyarakat Matriks SWOT menghasilkan dua belas alternatif strategi untuk kemajuan usaha ayam ras pedaging di Desa Mamar. Dua belas alternatif strategi tersebut dipilih empat strategi terbaik dengan pertimbangan dapat dilaksanakan oleh setiap pengusaha dan paling sesuai dengan kondisi usaha. Strategi tersebut adalah
 1. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk mengembangkan usaha yang telah ada agar dapat memenuhi tingginya permintaan ayam ras pedaging Dengan letak usaha yang strategis pengusaha akan lebih mudah dalam memasarkan usaha ayam ras pedaging dan para konsumen lebih mudah untuk menjangkau tempat usaha. Lokasi usaha yang masih luas dapat digunakan sebagai tempat pengembangan usaha yang telah ada. Membangun/menambah kandang baru dan melengkapinya dengan sarana produksi yang dibutuhkan hingga dapat digunakan sebagai tempat produksi.
 2. Menjaga mutu produk dan memperhatikan perkembangan pasar dalam menentukan skala usaha untuk menghadapi persaingan dan menghindari penurunan daya beli Untuk dapat bertahan dipasaran atau

mengembangkan usaha, seorang pengusaha harus memperhatikan kualitas dari produk yang dihasilkan karena kualitas merupakan image perusahaan. Usaha peternakan ayam ras pedaging di Desa Mamar rata-rata memiliki agen langganan dalam pemasaran sehingga pemasaran terjamin, walaupun demikian sebagai pengusaha yang handal para peternak harus memperhatikan perkembangan pasar seperti daya beli masyarakat sehingga mampu memperkirakan apakah menambah produksi atau malah sebaliknya.

3. Melakukan pinjaman modal untuk memperbaiki sarana dan menstok bahan baku produksi agar dapat bersaing Terbatasnya modal usaha menjadi salah satu kendala berkembangnya usaha ayam ras pedaging di Desa Mamar. Besarnya modal usaha yang dibutuhkan membuat pengusaha berfikir ulang untuk menambah jumlah sarana dan prasarana produksi yang ada. Pada kondisi seperti ini kerja sama dengan pihak perbankan sangat dibutuhkan dengan harapan dari modal pinjaman dapat menstok bahan baku produksi untuk menghindari fluktuasi harga bahan baku sehingga usaha dapat bersaing dan berkembang
4. Melakukan kerja sama pola kemitraan dengan perusahaan peternakan
Strategi lain yang dapat dilakukan adalah melakukan kerja sama pola kemitraan.

Kegiatan usaha peternakan ayam ras pedaging memerlukan biaya awal yang sangat besar mulai dari pembangunan kandang, peralatan kandang, dan bahan baku serta tenaga kerja. Ternak ayam ras pedaging juga sangat rentan

terhadap penyakit sehingga sangat besar resiko kerugian yang akan ditanggung oleh pengusaha oleh karena itu untuk mengatasi besarnya biaya usaha dan mengurangi resiko kerugian maka diperlukan kerja sama pola kemitraan inti-plasma dengan perusahaan peternakan. Pada pola ini biasanya pengusaha/peternak hanya menyediakan kandang dan tenaga kerja sedangkan bahan baku dan pemasaran dilakukan oleh perusahaan inti. Biaya bahan baku yang digunakan selama proses produksi akan dibayar pada saat panen tiba sehingga peternak tidak perlu memikirkan biaya bahan baku yang besar.

