

ANALISIS SWOT DENGAN IFE & EFE DAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA BUDIDAYA BURUNG KICAU DI KABUPATEN BANDUNG

Mochammad Zulfiqar¹; Rama Candra Jaya²; Wildan Guretno Prasetyo³;
Ahmad Taufiq Maulana Ramdan⁴

Universitas Indonesia Membangun
Jln. Soekarno-Hatta No.448, Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40266
E-mail : mochamadzulfiqar@student.inaba.ac.id (Koresponding)

Submit: 12 Juli 2026

Review: 13 Juli 2026

Publish: 26 Juli 2026

*) Korespondensi

Abstract: Bird keeping and breeding is a livestock business with significant economic, social, and cultural value, particularly in Bandung Regency. This study aims to analyze internal and external factors, map the Business Model Canvas (BMC), and formulate development strategies for songbird breeding businesses. Using a descriptive qualitative approach and case study method, data were collected from five songbird breeders selected through purposive sampling through observation, in-depth interviews, and documentation. Data were analyzed using SWOT, IFE, EFE, and BMC. The results showed IFE and EFE scores of 2.91 and 2.81, respectively, indicating moderate internal and external positions. The SWOT coordinates (1.47; 1.17) placed the business in Quadrant I, supporting an aggressive growth strategy. The main strength was superior breeding stock (0.60), while the main weakness was the absence of financial records (0.20). The main opportunity was the growing bird-keeping hobby (0.60), while competition represented the main threat (0.28). Recommended strategies include digital marketing, bird contests, community participation, financial record-keeping, alternative feed suppliers, and standardized pricing.

Keywords: *SWOT Analysis, Business Model Canvas, Songbird Breeding, IFE, EFE*

Budidaya burung kicau merupakan salah satu usaha di bidang peternakan yang semakin berkembang di Indonesia, khususnya di Kabupaten Bandung. Burung kicau memiliki nilai ekonomi, sosial, dan budaya yang cukup tinggi bagi masyarakat. Di Indonesia, hobi memelihara burung kicau telah menjadi bagian dari budaya dan berkembang menjadi kegiatan yang diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari masyarakat umum hingga penghobi profesional (Saputra & Wijaya, 2022). Selain sebagai hewan peliharaan, burung kicau juga sering diikuti sertakan dalam berbagai perlombaan yang menilai kualitas suara, variasi kicauan, dan penampilan burung saat lomba (Hidayat et al., 2021). Keberadaan burung kicau juga mampu menciptakan peluang usaha budidaya bagi peternak, pedagang, serta penyelenggara kontes burung (Pratama & Dewi, 2023).

Kabupaten Bandung memiliki potensi besar dalam pengembangan budidaya burung kicau karena didukung

oleh kondisi geografis yang cocok, iklim yang mendukung, serta tingginya minat masyarakat terhadap burung kicau (Rahman et al., 2022). Dua jenis burung kicau yang paling banyak dibudidayakan di wilayah ini adalah Murai Batu (*Copsychus malabaricus*) dan Kenari (*Serinus canaria*). Murai Batu dikenal dengan suara yang bervariasi, ekor panjang mencapai 22 cm, dan memiliki nilai jual yang sangat tinggi, terutama bagi burung yang memiliki silsilah atau trah juara (Santoso & Yulianti, 2023). Sementara itu, Kenari merupakan burung berukuran kecil dengan suara merdu, warna bulu yang mencolok, dan relatif mudah dipelihara serta dikembangkan (Wijaya et al., 2021).

Meskipun memiliki potensi yang besar, usaha budidaya burung kicau di Kabupaten Bandung masih menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan hasil observasi awal, beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para pembudidaya

antara lain adalah keterbatasan akses pemasaran, fluktuasi harga burung, persaingan yang semakin ketat, serta kurangnya pemahaman tentang strategi pengembangan usaha (Setiawan & Nugraha, 2022). Selain itu, masih banyak pembudidaya yang belum memiliki perencanaan bisnis yang matang, sehingga usaha yang dijalankan cenderung stagnan dan tidak berkembang secara optimal (Hartono et al., 2023).

Perencanaan strategis merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan sebuah usaha. Tanpa adanya strategi yang tepat, usaha budidaya burung kicau akan kesulitan untuk bersaing dan bertahan dalam jangka panjang (Suryani & Kusuma, 2022). Dua alat analisis yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha adalah Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan Business Model Canvas (BMC). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi usaha (Rangkuti, 2017; David & David, 2016). Sedangkan Business Model Canvas (BMC) merupakan alat perencanaan bisnis yang disusun dalam satu lembar kanvas yang berisi sembilan elemen penting dalam menjalankan usaha, yaitu Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure (Osterwalder & Pigneur, 2010; Teece, 2018).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, yang dilaksanakan Januari–Maret 2026. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara melibatkan lima pemilik usaha budidaya burung kicau yang dipilih secara purposive, dengan kriteria memiliki pengalaman usaha minimal tiga tahun.

Analisis data menggunakan SWOT dan Business Model Canvas (BMC). Analisis SWOT mencakup identifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Selanjutnya, faktor-faktor tersebut dievaluasi menggunakan matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation) melalui pemberian bobot dan rating.

HASIL

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap usaha budidaya burung kicau di Kabupaten Bandung, diperoleh data mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha. Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Faktor Internal Budidaya Burung Kicau di Kabupaten Bandung

Kode	Faktor Internal	Keterangan
Kekuatan (Strengths)		
S1	Bibit dengan trah juara	Memiliki silsilah keturunan juara yang meningkatkan nilai jual
S2	Pengetahuan budidaya yang baik	Menguasai seluruh tahapan budidaya dari pemilihan bibit hingga panen
S3	Sistem penjualan beragam	Terdapat 5 sistem: bursa, rumah, pre-order, cicil, tukar tambah
S4	Harga jual yang kompetitif	Kisaran harga Rp100.000 - Rp25.000.000
S5	Pakan khusus untuk lomba	Kroto untuk meningkatkan performa burung saat lomba
S6	Kandang dan peralatan lengkap	Kandang jangkrik, tangkringan, lampu, adaptor
Kelemahan (Weaknesses)		
W1	Belum ada pembukuan keuangan	Pencatatan keuangan belum terstruktur dan sistematis
W2	Pemasaran terbatas	Hanya mengandalkan bursa burung dan penjualan di rumah
W3	Ketergantungan pada pakan	Pakan khusus (kroto, jangkrik) harus dibeli secara rutin
W4	Belum memanfaatkan media sosial	Belum memiliki akun Instagram, TikTok, atau

			Facebook untuk promosi	
W5	Tenaga terbatas	kerja	Usaha dikelola mandiri tanpa karyawan	masih secara tanpa

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 2. Faktor Eksternal Budidaya Burung Kicau di Kabupaten Bandung

Kode	Faktor Eksternal	Keterangan
Peluang (Opportunities)		
O1	Tren hobi burung kicau	Semakin diminati oleh berbagai kalangan masyarakat
O2	Kontes burung	Meningkatkan nilai jual burung yang memiliki prestasi juara
O3	Platform online	Shopee, Tokopedia, Instagram, TikTok untuk pemasaran
O4	Komunitas pecinta burung	Memperluas jaringan pemasaran dan informasi
O5	Permintaan ekspor	Burung kicau diminati oleh pasar internasional
Ancaman (Threats)		
T1	Persaingan usaha	Semakin banyak pembudidaya burung kicau baru
T2	Fluktuasi harga	Harga burung tidak stabil dan berubah-ubah
T3	Penyakit burung	Risiko kematian dan penurunan kualitas burung
T4	Regulasi pemerintah	Adanya aturan perlindungan burung yang semakin ketat

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal, kemudian dilakukan perhitungan matriks IFE dan EFE dengan memberikan bobot dan rating pada setiap faktor. Hasil perhitungan IFE disajikan pada Tabel 3 dan hasil perhitungan EFE disajikan pada Tabel 4.

Tabel 3. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) Budidaya Burung Kicau

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
Kekuatan				
1	Bibit dengan trah juara (S1)	0,15	4	0,60
2	Pengetahuan budidaya yang baik (S2)	0,12	4	0,48

3	Sistem penjualan beragam (S3)	0,12	3	0,36
4	Harga jual yang kompetitif (S4)	0,10	3	0,30
5	Pakan khusus untuk lomba (S5)	0,08	3	0,24
6	Kandang dan peralatan lengkap (S6)	0,07	3	0,21
Subtotal Kekuatan		0,64	2,19	
Kelemahan				
7	Belum ada pembukuan keuangan (W1)	0,10	2	0,20
8	Pemasaran terbatas (W2)	0,09	2	0,18
9	Ketergantungan pada pakan (W3)	0,07	2	0,14
10	Belum memanfaatkan media sosial (W4)	0,06	2	0,12
11	Tenaga kerja terbatas (W5)	0,04	2	0,08
Subtotal Kelemahan		0,36	0,72	
TOTAL		1,00	2,91	

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, total skor IFE adalah 2,91 yang menunjukkan bahwa posisi internal usaha budidaya burung kicau di Kabupaten Bandung berada dalam kategori sedang ($2,91 > 2,5$). Hal ini berarti bahwa secara internal, usaha ini memiliki kekuatan yang cukup baik, namun masih terdapat kelemahan yang perlu diperbaiki. Faktor kekuatan dengan skor tertinggi adalah "bibit dengan trah juara" (0,60), sedangkan kelemahan terbesar adalah "belum ada pembukuan keuangan" (0,20).

Tabel 4. Matriks EFE (External Factor Evaluation) Budidaya Burung Kicau

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
PELUANG				
1	Tren hobi burung kicau (O1)	0,15	4	0,60
2	Kontes burung (O2)	0,14	4	0,56

3	Platform online (O3)	0,13	3	0,39
4	Komunitas pecinta burung (O4)	0,10	3	0,30
5	Permintaan ekspor (O5)	0,07	2	0,14
Subtotal Peluang		0,59	1,99	
ANCAMAN				
6	Persaingan usaha (T1)	0,14	2	0,28
7	Fluktuasi harga (T2)	0,12	2	0,24
8	Penyakit burung (T3)	0,09	2	0,18
9	Regulasi pemerintah (T4)	0,06	2	0,12
Subtotal Ancaman		0,41	0,82	
TOTAL		1,00	2,81	

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, total skor EFE adalah 2,81 yang menunjukkan bahwa respon usaha terhadap faktor eksternal berada dalam kategori sedang ($2,81 > 2,5$). Hal ini berarti bahwa usaha ini cukup mampu memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman yang ada. Faktor peluang dengan skor tertinggi adalah "tren hobi burung kicau" (0,60), sedangkan ancaman terbesar adalah "persaingan usaha" (0,28).

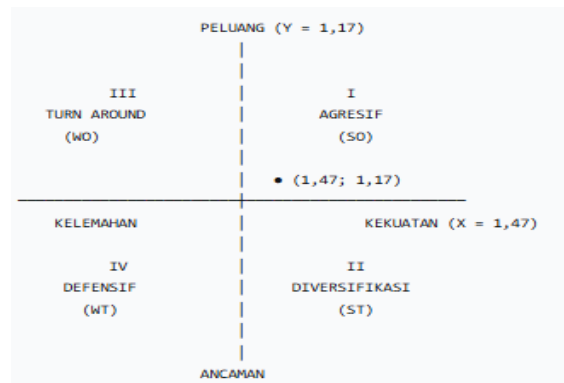
Perhitungan koordinat diagram SWOT dilakukan dengan menghitung selisih antara total skor kekuatan dengan kelemahan, serta total skor peluang dengan ancaman.

Tabel 5. Perhitungan Koordinat Diagram SWOT

Sumbu	Perhitungan	Hasil
X	Total Skor Kekuatan - Total Skor Kelemahan = $2,19 - 0,72$	1,47
Y	Total Skor Peluang - Total Skor Ancaman = $1,99 - 0,82$	1,17

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan perhitungan pada Tabel 5, titik koordinat diagram SWOT adalah (1,47 ; 1,17) yang berarti posisi usaha berada pada Kuadran I (Agresif/Growth Oriented Strategy).



Gambar 1. Diagram SWOT Usaha Budidaya Burung Kicau

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 1, posisi usaha budidaya burung kicau di Kabupaten Bandung berada pada Kuadran I, yang berarti usaha ini memiliki posisi yang kuat dan peluang yang besar untuk dikembangkan. Strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi agresif (Growth Oriented Strategy) dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal yang tersedia.

Selanjutnya, dilakukan pemetaan model bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC). Hasil pemetaan BMC disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Business Model Canvas Usaha Budidaya Burung Kicau di Kabupaten Bandung

Elemen	Deskripsi
BMC	
Customer Segments	1. Penghobi burung (masyarakat umum & profesional) 2. Peserta kontes burung 3. Pedagang/bandar burung 4. Kolektor burung
Value Propositions	1. Burung dengan trah juara 2. Burung siap lomba (sudah dilatih) 3. Harga kompetitif (Rp100.000 - Rp25.000.000) 4. Sistem pembayaran fleksibel (tunai, pre-order, cicil, tukar tambah) 5. Pendampingan perawatan
Channels	1. Bursa burung (langsung) 2. Penjualan di rumah 3. Pre-order 4. Tukar tambah 5. Cicilan
Customer Relationships	1. Pelayanan ramah 2. Garansi kesehatan burung 3. Informasi perawatan 4. Negosiasi harga

Streams	Revenue	1. Penjualan Murai Batu (Rp350.000 - Rp25.000.000) 2. Penjualan Kenari (Rp100.000 - Rp1.000.000) 3. Penjualan indukan 4. Penjualan anak burung
Resources	Key	1. Indukan trah juara 2. Kandang (jangkit, kotak, ukuran 60x40 cm) 3. Pakan (jangkrik, kroto, 511, topsong, tlotol) 4. Peralatan (tangkring, lampu, adaptor) 5. Pengetahuan budidaya
Activities	Key	1. Pemilihan bibit trah juara 2. Proses perkawinan 3. Pengeraman (14-16 hari) 4. Perawatan anak burung 5. Latihan kicauan 6. Penjualan (5 sistem)
Partnerships	Key	1. Supplier pakan (jangkrik, kroto, 511) 2. Komunitas pecinta burung 3. Penyelenggara kontes burung 4. Bandar/pedagang burung
Structure	Cost	Biaya Tetap: - Kandang: Rp500.000 - Rp1.000.000 - Peralatan: Rp200.000 - Rp500.000 - Lampu & adaptor: Rp100.000 - Rp200.000 Biaya Variabel (per bulan): - Jangkrik: Rp50.000 - Rp100.000 - Pakan 511: Rp100.000 - Rp200.000 - Topsong: Rp50.000 - Rp100.000 - Tlotol: Rp50.000 - Rp100.000 - Kroto: Rp50.000 - Rp150.000 - Telur puyuh: Rp100.000 - Rp200.000 - Milet: Rp50.000 - Rp100.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis IFE, total skor 2,91 menunjukkan bahwa usaha budidaya burung kicau di Kabupaten Bandung memiliki posisi internal yang cukup kuat. Faktor kekuatan utama yang dimiliki adalah bibit dengan trah juara (S1), yang memiliki skor tertinggi sebesar 0,60. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Yulianti (2023) yang menyatakan bahwa burung dengan silsilah juara memiliki nilai jual yang jauh lebih tinggi dibandingkan burung tanpa silsilah. Penelitian Pratama dan Dewi (2023) juga menegaskan bahwa trah juara menjadi faktor penentu utama dalam harga jual burung kicau, terutama untuk jenis Murai Batu yang dapat mencapai harga Rp25.000.000.

Selain itu, pengetahuan budidaya yang baik (S2) dengan skor 0,48 menjadi kekuatan penting lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa

pembudidaya di Kabupaten Bandung telah menguasai seluruh tahapan budidaya mulai dari pemilihan bibit, proses perkawinan, pengeraman, perawatan anak, hingga latihan kicauan. Pengetahuan ini sangat penting dalam menghasilkan burung yang berkualitas tinggi (Wijaya et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Hartono et al. (2023) menegaskan bahwa keberhasilan budidaya burung kicau sangat bergantung pada pemahaman teknis budidaya yang dimiliki oleh pembudidaya.

Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Kelemahan terbesar adalah belum adanya pembukuan keuangan (W1) dengan skor 0,20. Hal ini sejalan dengan temuan Setiawan dan Nugraha (2022) yang menyatakan bahwa sebagian besar pembudidaya burung kicau masih mengelola keuangan secara sederhana tanpa pencatatan yang sistematis. Suryani dan Kusuma (2022) juga menekankan pentingnya pencatatan keuangan dalam pengembangan usaha karena dapat membantu pembudidaya dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat. Kelemahan lainnya adalah keterbatasan pemasaran (W2) dengan skor 0,18, yang disebabkan oleh ketergantungan pada bursa burung dan penjualan secara langsung dari rumah.

Hasil analisis EFE dengan total skor 2,81 menunjukkan bahwa usaha ini memiliki respon yang cukup baik terhadap faktor eksternal. Peluang terbesar adalah tren hobi burung kicau (O1) dengan skor 0,60. Fenomena ini sejalan dengan penelitian Saputra dan Wijaya (2022) yang menyatakan bahwa minat masyarakat terhadap burung kicau terus meningkat, baik sebagai hobi maupun sebagai investasi. Meningkatnya jumlah kontes burung (O2) dengan skor 0,56 juga menjadi peluang yang signifikan karena dapat meningkatkan nilai jual burung yang memiliki prestasi juara (Rahman et al., 2022).

Ancaman terbesar yang dihadapi adalah persaingan usaha (T1) dengan skor 0,28. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya pembudidaya burung kicau baru

yang muncul, baik di Kabupaten Bandung maupun di wilayah sekitarnya (Hidayat et al., 2021). Selain itu, fluktuasi harga (T2) dengan skor 0,24 juga menjadi ancaman yang perlu diantisipasi karena dapat mempengaruhi pendapatan pembudidaya. Penelitian yang dilakukan oleh Rahman et al. (2022) menunjukkan bahwa harga burung kicau sangat dipengaruhi oleh musim dan permintaan pasar.

Posisi usaha pada Kuadran I dengan koordinat (1,47 ; 1,17) menunjukkan bahwa usaha budidaya burung kicau di Kabupaten Bandung memiliki kekuatan dan peluang yang besar. Strategi yang tepat adalah strategi agresif (Growth Oriented Strategy) (David & David, 2016). Beberapa strategi yang dapat diterapkan berdasarkan analisis SWOT antara lain:

1. Mengikuti kontes burung untuk meningkatkan nilai jual burung trah juara (S1, S2, O2)
2. Memanfaatkan platform online untuk memperluas pemasaran (S3, O3)
3. Bergabung dengan komunitas pecinta burung untuk memperluas jaringan (S2, O4)
4. Mengembangkan pembukuan keuangan menggunakan aplikasi sederhana (W1, O3)
5. Membuat akun media sosial untuk promosi dan branding (W2, W4, O3, O4)
6. Mencari supplier pakan alternatif untuk mengurangi biaya operasional (W3, T2)
7. Membangun standar harga untuk menghadapi fluktuasi harga (W1, T2)

Hasil pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) menunjukkan bahwa usaha ini telah memiliki model bisnis yang cukup terstruktur dengan sembilan elemen yang saling terintegrasi. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, terutama pada *Channels* dan *Customer*

Relationships dengan memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan marketplace (Osterwalder & Pigneur, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Mazzarol et al. (2018) menunjukkan bahwa pemanfaatan

platform digital dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Pada elemen *Key Activities*, kegiatan utama yang dilakukan telah mencakup seluruh tahapan budidaya mulai dari pemilihan bibit hingga penjualan. Namun, masih perlu ditambahkan kegiatan pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian oleh Teece (2018) menegaskan bahwa inovasi dalam aktivitas kunci dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Pada elemen *Cost Structure*, struktur biaya yang ada masih menunjukkan ketergantungan yang tinggi pada biaya variabel, terutama untuk pakan. Oleh karena itu, pembudidaya perlu mencari alternatif pakan yang lebih ekonomis namun tetap bergizi untuk mengurangi biaya operasional (Suryani & Kusuma, 2022). Penelitian oleh Pratama dan Dewi (2023) menunjukkan bahwa efisiensi biaya produksi dapat meningkatkan margin keuntungan hingga 20-30%.

Secara keseluruhan, integrasi antara analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) memberikan gambaran yang komprehensif tentang kondisi usaha budidaya burung kicau di Kabupaten Bandung, baik dari sisi strategis maupun operasional. Kombinasi kedua alat analisis ini memungkinkan perumusan strategi yang lebih tepat dan terukur untuk pengembangan usaha ke depan (David & David, 2016; Osterwalder & Pigneur, 2010).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan):

Total skor IFE 2,91 menunjukkan posisi internal yang cukup kuat (kategori sedang). Kekuatan utama usaha adalah bibit dengan trah juara (0,60) dan pengetahuan budidaya yang baik (0,48). Kelemahan utama adalah belum adanya pembukuan keuangan (0,20) dan

- pemasaran yang masih terbatas (0,18).
2. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman):
Total skor EFE 2,81 menunjukkan respon yang cukup baik terhadap faktor eksternal (kategori sedang). Peluang terbesar adalah tren hobi burung kicau (0,60) dan kontes burung (0,56). Ancaman terbesar adalah persaingan usaha (0,28) dan fluktuasi harga (0,24).
 3. Posisi Strategis:
Berdasarkan diagram SWOT, usaha berada pada Kuadran I dengan koordinat (1,47 ; 1,17), yang berarti memiliki kekuatan dan peluang yang besar untuk dikembangkan dengan strategi agresif (Growth Oriented Strategy).
 4. Model Bisnis (BMC):
Usaha telah memiliki model bisnis yang terstruktur dengan 9 elemen BMC yang saling terintegrasi. Namun, masih perlu peningkatan pada pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan hubungan dengan pelanggan, serta efisiensi biaya operasional.
 5. Strategi Pengembangan:
Strategi yang direkomendasikan meliputi: mengikuti kontes burung, memanfaatkan platform online, bergabung dengan komunitas pecinta burung, mengembangkan pembukuan keuangan, membuat akun media sosial, mencari supplier pakan alternatif, dan membangun standar harga.

Implikasi Manajerial: Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi para pembudidaya burung kicau di Kabupaten Bandung dalam merumuskan strategi pengembangan usaha. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, perbaikan sistem pencatatan keuangan, dan diversifikasi sumber pakan untuk mengurangi biaya operasional.

Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang hanya melibatkan lima pembudidaya burung kicau di Kabupaten Bandung, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi secara luas. Penelitian

selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah dan melibatkan jumlah informan yang lebih beragam. Selain itu, penelitian mendatang dapat melengkapi analisis dengan analisis kelayakan finansial, seperti Revenue Cost Ratio (RCR), Net Present Value (NPV), dan Internal Rate of Return (IRR), serta Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk menentukan prioritas strategi pengembangan usaha secara lebih objektif dan terukur.

DAFTAR RUJUKAN

- Ariadi, H., Soeprapto, H., Sihombing, J. L., Khairina, W., & Khristanto, A. (2023). Strategi Pengembangan Budi Daya Ikan pada Keramba Adaptif di Wilayah Pesisir: Studi Kasus di Kota Pekalongan. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 9(1), 27-35. <https://doi.org/10.15578/marin.a.v9i1.11643>
- Creswell, J. W., & Báez, J. (2020). *30 Essential Skills for the Qualitative Researcher* (2nd ed.). SAGE Publications.
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson.
- Hartono, B., Nugroho, A., & Suryani, D. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Burung Kicau di Era Digital. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 45-58.
- Hidayat, T., Rahayu, S., & Wijaya, P. (2021). Analisis Pemasaran Burung Kicau di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 8(2), 112-125.
- Mazzarol, T., Clark, D., Reboud, S., & Limnios, E. M. (2018). Developing a Conceptual Framework for the Co-operative and Mutual Enterprise Business Model. *Journal of Management & Organization*, 24(4), 551-

581. <https://doi.org/10.15578/marina.v9i1.11643>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.
- Pratama, A., & Dewi, R. (2023). Analisis Nilai Ekonomi Burung Kicau Trah Juara di Indonesia. *Jurnal Peternakan Nusantara*, 9(1), 78-92.
- Rahman, F., Kusuma, A., & Suryani, T. (2022). Perkembangan Hobi dan Bisnis Burung Kicau di Jawa Barat. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2), 156-170.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, B., & Yulianti, E. (2023). Karakteristik dan Nilai Jual Murai Batu (*Copsychus malabaricus*) di Pasaran Indonesia. *Jurnal Biologi Indonesia*, 19(1), 34-48.
- Saputra, M., & Wijaya, H. (2022). Budidaya Burung Kicau sebagai Peluang Usaha di Indonesia. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi*, 10(2), 89-104.
- Setiawan, D., & Nugraha, R. (2022). Tantangan dan Strategi Pengembangan Usaha Burung Kicau di Kabupaten Bandung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 67-82.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, T., & Kusuma, A. (2022). Efisiensi Biaya Produksi dalam Usaha Budidaya Burung Kicau. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(2), 134-149.
- Teece, D. J. (2018). Business Models and Dynamic Capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40-49.
- Wijaya, P., Hidayat, T., & Rahayu, S. (2021). Teknik Budidaya Burung Kenari (*Serinus canaria*) yang Efektif. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 23(1), 45-60.
- Firmansyah, I., Akbar, R. R., & Jaya, R. C. (2025). Strategi Pemasaran Umkm Warung Nasi Sunda Ibu Titing Melalui Pendekatan Analisis Swot dan Marketing Mix. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(1), 437-444. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i1.3677>
- A. Hermawan, R. C. Jaya, and A. H. Saputro, "Strategi Marketing dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Digital Marketing Trifecta (Studi Kasus pada Fusiology)", *RIGGS*, vol. 4, no. 4, pp. 13131–13138, Jan. 2026.
- Cindy Listiani, & Rama Chandra Jaya. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis pada Produk MACS Menggunakan Analisis SWOT, QSPM dan Strategi 4C . *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(6), 9109–9127. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i6.2901>
- Cindy Listiani, & Rama Chandra Jaya. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis pada Produk MACS Menggunakan Analisis SWOT, QSPM dan Strategi 4C . *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(6), 9109–9127. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i6.2901>
- Gustiana, J. and Jaya, R.C. 2025. Marketing Strategy Using SWOT Analysis and the Marketing Trifecta at PO Damar Laksana. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*. 6, 3 (Jul. 2025), 610 - 622. DOI:[10.47747/ijmhrr.v6i3.2851](https://doi.org/10.47747/ijmhrr.v6i3.2851)