

PROPOSAL USAHA TERNAK BABI

“BABI LINGGA FARM”

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris yang memiliki potensi besar dalam sektor peternakan, termasuk peternakan babi. Di beberapa daerah, terutama di wilayah timur Indonesia dan sebagian Kalimantan, babi memiliki nilai ekonomi dan budaya yang signifikan. Permintaan terhadap ternak babi, baik dalam bentuk anakan (bibit) maupun babi dewasa, terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi, kebutuhan konsumsi, serta pelaksanaan upacara adat atau tradisi masyarakat tertentu.

Desa Lingga, yang terletak di Kecamatan Sui Ambawang, Kalimantan Barat, memiliki kondisi geografis dan lingkungan yang sangat mendukung untuk pengembangan usaha peternakan. Ketersediaan lahan yang memadai, sumber daya pakan lokal, serta adanya pasar yang cukup potensial menjadi peluang besar bagi pengembangan usaha ternak babi secara berkelanjutan.

Saat ini, masih sedikit pelaku usaha yang fokus pada penyediaan babi hidup (baik anakan maupun dewasa) secara profesional dan terorganisir di wilayah ini. Hal ini menciptakan celah usaha yang menjanjikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal maupun luar daerah yang memerlukan pasokan babi hidup, baik untuk konsumsi, pembesaran, maupun untuk keperluan adat.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, saya berinisiatif untuk membuka usaha peternakan babi dengan fokus pada jual beli babi hidup (anakan dan dewasa). Usaha ini tidak hanya bertujuan untuk meraih keuntungan ekonomi, tetapi juga untuk menciptakan lapangan kerja, memberdayakan potensi lokal, serta mendukung ketersediaan ternak berkualitas di wilayah Kalimantan Barat.

Perencanaan yang matang, manajemen peternakan yang baik, dan komitmen untuk menjaga kualitas ternak serta pelayanan, diharapkan usaha ini dapat tumbuh menjadi usaha yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

B. Tujuan Usaha

Berikut Tujuan Usaha ini dilakukan:

1. Menyediakan Ternak Babi Berkualitas
Menyediakan anakan dan babi dewasa yang sehat, berkualitas, dan siap jual untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal maupun regional.
2. Meningkatkan Pendapatan dan Kesejahteraan Keluarga
3. Menjadikan usaha ternak babi sebagai sumber penghasilan utama atau tambahan bagi keluarga, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi rumah tangga.
4. Membuka Lapangan Pekerjaan di Desa
5. Memberi peluang kerja bagi masyarakat sekitar, terutama dalam hal perawatan ternak, pembangunan kandang, dan distribusi.
6. Mendorong Kemitraan dan Kolaborasi Peternak Lokal
Membuka peluang kerja sama dengan peternak lain, pedagang, atau koperasi dalam hal distribusi dan pengembangan bibit.

I. PROFIL USAHA

Nama Usaha: BABI LINGGA FARM

Bentuk Usaha: Perseorangan

Alamat Usaha: Jl. Trans Kalimantan, Desa Lingga, Sui Ambawang, Kubu Raya Kalbar

Jenis Usaha: Produksi dan Distribusi Ternak Babi

II. PRODUK YANG DI HASILKAN

Usaha peternakan babi ini akan menghasilkan beberapa jenis produk utama dalam bentuk ternak hidup yang siap dijual kepada konsumen, baik perorangan, pedagang, peternak lain, maupun pelaku usaha rumah potong hewan. Produk yang dihasilkan meliputi:

1. Anakan Babi (Bibit)

Merupakan hasil dari indukan yang dikembangbiakkan di peternakan.

2. Usia: 1 hingga 2 bulan.

Cocok untuk dijual kepada peternak lain yang ingin membesarkan babi dari usia dini. Kriteria: sehat, aktif, dan bebas penyakit, sudah lepas sapih.

3. Babi Remaja (Grower)

Usia antara 2 hingga 4 bulan.

Biasanya dibeli oleh peternak pembesaran atau calon pengepul.

Lebih tahan terhadap penyakit dibanding anakan, dan pertumbuhannya sudah stabil.

4. Babi Dewasa Siap Potong

Usia 6 bulan ke atas dengan bobot ± 90 – 120 kg (tergantung permintaan pasar).

Dijual untuk konsumsi (rumah potong hewan), acara adat, atau perayaan masyarakat. Kriteria: bobot ideal, tubuh padat, sehat, dan tidak cacat.

5. Indukan Babi

Disediakan bagi peternak lain yang ingin memulai usaha pembibitan.

Bisa berupa indukan betina (siap kawin) atau pejantan unggul.

Telah melalui seleksi kualitas reproduksi dan kesehatan.

III. LOKASI DAN TARGET PASAR

A. Lokasi Produksi

Usaha ternak babi ini berlokasi di Desa Lingga, Kecamatan Sungai Ambawang, Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat. Lokasi berada di atas lahan milik pribadi seluas ± 120 m², dengan akses cukup baik menuju jalan utama desa dan dapat dijangkau kendaraan untuk keperluan distribusi maupun logistik.

Lahan tersebut telah dirancang untuk menampung:

- Kandang utama berukuran 8 x 12 meter (96 m²)
- Area pengolahan limbah dan akses jalan (± 24 m²)

B. Target Pasar

- Peternak local atau Kelompok Peternakan untuk penggemukan babi yang membutuhkan bibit babi (anakan maupun dewasa) untuk pembesaran.
- Pengepul dan pedagang hewan hidup di pasar tradisional wilayah Kubu Raya dan sekitarnya.

- Pembeli individu dari kalangan masyarakat yang memelihara babi untuk tujuan adat atau konsumsi pribadi.
- Rumah potong babi (RPHB) dan pemilik usaha pengolahan daging yang memerlukan babi hidup secara rutin.

IV. RENCANA TEKNIS DAN OPERASIONAL

A. Desain Kandang

- Ukuran: 8 m x 12 m.
- Struktur: Lantai beton bertulang, dinding setengah permanen, atap baja ringan.
- Sekat: Dibagi menjadi beberapa ruang berdasarkan fungsi: Indukan, Penggemukan, dan Isolasi atau karantina.
- Sirkulasi: Dilengkapi ventilasi terbuka di bagian atas dan belakang kandang
- Limbah:
Terdapat saluran air limbah di bagian belakang kandang
Kotoran dialirkan ke bak penampung khusus berukuran $\pm 2 \times 2$ m
- Peralatan: Tempat makan, tempat minum otomatis, selang pembersih, dan alat sanitasi rutin.

B. Sistem Pemeliharaan Ternak Babi

- Kapasitas Kandang: Menampung 20 ekor babi (indukan, anakan, dan babi penggemukan)
- Sistem Pemeliharaan:
Intensif, di mana seluruh aktivitas ternak dilakukan dalam kandang -tertutup dengan kontrol penuh
Babi tidak dilepas di luar kandang, sehingga lebih mudah mengontrol pakan, kesehatan, dan kebersihan
- Pemberian Pakan:
Menggunakan pakan pabrikan berkualitas tinggi untuk memastikan pertumbuhan optimal
Jadwal pakan: 2 kali sehari (pagi dan sore)
Komposisi pakan disesuaikan berdasarkan fase pertumbuhan (starter, grower, finisher)

- **Manajemen Air Minum:**
Menggunakan tempat minum otomatis untuk memastikan air bersih selalu tersedia
- **Kesehatan & Biosekuriti:**
Vaksinasi dan vitamin dilakukan sesuai jadwal dari dinas peternakan
Penerapan biosekuriti ketat, seperti larangan masuk sembarangan ke area kandang, penyemprotan desinfektan, dan penggunaan pakaian khusus di area kandang
- **Kebersihan & Pengelolaan Limbah:**
Kandang dibersihkan setiap hari, termasuk kotoran dan sisa pakan
Kotoran dan urin dialirkan ke saluran limbah menuju bak penampungan, lalu dikelola sebagai pupuk organik atau dikeringkan.

C. Tenaga Kerja

- 2 orang tenaga operasional yang berpengalaman
- Pelatihan dan pendampingan teknis secara berkala

V. RENCANA ANGGARAN BIAYA SPESISFIK

No	Komponen	Rincian	Estimasi Biaya (Rp)
1	Kandang & Infrastruktur	Beton 8 x 12 m, atap baja ringan, lantai saluran limbah, air, listrik	75.000.000
2	Bibit Babi	20 per ekor Rp 2.500.000	50.000.000
3	Pakan & Kesehatan	Bulan 1: Rp 8.000.000- Bulan 2: Rp 12.000.000 (untuk 20 ekor) - Vaksin 1x: Rp 900.000- Premix & vitamin: Rp 1.000.000- Obat &	23.400.000

		kebersihan kandang: Rp 1.500.000	
4	Tenaga Kerja	2 orang × Rp 3.000.000 × 2 bulan	12.000.000
5	Peralatan & Logistik	Sekop, timbangan, selang air, ember, sekat anak babi, pencahayaan	4.000.000
6	Pemasaran Digital	Website (domain, hosting, desain), sosial media (ads, konten awal)	5.000.000
7	Promosi Offline	Banner depan kandang, brosur, papan nama	1.500.000
8	Cadangan Darurat	Dana darurat, fluktuasi harga, tambahan biaya operasional	29.100.000
	Total Keseluruhan		Rp200.000.000

VI. PROYEKSI PENDAPATAN & KEUNTUNGAN

Usaha peternakan babi ini memiliki target penggemukan selama ± 3 bulan, dimulai dari bibit umur 45 hari. Berdasarkan hasil wawancara dengan peternak di sekitar wilayah Desa Lingga, bobot rata-rata babi setelah pemeliharaan selama 3 bulan dapat mencapai ± 75 kg/ekor. Harga pasar saat ini cukup stabil, berkisar antara Rp 75.000–85.000/kg, dengan harga rata-rata Rp 80.000/kg. Sementara itu, analisis usaha menunjukkan bahwa titik impas (break-even) berada di harga jual Rp 60.000/kg. Ini memberi ruang keuntungan yang cukup aman bagi peternak, bahkan dalam kondisi harga sedikit menurun.

A. Pendapatan dari Penggemukan

$$20 \text{ ekor} \times 75 \text{ kg} \times \text{Rp } 80.000/\text{kg} = \text{Rp } 6.000.000/\text{ekor}$$

$$\text{Total per batch: } 20 \times \text{Rp } 6.000.000 = \text{Rp } 120.000.000$$

Total per tahun (4 batch): $4 \times \text{Rp } 120.000.000 = \text{Rp } 480.000.000$

B. Pendapatan dari Pembibitan

$3 \text{ indukan} \times 2 \text{ kali melahirkan} \times 10 \text{ anak} = 60 \text{ ekor bibit/tahun}$

Harga jual per bibit (umur sapih): Rp 2.500.000

Total pendapatan: $60 \times \text{Rp } 2.500.000 = \text{Rp } 150.000.000$

C. Total Pendapatan per Tahun

Penggemukan = Rp. 480.000.000

Pembibitan = Rp. 150.000.000

Total pendapatan = Rp. 630.000.000

D. Biaya Operasional Per Tahun

Komponen	Estimasi Biaya (Rp)
1. Pakan (penggemukan)	
- Bulan ke-1 (Rp 8 juta)	
- Bulan ke-2 s/d ke-3 (Rp 12 juta/bulan)	
- Total per siklus: Rp 8 juta + 24 juta	Rp 32.000.000
- Untuk 4 siklus/tahun	Rp 128.000.000
2. Pakan indukan & anakan (1 juta/bulan)	Rp12.000.000
3. Vaksin (900 ribu untuk 20 ekor)	$4 \text{ siklus} = 4 \times \text{Rp } 900.000 = \text{Rp } 3.600.000$
4. Premix (Rp 70.000/20 ekor \times 4)	Rp280.000
5. Vitamin dan Obat (tahunan)	Rp1.500.000
6. Listrik, air, kebersihan	Rp6.000.000
7. Gaji tenaga kerja (2 orang \times 3 juta \times 12 bulan)	Rp72.000.000
8. Biaya pemasaran (website, medsos, brosur)	Rp6.000.000

9. Pemeliharaan kandang dan alat	Rp5.000.000
10. Biaya tidak terduga ($\pm 5\%$)	\pm Rp 12.000.000

Jadi Total Biaya Operasional Tahunan : \pm Rp 246.380.000

E. Laba Bersih Tahunan

Komponen	Nilai (Rp)
Pendapatan Tahunan	Rp630.000.000
Biaya Tahunan	Rp246.380.000
Laba Bersih	Rp 383.620.000

F. Break-Even Point (BEP)

BEP harga/kg = Biaya \div total berat penjualan

- Biaya penggemukan (Rp 128.000.000)
- Total berat: 80 ekor \times 75 kg = 6.000 kg
- BEP: Rp 128.000.000 \div 6.000 kg = Rp 21.333/kg

Namun jika seluruh biaya operasional (Rp 246.380.000) ditanggung oleh penjualan babi potong:

- BEP: Rp 246.380.000 \div 6.000 kg = Rp 41.063/kg

Karena harga jual stabil di Rp 80.000/kg, usaha ini sangat menguntungkan, bahkan jika harga turun menjadi Rp 60.000/kg, usaha masih aman.

VII. STRATEGI PEMASARAN

- Penjualan langsung ke pengepul, pasar tradisional, dan rumah makan lokal non-halal
- Sistem pre-order atau langganan bulanan untuk konsumen tetap (seperti peternak kecil & pengepul)
- Promosi aktif melalui media sosial: Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business

- Kerja sama dengan peternak pemula dan komunitas peternak babi di wilayah Ambawang dan di luar
- Potensi kerja sama dengan influencer peternakan atau vlogger lokal
- Penawaran harga khusus untuk pembelian dalam jumlah besar atau sistem langganan tetap.

VIII. STRATEGI MENGHADAPI RESIKO

1. Risiko Penyakit Ternak

Tindakan:

Terapkan biosekuriti ketat (penyemprotan disinfektan, batas kunjungan)

Vaksinasi dan pemberian vitamin secara rutin

Konsultasi rutin dengan dokter hewan lokal

2. Kematian atau Gagal Tumbuh

Tindakan:

Seleksi bibit unggul dari sumber terpercaya

Catat dan pantau pertumbuhan tiap ekor secara berkala

Segera pisahkan ternak yang menunjukkan gejala sakit

3. Fluktuasi Harga Pasar

Tindakan:

Bangun jaringan langganan tetap (restoran, pengepul, rumah makan)

Diversifikasi: jual bibit dan babi potong

Hitung HPP (harga pokok produksi) dan tetapkan harga minimal menguntungkan

4. Biaya Operasional Meningkat

Tindakan:

Gunakan pakan campuran jika harga pakan pabrikan naik tajam

Buat anggaran cadangan operasional minimal untuk 3 bulan

Evaluasi efisiensi penggunaan tenaga kerja dan listrik

5. Persaingan Usaha

Tindakan:

Jaga kualitas ternak (sehat, cepat tumbuh)

Tawarkan layanan tambahan: antar ke lokasi, garansi bibit sehat

Bangun kepercayaan lewat pelayanan dan komunikasi aktif dengan pelanggan

6. Gangguan Cuaca/Lingkungan

Tindakan:

Kandang dibuat kokoh, atap tahan hujan, dan ventilasi baik

Sediakan saluran limbah yang aman dan lancar

Siapkan genset kecil atau penerangan darurat bila listrik padam

IX. METODE PELAKSANAAN PROGRAM

Program usaha ternak babi ini dirancang dan dilaksanakan secara bertahap dan terstruktur, mencakup persiapan, pelaksanaan, pemeliharaan, dan pemasaran. Adapun metode pelaksanaannya sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Menyusun rencana usaha, desain kandang, dan anggaran biaya

Menyiapkan lahan pribadi seluas $\pm 120 \text{ m}^2$ di Desa Lingga, Kecamatan Sungai Ambawang

Pembangunan kandang utama ukuran 8×12 meter dan area limbah $\pm 24 \text{ m}^2$

Pengadaan peralatan kandang (tempat makan, minum, alat semprot, dan penerangan)

Seleksi bibit babi sebanyak 20 ekor (usia ± 45 hari) dari peternak terpercaya

2. Tahap Pemeliharaan

Sistem pemeliharaan dilakukan secara intensif dengan pemberian pakan pabrikan

Jadwal pemberian makan 2–3 kali sehari

Pemberian vitamin, vaksin, dan premix sesuai jadwal

Pemantauan kesehatan dan pertumbuhan secara berkala

Penerapan sistem biosekuriti ketat untuk mencegah penyakit

3. Tenaga Kerja

Menggunakan 2 orang tenaga kerja tetap dengan upah Rp3.000.000/orang per bulan

Tugas meliputi pemberian pakan, membersihkan kandang, mencatat pertumbuhan, dan membantu distribusi

4. Sistem Panen dan Penjualan

Masa penggemukan: ± 3 bulan, sejak bibit usia ± 45 hari dipelihara hingga mencapai bobot ideal $\pm 75 \text{ kg}$

Penjualan babi siap potong: Dilakukan kepada pengepul, rumah makan lokal, dan pasar tradisional dengan harga rata-rata Rp80.000/kg (estimasi pendapatan ±Rp6.000.000/ekor)

Penjualan bibit babi (usia 1,5–2 bulan): Dikhususkan bagi peternak pemula atau petani mitra yang ingin memulai usaha skala kecil, dengan harga jual berkisar antara Rp2.800.000 – Rp3.200.000/ekor tergantung kualitas dan berat

Sistem penjualan bibit dilakukan secara pre-order untuk menjamin ketersediaan dan mengurangi risiko overstock

Dengan adanya dua jenis output (babi potong dan bibit), sistem usaha menjadi lebih fleksibel dan mengurangi risiko fluktuasi pasar

5. Promosi dan Pemasaran

Promosi melalui media sosial (Instagram, WhatsApp Business, TikTok)

Jaringan pelanggan dibangun melalui komunikasi langsung dan kunjungan pasar

Penawaran khusus untuk pelanggan tetap atau pembelian partai besar

6. Monitoring dan Evaluasi

Setiap bulan dilakukan evaluasi biaya, pertumbuhan ternak, dan hasil penjualan

Penyesuaian strategi dilakukan jika terjadi kendala seperti fluktuasi harga pakan atau pasar

Semua pencatatan dilakukan secara rapi sebagai bahan laporan dan pengembangan usaha ke depan.

X. ANALISA SWOT

A. Kekuatan (Strengths)

1. Lahan yang digunakan adalah milik pribadi, sehingga tidak memerlukan biaya sewa dan dapat mengurangi beban biaya operasional jangka panjang.
2. Desain kandang sudah modern dan efisien, dilengkapi dengan sistem pembuangan limbah, ventilasi yang baik, serta peralatan makan dan minum otomatis.
3. Lokasi peternakan strategis, berada di wilayah dengan akses transportasi yang baik dan dekat dengan pasar lokal maupun konsumen potensial.

4. Produk yang dihasilkan beragam, mulai dari anakan, remaja, babi siap potong hingga indukan, sehingga memiliki fleksibilitas dalam menghadapi permintaan pasar.
5. Proyeksi keuntungan usaha cukup besar karena harga pasar saat ini jauh di atas titik impas (break-even point).
6. Strategi pemasaran sudah mencakup promosi digital melalui media sosial dan promosi offline seperti banner dan brosur.

B. Kelemahan (Weaknesses)

1. Skala produksi awal masih tergolong kecil, yaitu hanya menampung 20 ekor babi, sehingga kapasitas produksi terbatas.
2. Ketergantungan terhadap pakan pabrikan yang harganya fluktuatif dapat memengaruhi biaya operasional.
3. Jumlah tenaga kerja masih terbatas, hanya terdiri dari dua orang, sehingga produktivitas dapat terganggu apabila terjadi kendala personal.
4. Belum memiliki sertifikasi resmi seperti sertifikasi kesehatan hewan atau label mutu ternak yang dapat menunjang pemasaran lebih luas.
5. Belum menerapkan teknologi otomatisasi atau sistem monitoring digital untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan peternakan.

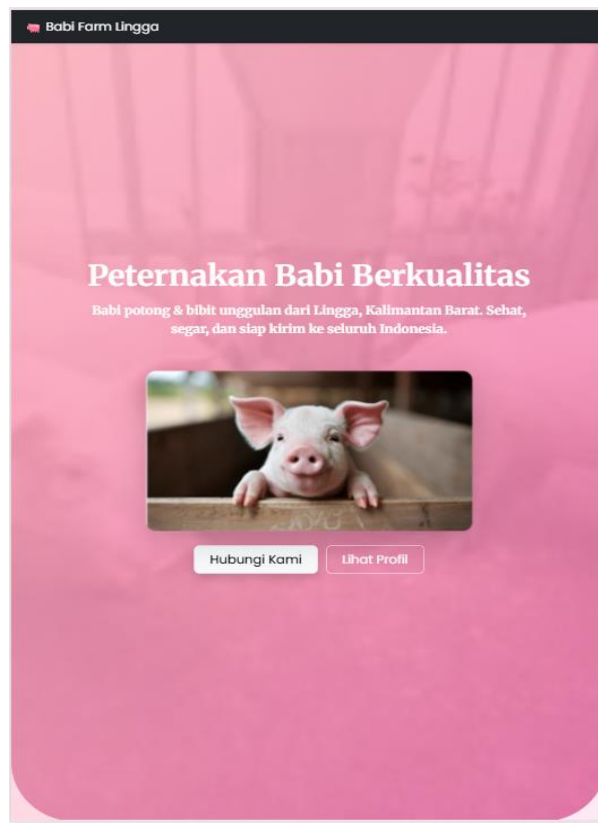
C. Peluang (Opportunities)

1. Permintaan terhadap babi hidup, baik untuk konsumsi maupun keperluan adat, masih tinggi di wilayah Kalimantan Barat dan sekitarnya.
2. Terdapat potensi kerja sama dengan peternak pemula atau kelompok peternak dalam hal distribusi bibit dan pembesaran.
3. Usaha dapat dikembangkan lebih lanjut melalui pengolahan limbah menjadi pupuk organik atau pembuatan pakan alternatif.
4. Teknologi peternakan berbasis digital dan otomatisasi semakin mudah diakses, sehingga dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi produksi.
5. Kesadaran masyarakat terhadap konsumsi daging lokal yang sehat dan segar semakin meningkat, memberikan peluang ekspansi pasar.

D. Ancaman (Threats)

1. Risiko munculnya penyakit menular seperti African Swine Fever (ASF) atau flu babi dapat menyebabkan kerugian besar jika tidak ditangani dengan sistem biosekuriti yang ketat.
2. Harga pasar babi dan bahan pakan bersifat fluktuatif dan dapat berubah sewaktu-waktu, sehingga mempengaruhi margin keuntungan.
3. Adanya potensi perubahan kebijakan atau regulasi pemerintah yang dapat membatasi distribusi ternak atau mengatur proses pemeliharaan.
4. Pasar produk ternak babi masih dibatasi oleh faktor budaya dan agama di sebagian wilayah Indonesia.
5. Munculnya pesaing baru, terutama dari peternakan berskala besar atau distributor luar daerah, dapat mengancam stabilitas harga dan loyalitas pelanggan.

XI. HASIL WEBSITE



Tampilan awal website BABI FARM LINGGA dirancang dengan antarmuka yang sederhana namun modern, menonjolkan desain merah muda yang profesional dan bersih.

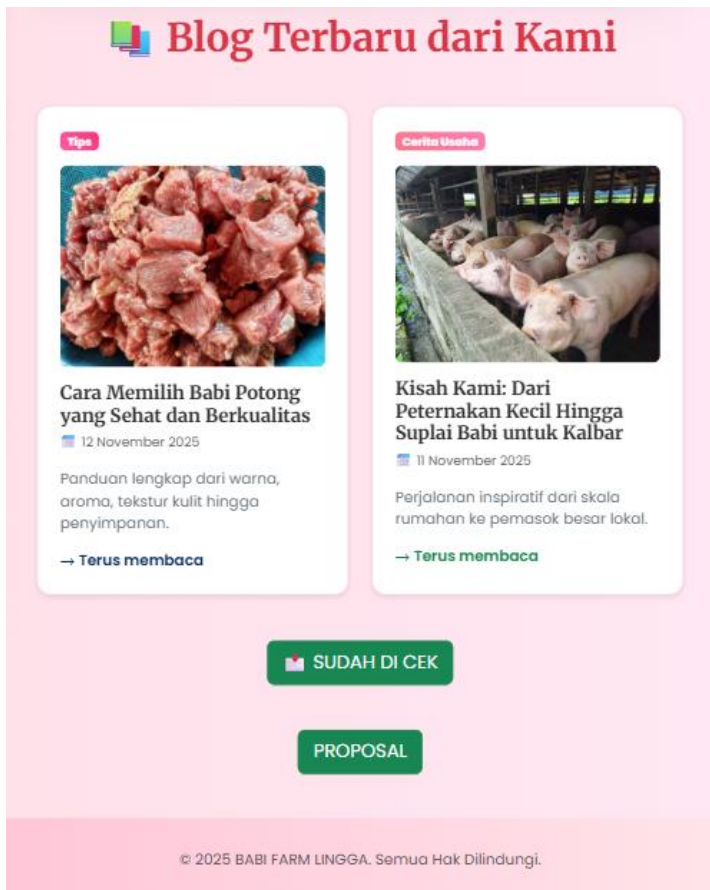
Pada halaman ini pengguna di sambut dengan nama usaha dan navigasi utama yang mengarahkan ke berbagai fitur seperti “Ulasan”, “Hubungi Kami”, dan “Profil”. Tujuan utama halaman awal ini adalah memberikan kesan pertama yang menarik, positif dan memudahkan pengunjung memahami inti dari usaha peternakan yang ditawarkan.



Pada halaman ini memberikan informasi profil usaha secara singkat, termasuk nama usaha, deskripsi singkat tentang latar belakang, serta tujuan utama dari Babi Lingga Farm. Elemen ini ditujukan agar pengunjung langsung memahami fokus dan nilai-nilai usaha sejak pertama kali membuka website.

Terdapat sorotan utama (highlight section) yang menampilkan keunggulan bisnis seperti kualitas ternak, proses pemeliharaan yang higienis, serta pelayanan penjualan dan pengiriman. Bagian ini biasanya disusun dalam bentuk slider, banner, atau kartu informasi yang mencolok secara visual dan responsif. Sorotan ini dibuat untuk menarik perhatian

pengunjung secara cepat dan menekankan hal-hal yang menjadi pembeda Babi Lingga Farm dibanding peternakan lainnya.



Pada bagian tengah halaman, website Babi Lingga Farm menyajikan fitur blog terbaru yang berfungsi sebagai media edukasi bagi pengunjung. Salah satu artikel blog yang ditampilkan membahas tentang “Cara Memilih Daging yang Benar”, yang berisi tips dan panduan agar konsumen dapat memilih produk daging berkualitas. Artikel ini tidak hanya meningkatkan nilai informatif dari website, tetapi juga membangun kredibilitas usaha di mata calon pelanggan. Di samping fitur blog, terdapat kartu informasi kedua (card 2) yang menampilkan cerita singkat mengenai latar belakang serta proses perjalanan usaha Babi Lingga Farm. Informasi ini memberikan nilai personal dan menambah kedekatan antara pengunjung dengan brand peternakan yang ditampilkan di website.

Pada bagian bawah halaman, tersedia form email yang memungkinkan pengguna untuk mengirimkan pesan secara langsung kepada pemilik usaha. Setelah pesan dikirim, sistem akan secara otomatis menampilkan notifikasi “Email terkirim” sebagai umpan balik.

Fitur ini memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan memastikan bahwa pesan telah berhasil diterima.

Tepat di dekat form email, terdapat tombol yang memungkinkan pengguna untuk mengunduh file proposal dalam format Microsoft Word. Tombol ini terhubung langsung ke dokumen proposal usaha, sehingga memudahkan calon mitra atau investor yang ingin membaca detail rencana bisnis Babi Lingga Farm secara lengkap.

XII. PENUTUP

Usaha peternakan babi Babi Lingga Farm merupakan langkah strategis dalam memanfaatkan potensi lokal Desa Lingga, Kecamatan Sungai Ambawang, sebagai pusat pengembangan ternak babi yang berkelanjutan dan profesional. Dengan perencanaan yang matang, manajemen yang terstruktur, serta strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar, usaha ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar, menyediakan pasokan ternak berkualitas, dan membuka peluang kerja baru di daerah.

Melalui proposal ini, disampaikan secara rinci profil usaha, strategi operasional, analisis finansial, serta potensi pertumbuhan yang dimiliki oleh Babi Lingga Farm. Harapannya, usaha ini dapat menjadi salah satu solusi dalam menjawab kebutuhan pasar terhadap ternak babi yang sehat, berkualitas, dan mudah diakses. Dengan dukungan dari berbagai pihak, termasuk mitra usaha, pelanggan, dan masyarakat, Babi Lingga Farm optimis dapat berkembang menjadi usaha peternakan yang maju, mandiri, dan berdaya saing.

