

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan sumber daya alam yang melimpah, mulai dari sumber daya alam hayati maupun sumber daya alam hewani. Kekayaan sumber daya alam yang dimilikinya harus pandai dan cermat dalam hal pengelolaannya jika tidak ingin dikuasai oleh negara lain. Salah satu yang harus dijaga dan dikelola secara *continue* yaitu sumber daya alam hewani berupa peternakan ayam kampung yang biasa disebut ayam kampung (bukan ras). (AgriFlow, 2013)

Ayam kampung merupakan jenis ternak unggas yang telah tersebar diseluruh pelosok nusantara salah satunya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Peternakan ayam kampung mempunyai peranan yang cukup besar dalam mendukung perekonomian masyarakat khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, karena peternakan ayam kampung mempunyai prospek pasar yang bagus untuk dikembangkan serta memiliki daya adaptasi yang tinggi terhadap lingkungan dan pemeliharaannya relatif lebih murah (AgriFlow, 2013).

Permintaan ayam kampung terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Permintaan ayam kampung di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) pada tahun 2011 mencapai 3.767.325 ekor, kemudian pada tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 4.060.722 ekor dan pada tahun 2013 juga mengalami peningkatan yang cukup tinggi yaitu sebesar 4.116.448 ekor .

Berkaitan dengan jumlah permintaan ayam kampung yang semakin meningkat setiap tahunnya maka akan memunculkan suatu usaha peternakan dan

tentunya akan memberikan banyak peluang bagi peternak untuk membidik pasar yang berkaitan dengan arus jual beli komoditas hasil peternakan ayam kampung. Persaingan dalam usaha ternak ayam kampung memang sudah kompetitif. Untuk dapat bersaing dalam usaha yang bersangkutan, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pemilihan segmen yang tepat, potensial dan belum banyak digarap oleh pihak lain, kemudian menawarkan beberapa keunggulan dan nilai lebih bagi konsumen yang menjadi segmen usaha.

Perusahaan yang bergerak di bidang peternakan ayam kampung dan sudah menghadapi persaingan pasar adalah CV Jogja Farm Group yang berlokasi di jalan Cendrawasih 202B RT 16/27, Maguwo Banguntapan, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Usaha ternak ayam kampung mulai didirikan pada tahun 2011 sampai sekarang. Modal awal yang dibutuhkan berupa modal tetap seperti pembuatan kandang, pembuatan sumur, peralatan, kendaraan, dan biaya lain-lain. Selain modal tetap, CV Jogja Farm Group juga harus mengeluarkan biaya untuk modal kerja seperti pembelian bibit DOC, pembelian telur, sabun colek, masker, sarung tangan, karung, plastik dan formalin.

Berdasarkan wawancara dengan pengelola perusahaan CV Jogja Farm Group bahwa permintaan dari seluruh pelanggan terhadap daging, DOC serta telur fertile ayam kampung mencapai 19.000 ekor daging, 14.000 DOC dan 12.000 butir telur ayam kampung perhari, namun permintaan tersebut hanya mampu dipenuhi sekitar 76% saja. Strategi CV Jogja Farm Group untuk memenuhi kekurangan pemasok bahan baku sebesar 24% yaitu dengan cara melakukan pengembangan usaha yang membutuhkan penambahan modal usaha. Modal yang

harus dikeluarkan berupa pembelian bibit DOC, telur fertile, dan daging ayam kampung. CV Jogja Farm Group membeli bahan baku tersebut melalui mitra binaan dan perusahaan yang bergerak dalam menghasilkan telur, DOC dan daging ayam kampung. Jenis ayam kampung memerlukan jangka waktu panen yang lebih lama dibandingkan dengan ayam boiler, jadi untuk sistem pemeliharaan sendiri memerlukan waktu yang relatif lebih panjang agar mendapatkan hasil yang maksimal serta untuk mengejar harga jual yang lebih tinggi.

Selain itu, pada usaha peternakan ini juga terdapat beberapa kemungkinan terjadinya perubahan-perubahan yang dapat terjadi di dalam kegiatan usaha yang tentu saja mempengaruhi kelayakan usaha peternakan ayam ini. Perubahan-perubahan tersebut antara lain terjadi pada kenaikan harga DOC dan jumlah produksi daging ayam kampung. Perubahan-perubahan tersebut tentu dapat mempengaruhi kelayakan usaha ternak ayam kampung dari segi finansial sehingga perlu dilakukan analisis sensitivitas karena adanya perubahan-perubahan tersebut. Kemudian manajemen yang dilakukan juga masih sangat sederhana, keputusan dilapangan masih bergantung sepenuhnya pada pemilik.

Untuk cara pemeliharaan, ayam kampung harus di vaksinasi ND secara teratur agar penyakit tetelo/sampar/*New Castle Disease* (ND) tidak mudah menyerang. Penyakit tersebut merupakan momok utama penyebab kematian pada ayam kampung. Pada pembuatan kandang hal terpenting yang harus diperhatikan adalah perlu di pertimbangkan lokasi, luas kandang, fentilasi serta sinar matahari. Lokasi pembuatan kandang harus kering dan tidak menyatu dengan rumah. Fentilasi, luas kandang dan sinar matahari harus sesuai, karena jika fentilasi dan

sinar matahari yang kurang baik maka ayam akan cenderung saling mematuk. Pada sistem pemeliharaan secara tradisional ayam kampung akan berusaha mencukupi kebutuhan gizinya dari berbagai sumber bahan pakan yang tersedia di lingkungannya. Pada sistem pemeliharaan ayam kampung secara semi intensif peternak memberikan pakan tambahan pada ayam kampung nya, sedangkan pada sistem pemeliharaan secara intensif pakan sepenuhnya disediakan peternak.

Berdasarkan uraian diatas, untuk memenuhi kebutuhan konsumen sebesar 24% perusahaan perlu perencanaan lagi mengenai pengembangan usaha. Rencana tersebut yang nantinya akan berpengaruh terhadap aspek finansial, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu bagaimana kelayakan usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group terhadap aspek finansial dan aspek non finansial serta bagaimana tingkat kepekaan usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group dengan kemungkinan terjadinya kenaikan harga DOC dan penurunan jumlah produksi daging ayam kampung.

## **B. Tujuan**

1. Menganalisis kelayakan usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group berdasarkan aspek finansial (NPV, IRR, NET B/C, PP).
2. Menganalisis tingkat kepekaan usaha ternak ayam kampung terhadap kemungkinan terjadinya kenaikan harga DOC dan penurunan jumlah produksi daging ayam kampung (kampung).
3. Mengetahui strategi pemasaran usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group.

### **C. Manfaat**

1. Bagi penulis untuk meningkatkan kemampuan penulis dalam mengaplikasikan ilmu studi kelayakan bisnis yang diperoleh dalam perkuliahan sekaligus sebagai referensi bisnis yang dapat dilakukan di sektor peternakan.
2. Bagi perusahaan sebagai referensi bisnis dan pertimbangan dalam pengembangan usaha ternak yang akan dijalankan sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi bagi kelangsungan usaha.
3. Bagi masyarakat digunakan untuk mengetahui prospek usaha ayam kampung di daerah penelitian.
4. Bagi pemerintah digunakan untuk pengembangan potensi daerah di bidang peternakan ayam kampung pada daerah penelitian.