

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yang digunakan untuk mengetahui dan pembahasannya mengenai biaya-biaya usaha meliputi biaya yang dikeluarkan selama produksi, penerimaan dan keuntungan yang diterima, serta kelayakan usaha peternakan ayam kampung melalui perhitungan *Net Present alue* (NPV), *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Payback Period* (PP) (Jumingan, 2014). Selanjutnya layak atau tidaknya usaha peternakan ayam kampung dapat diketahui setelah dilakukan perhitungan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan di CV Jogja Farm Group yang terletak di daerah Maguwo, Banguntapan, Bantul, DIY. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan beberapa pertimbangan yaitu usaha yang di kerjakan peternakan masih dalam lingkup peternakan skala rakyat dengan kapasitas produksi di bawah 15.000 ekor per siklus. Kegiatan pengumpulan data dilaksanakan pada tanggal 10 Februari 2018 sampai dengan 10 Maret 2018.

C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari perusahaan CV Jogja Farm Group itu sendiri serta penelusuran studi pustaka dari berbagai literatur baik dari buku, internet atau instansi pemerintah seperti BPS (Badan Pusat Statistik), dinas peternakan dan kesehatan DIY, perpustakaan pusat kota DIY, dan berbagai pustaka seperti jurnal dan

metode penelitian terdahulu yang berkaitan atau yang relevan dengan topik penelitian.

Data primer diperoleh dari pengamatan langsung di lokasi penelitian dan wawancara langsung dengan pemilik, tenaga kerja dan masyarakat di sekitar lingkungan usaha peternakan. Kegiatan wawancara dilakukan untuk mengetahui kondisi dan kegiatan usaha yang dilakukan di peternakan baik dari aspek finansial maupun dari aspek non-finansial nya.

Alat pengumpul data yang digunakan yaitu alat pencatat dan alat dokumentasi (foto *digital* dan foto *handphone*).

D. Asumsi dan Batasan Masalah

1. Asumsi

- a. Bahwa daging, DOC, telur fertil, telur gagal tetas dan kerabang telur diasumsikan terjual semua.

2. Batasan masalah

- a. Data yang digunakan merupakan data tahun 2012 hingga 2016
- b. Aspek non finansial yang di gunakan pada penelitian ini adalah aspek pasar dan pemasaran

E. Definisi Oprasional

1. Input akan menghasilkan biaya investasi dan biaya operasional.
2. Biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan pada saat awal sebelum usaha dimulai.
3. Biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan secara terus menerus atau *contiuue* pada saat usaha berlangsung.

4. Output berupa daging, DOC, telur fertil dan kerabang telur. Daging dan DOC yang diukur dalam satuan ekor, telur yang diukur dalam satuan butir, serta kerabang telur yang dihitung perkarung.
5. Harga adalah uang yang diterima peternak pada saat menjual hasil produksi daging dan DOC ayam kampung dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/ekor) serta hasil penjualan telur ayam kampung dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/butir), kerabang telur dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp/karung).
6. Kandang merupakan tempat untuk membudidayakan hewan-hewan ternak (unggas).
7. Peralatan adalah sarana penunjang peternak baik berupa wadah pakan dan minum dan lain lain dihitung dalam unit, dan dinyatakan dalam rupiah (Rp) berdasarkan nilai penyusutan.
8. Kendaraan merupakan suatu alat untuk pendistribusian barang. Kendaraan yang digunakan berupa mobil dan motor. Kendaraan digunakan untuk pengiriman bahan baku yang dihasilkan oleh perusahaan.
9. *Cash Flow* adalah suatu laporan keuangan yang berisi pengaruh kas dari kegiatan operasi, kegiatan transaksi investasi, kegiatan transaksi pembiayaan/pendanaan, dan kenaikan atau penurunan bersih dalam kas suatu perusahaan selama periode tertentu.
10. Kelayakan suatu usaha peternakan ayam kampung mencakup aspek finansial dan non finansial.
11. Aspek finansial mempunyai input berupa biaya investasi dan biaya operasional.

12. Aspek finansial meliputi :
- a. NPV adalah selisih antara pengeluaran dan pemasukan yang telah didiskontokan dengan menggunakan *social opportunity cost of capital* sebagai dikonto faktor (arus kas yang diperkirakan pada masa yang akan datang dan didiskontokan pada saat ini).
 - b. *Net B/C* adalah perbandingan antara jumlah *PV net benefit* positif dengan *PV net benefit* yang negatif.
 - c. *International Rate of Return* (IRR) adalah suku bunga yang akan menyamakan jumlah nilai sekarang dari penerimaan yang diharapkan diterima dengan jumlah nilai sekarang dari pengeluaran untuk investasi.
 - d. *Payback Period* (PP) adalah suatu metode berapa lama investasi akan kembali atau periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan aliran kas.
13. Analisis *swatching value* adalah perhitungan untuk mengukur “perubahan maximum’ dari perubahan suatu komponen *inflow* (penurunan harga output penurunan produksi) atau perubahan komponen *outflow* (peningkatan harga input/peningkatan biaya produksi) yang masih dapat ditoleransi agar usaha masih tetap layak.
14. Aspek pasar dan pemasaran adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga dengan melewati proses tawar menawar yang nantinya akan terjadi kesepakatan harga antara kedua belah pihak.

15. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan atau acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.
16. Pengembangan usaha merupakan tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.

F. Metode Analisis Data

Penelitian yang dilakukan menggunakan analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis secara kuantitatif digunakan untuk mengetahui tingkat kelayakan investasi. Metode kuantitatif yang akan digunakan adalah analisis kelayakan finansial berdasarkan kriteria NPV, *Net B/C*, IRR dan PP serta analisis sensitivitas. Data kuantitatif diolah menggunakan kalkulator dan komputer dengan *microsoft excel 2013*. Analisis kualitatif merupakan analisis yang dilakukan dengan cara deskriptif untuk menggambarkan sistem usaha dan strategi pemasaran di daerah Maguwo, Banguntapan, Bantul, DIY.

1. Analisis kuantitatif pada aspek finansial

Analisis kuantitatif akan mengetahui tingkat kelayakan investasi dari aspek finansialnya. Aspek finansial mengkaji tentang perhitungan berapa jumlah dana yang dibutuhkan untuk membangun dan kemudian mengoperasikan kegiatan bisnis. Analisis aspek finansial pada pengembangan usaha peternakan ayam

kampung ini menggunakan kriteria kelayakan investasi yang meliputi *Net Present Value* (NPV), *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Payback Period* (PP) serta analisis *switching value* untuk melihat kepekaannya terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dalam mempengaruhi kelayakan investasi.

a. *Net Present Value* (NPV) , rumus yang digunakan dalam perhitungan NPV adalah sebagai berikut :

$$NPV = \sum_{i=0}^n \frac{cf}{(1+r)^n}$$

Keterangan :

Cf : *cash flow*

r : tingkat bunga

i : suku bunga diskonto yang digunakan

n : periode waktu tahun ke n

Kriteria Penilaian :

NPV > 0 Usaha layak secara finansial dan menguntungkan sehingga dapat dilaksanakan

NPV = 0 Usaha layak namun keuntungan masih relatif kecil dari tingkat suku bunga yang digunakan karena itu keputusan diserahkan kepada pihak manajemen

NPV < 0 Usaha ini tidak layak secara finansial karena keuntungan lebih kecil dari biaya yang dikeluarkan

b. *Net Benefit Cost Ratio* (Net B/C), Secara matematis *Net B/C* dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$net\ B/C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{Ct - Bt}{(1+i)^t}}$$

Keterangan :

Bt : manfaat pada tahun ke-t

Ct : biaya (*cost*) pada tahun ke-t

i : diskon faktor

t : umur proyek

Kriteria penilaian :

$Net\ B/C > 1$ Usaha layak secara finansial dan menguntungkan sehingga dapat dilaksanakan

$Net\ B/C < 1$ Usaha ini tidak layak secara finansial karena tambahan biaya yang dikeluarkan lebih besar dari manfaat bersih yang diterima

c. *Payback Period* (PP), berikut merupakan rumus perhitungan PP :

$$PP = n + \frac{a-b}{c-b} \times 1 \text{ tahun atau } PP = \frac{\text{initial investment}}{\text{cashflow}} \times 1 \text{ tahun}$$

Keterangan :

n : tahun terakhir dimana arus kas masih belum bisa menutupi *initial investment*

a : jumlah *initial investment*

b : jumlah kumulatif arus kas pada tahun ke-n

c : jumlah kumulatif arus kas pada tahun ke+1

Kriteria penilaian :

Lamanya periode waktu pengembalian biaya investasi harus lebih cepat dibandingkan umur usaha yang diproyeksikan dalam *cashflow*, semakin cepat

pengembalian biaya investasi maka semakin baik usaha tersebut untuk dijalankan.

d. IRR, berikut merupakan rumus IRR :

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} \times (i_2 - i_1)$$

Keterangan :

i_1 = *Discount rate* yang menghasilkan NPV positif

i_2 = *Discount rate* yang menghasilkan NPV negatif

NPV_1 = Nilai *NPV* positif

NPV_2 = Nilai *NPV* negatif

Kriteria kelayakannya

$IRR >$ tingkat suku bunga yang berlaku, berarti investasi usaha ini layak untuk dilaksanakan.

$IRR =$ tingkat suku bunga yang berlaku, berarti investasi usaha ini tidak menguntungkan dan tidak juga merugikan.

$IRR <$ tingkat suku bunga yang berlaku, berarti investasi usaha ini tidak layak untuk dilaksanakan.

e. Analisis *switching value* ini merupakan perhitungan untuk mengukur “perubahan maximum’ dari perubahan suatu komponen *inflow*(penurunan harga output penurunan produksi) atau perubahan komponen *outflow*(peningkatan harga input/peningkatan biaya produksi) yang masih dapat ditoleransi agar usaha masih tetap layak. Oleh karena itu perubahan tidak boleh melebihi nilai tersebut. Bila melebihi nilai tersebut maka bisnis

dinyatakan tidak layak untuk dijalankan. Perhitungan ini mengacu kepada berapa besar perubahan terjadi sampai dengan NPV sama dengan nol ($NPV=0$).

2. Analisis kualitatif pada strategi pemasaran

Analisis kualitatif akan menjabarkan / menggambarkan mengenai sistem usaha yaitu dari strategi pemasaran, dalam strategi pemasaran hal-hal yang perlu dijabarkan adalah produk, harga, saluran distribusi dan promosi.

- a. Produk (*product*) adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.
- b. Harga (*price*) merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.
- c. Tempat (*place*), kegiatan pemasaran ketiga adalah penentuan lokasi dan distribusi. Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Saluran distribusi adalah suatu jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen kepada konsumen akhir.
- d. Promosi (*promotion*) merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.