

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Kelayakan Finansial Usaha Peternakan Ayam Kampung

Usaha peternakan ayam kampung (kampung) merupakan usaha ternak unggas dengan masa panen persiklus atau kurang lebih selama 2 bulan. CV Jogja Farm Group merupakan perusahaan yang menghasilkan daging ayam kampung selama dua bulan atau persiklus. Kemudian untuk telur, perusahaan melakukan penetasan telur hingga menjadi DOC selama 21 hari setelah telur melakukan 2 tahap penetasan menggunakan mesin.

Kegiatan usaha peternakan ayam kampung (kampung) tak luput dari perhitungan biaya-biaya, baik biaya untuk kegiatan pemeliharaan, sarana produksi, penggunaan tenaga kerja, maupun biaya lain-lain. Dalam kegiatan usaha peternakan ayam kampung (kampung), perusahaan mengeluarkan biaya investasi dan biaya operasional. Biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan pada awal sebelum kegiatan usaha dimulai yaitu meliputi pembuatan kandang, peralatan dan kendaraan. Biaya operasional merupakan biaya yang rutin dikeluarkan selama kegiatan usaha peternakan ayam kampung (buas) berlangsung. Biaya operasional tersebut meliputi gaji karyawan, biaya pengembangan bisnis (saprodi) serta biaya lain lain yang terdiri dari listrik, pajak kendaraan, pendistribusian, pemasaran, tunjangan tenaga kerja, dan dana kegiatan sosial. Perhitungan biaya-biaya tersebut akan dihitung per caturwulan selama lima tahun. Perlu diketahui, satu caturwulan terdiri dari 4 bulan. Berikut merupakan hasil perhitungan biaya-biaya tersebut.

1. Biaya Investasi

Biaya investasi merupakan biaya yang dikeluarkan pada awal sebelum kegiatan usaha dimulai yaitu meliputi pembuatan kandang, peralatan dan kendaraan.

a. Pembuatan Kandang

Pembuatan kandang merupakan salah satu faktor utama sarana produksi pada kegiatan peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group. Pembuatan kandang dilakukan pada saat awal sebelum memulai usaha peternakan tersebut. Luas lahan pembuatan kandang yaitu 1,5 ha. Pembuatan kandang terdiri dari 3 jenis yaitu Kandang postal (umum digunakan untuk jenis ayam kampung); Kandang batrey (umum digunakan untuk jenis ayam petelor) dan Kandang panggung (umum digunakan untuk jenis ayam broiler). Kemudian sarana penunjang lainnya dalam pembangunan kandang adalah pembuatan sumur. Pembuatan sumur digunakan sebagai tempat penampungan air, dimana air dapat digunakan untuk proses pembersihan kandang yang menggunakan banyak air. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada lampiran 3 serta tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Pembuatan Kandang Usaha Peternakan Ayam Kampung

Luas Lahan	Bangunan	Biaya (Rp)	Kapastas
1,5 Ha	Kandang	180.000.000	52000
500 m ²	Pembuatan Sumur	8.500.000	
Total		188.500.000	

Sumber: CV Jogja Farm Group 2012.

Berdasarkan tabel 3 dapat disimpulkan bahwa kandang yang dibangun memiliki kapasitas 52000 ekor DOC dengan luas kandang kurang lebih 1,5 Ha berbentuk panggung, postal dan batrey. Kandang yang di bangun nantinya akan di

sekat sebanyak 8 sekat. Sekatan tersebut memuat kurang lebih 4500 ekor. Kemudian dibagian depan sebelum memasuki kandang panggung dan postal, ada kandang yang disebut dengan kandang batrey. Jadi sebelum DOC di pindahkan ke kandng yang besar, terlebih dahulu dimasukkan ke dalam kandang batrai, guna untuk meningkatkan produktivitas telur tetas dengan kualitas yang lebih baik.

Pembangunan sumur betujuan sebagai penampung air yang digunakan pada saat pembersihan kandang, agar lebih memperjelas bangunan kandang dapat dilihat pada lampiran 3.

b. Peralatan

Alat mempunyai peranan penting dalam suatu usaha peternakan ayam kampung (kampung). Peralatan digunakan sebagai salah satu bahan penunjang suatu usaha peternakan ayam kampung agar berjalan dengan baik dan sesuai rencana. CV Jogja Farm Group mngeluarkan biaya untuk pembelian peralatan yaitu pada awal investasi atau pada awal sebelum usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group dijalankan. Biaya peralatan untuk usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group dapat dilihat pada lampiran 4 serta tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Biaya Peralatan Usaha Peternakan Ayam Kampung

Alat	Unit	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
Mesin Setter	1	170.000.000	170.000.000
Mesin Hatcher	1	98.000.000	98.000.000
Teropong Telur	1	45.000	45.000
Eggtry	1800	3.800	6.840.000
Trolley	7	180.000	1.260.000
Laptop	1	3.200.000	3.200.000
Genset	7	2.173.000	15.211.000
Compressor	1	2.550.000	2.550.000
Steem	1	3.750.000	3.750.000
Keranjang	288	28.000	8.064.000
Meja	7	285.000	1.995.000
Kursi	8	250.000	2.000.000
Ember	3	40.000	120.000
Kran	5	35.000	175.000
Lap	4	6.500	26.000
Selang	20	7.500	150.000
Mesin Pompa Air	1	1.250.000	1.250.000
Gunting	3	17.000	51.000
Lampu	11	34.000	374.000
Sikat	3	5.000	15.000
Sapu	3	23.000	69.000
Alat Pel	1	25.000	25.000
Siup dan Tdp	1	200.000	200.000
Pembuatan Instalasi Listrik	1	175.000	175.000
IMB	1	500.000	500.000
Exhaust Fan	2	399.000	798.000
Kipas	2	396.500	793.000
AC	2	1.800.000	3.600.000
Total			321.236.000

Sumber: CV Jogja Farm Group 2012.

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa peralatan yang digunakan dalam usaha peternakan ayam kampung (kampung) bermacam-macam. CV Jogja Farm Group menggunakan mesin sebagai tempat penetasan telur ayam kampung (kampung), mesin yang digunakan terdiri dari mesin *setter* dan mesin *hatcher*. Mesin *setter* yang digunakan pada peternakan ayam kampung (kampung) ini terbuat dari besi memanjang yang berbentuk rak, berfungsi sebagai pengeraman telur-telur tetas, digunakan untuk memanaskan dan memutar telur mulai hari ke-3 sampai 3 hari menjelang telur menetas. Mesin tersebut memiliki kapasitas sebanyak 6.000 butir telur Setelah selesai pada tahap yang menggunakan mesin *setter*, kemudian telur tetas dimasukkan ke mesin *hatcher*, yang berfungsi hanya

sebagai penetasan telur, digunakan untuk memanaskan telur selama 3 hari terakhir sampai telur retak kemudian menetas.

Adapun wadah yang digunakan sebagai tempat penataan telur tetas tersebut, biasa disebut *eggtry*. Untuk menampung 54000 butir telur digunakan sebanyak 1800 *eggtry*. Satu *eggtry* menampung sebanyak 30 butir telur. Tidak hanya wadah untuk penataan telur tetas, CV Jogja Farm Group juga menggunakan keranjang sebagai tempat penyimpanan daging ayam kampung (kampung) konsumsi. Keranjang yang digunakan sebanyak 288 unit, dimana dalam 1 keranjang terdapat sekitar 25-30 ekor daging ayam kampung (kampung). Adapun contoh peralatan yang digunakan oleh perusahaan CV Jogja Farm Group dapat dilihat pada lampiran 3.

Adapun total biaya yang dikeluarkan untuk peralatan yaitu sebesar Rp 321.236.000,-.

c. Kendaraan

Dalam usaha peternakan ayam kampung, kendaraan juga merupakan salah satu faktor penunjang yang sangat penting dalam kegiatan pendistribusian. Untuk lebih jelas biaya kendaraan apa saja yang dikeluarkan oleh perusahaan, dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini.

Tabel 5. Biaya Kendaraan Usaha Peternakan Ayam Kampung

Nama	Unit	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
Mobil	1	75.000.000	75.000.000
Motor	1	6.000.000	6.000.000
Total			81.000.000

Sumber: CV Jogja Farm Group 2012.

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat diketahui bahwa biaya kendaraan yang dikeluarkan oleh perusahaan CV Jogja Farm Group berupa mobil dan motor. Mobil digunakan sebagai sarana pendistribusian untuk luar daerah Jogjakarta, sedangkan motor digunakan sebagai sarana pendistribusian area Jogjakarta dan sekitarnya. Biaya total yang dikeluarkan oleh CV Jogja Farm Group yaitu sebesar Rp 81.000.000,-

Adapun total biaya investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan CV Jogja Farm Group dapat dilihat pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Total Biaya Investasi CV Jogja Farm Group

Periode Caturwulan	Bangunan (Rp)	Alat (Rp)	Kendaraan (Rp)	Total Biaya (Rp)
0	180.000.000	321.236.000		501.236.000
1			81.000.000	81.000.000
2	8.500.000			8.500.000
3				
4		855.000		855.000
5				
6				
7		15.909.000		15.909.000
8				
9				
10		855.000		855.000
11				
12				
13		15.909.000		15.909.000
14				
15				

Sumber: CV Jogja Farm Group 2012-2016.

Dari tabel 6 diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya investasi dikeluarkan di awal yaitu pada tahun ke 0. Kemudian, biaya investasi dikeluarkan kembali pada caturwulan ke 1, 2, 4, 7,10 dan 13. Biaya-biaya tersebut dikeluarkan tergantung dengan umur ekonomis pada alat-alat yang digunakan oleh perusahaan CV Jogja Farm Group.

Total biaya yang dikeluarkan pada tahun awal atau caturwulan ke 0 adalah sebesar Rp 501.236.000,-. Kemudian pada caturwulan 1 sebesar Rp 81.000.000,-. Pada caturwulan 1, biaya investasi yang dikeluarkan merupakan biaya investasi kendaraan yang berupa 1 unit mobil dan 1 unit sepeda motor. Pada caturwulan ke 2 total biaya investasi yang dikeluarkan sebesar Rp 8.500.000,-. Biaya tersebut dikeluarkan untuk biaya pembangunan sumur. Pada caturwulan ke 4 total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 855.000,-. Biaya yang dikeluarkan meliputi biaya peralatan yang nilai ekonomisnya habis pakai setelah 2 tahun usaha dijalankan. Pada caturwulan ke 7 total biaya yang dikeluarkan adalah sebesar Rp 15.909.000,-. Biaya yang dikeluarkan hampir sama pada saat caturwulan ke 2, tetapi pada caturwulan ke 7 ada peralatan dengan umur ekonomis habis pakai setelah 3 tahun usaha dijalankan. Pada caturwulan ke 10 total biaya investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan sama dengan total biaya investasi pada caturwulan ke 4. Kemudian pada caturwulan ke 13 total biaya investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan sama dengan total biaya investasi pada saat caturwulan ke 7.

2. Biaya Operasional

Biaya operasional merupakan biaya yang rutin dikeluarkan selama kegiatan usaha peternakan ayam kampung (kampung) berlangsung. Biaya operasional bersifat habis pakai dalam kurun waktu (kurang dari 1 tahun). Biaya-biaya tersebut meliputi gaji karyawan, biaya pengembangan bisnis (sarana produksi) serta biaya lain-lain yang terdiri dari listrik, pajak kendaraan, pendistribusian, pemasaran, tunjangan tenaga kerja, dan dana kegiatan sosial.

a. Gaji Karyawan

Gaji karyawan merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan secara *continue* atau secara terus menerus setiap bulannya. Adapun biaya untuk gaji karyawan terdiri dari gaji 1 orang menejer produksi, 4 orang karyawan serta 2 orang supir. Untuk lebih jelasnya biaya tersebut dapat dilihat pada tabel 7 berikut.

Tabel 7. Gaji Karyawan dalam Usaha Peternakan Ayam Kampung

Periode (Caturwulan)	Gaji			Nilai (Rp)
	Menejer Produksi (Rp)	Karyawan 4 orang (Rp)	Sopir 4 orang (Rp)	
1	5.600.000	16.000.000	6.800.000	28.400.000
2	5.600.000	16.000.000	6.800.000	28.400.000
3	5.600.000	16.000.000	6.800.000	28.400.000
4	5.600.000	16.000.000	7.200.000	28.800.000
5	5.600.000	16.000.000	7.200.000	28.800.000
6	5.600.000	16.000.000	7.200.000	28.800.000
7	6.400.000	17.600.000	8.000.000	32.000.000
8	6.400.000	17.600.000	8.000.000	32.000.000
9	6.400.000	17.600.000	8.000.000	32.000.000
10	6.400.000	17.600.000	8.000.000	32.000.000
11	6.400.000	17.600.000	8.000.000	32.000.000
12	6.400.000	17.600.000	8.000.000	32.000.000
13	7.200.000	19.200.000	8.800.000	35.200.000
14	7.200.000	19.200.000	8.800.000	35.200.000
15	7.200.000	19.200.000	8.800.000	35.200.000

Sumber: CV Jogja Farm Group 2012-2016.

Berdasarkan tabel 7, dapat disimpulkan bahwa gaji menejer, karyawan, dan sopir pada tahun 2012 sampai 2016 mengalami kenaikan. Perlu diketahui, bahwa 1 tahun terdiri dari 3 caturwulan. Tahun 2012 terdiri dari caturwulan 1 sampai 3, tahun 2013 terdiri dari caturwulan 4 sampai 6, tahun 2014 terdiri dari caturwulan 7 sampai 9, tahun 2014 terdiri dari caturwulan 10 sampai 12 dan tahun 2016 terdiri dari caturwulan 13 sampai 15.

Gaji menejer pada tahun 2012 sampai 2013 sebesar Rp 1.400.000,- per bulan, tahun 2014 sampai 2015 sebesar Rp 1.600.000,- dan pada tahun terakhir penelitian yaitu tahun 2016 sebesar Rp 1.800.000,-.

CV Jogja Farm Group memiliki empat orang karyawan. Setiap bulan satu karyawan menerima gaji sebesar Rp 1.000.000,- terjadi pada tahun 2012 sampai 2013. Tahun 2014 sampai 2015 sebesar Rp 1.100.000,- per bulan. Tahun terakhir penelitian yaitu pada tahun 2016 setiap karyawan menerima gaji sebesar Rp 1.200.000,- per bulan.

CV Jogja Farm Group memiliki empat orang sopir,tetapi dalam perusahaan sopir memiliki jam kerja yang bergantian atau *shift* dimana pada tahun 2012 masing masing sopir menerima gaji sebesar Rp 850.000,- per bulan. Tahun 2013 sopir menerima gaji sebesar Rp 900.000,-. Tahun 2014 sampai 2015 gaji yang diterima sebesar Rp 1.000.000,-. Kemudian pada tahun terakhir penelitian gaji sopir setiap bulan sebesar Rp 1.100.000,-.

b. Biaya Sarana Produksi

Biaya sarana produksi yang digunakan dalam usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group meliputi biaya pembelian telur, DOC, sabun colek, masker, sarung tangan, karung, plastik serta formalin. Pembelian telur dan DOC dimaksudkan untuk membantu perusahaan mengatasi kurangnya ketersediaan bahan baku. Kemudian untuk masker, sarung tangan, dan karung digunakan pada saat pemeliharaan dan pembersihan di kandang ayam kampung. Plastik dignakan sebagai kemasan untuk daging ayam kampung, yang akan dipasarkan ke mini market atau super market. Biaya-biaya yang diperlukan untuk

pembelian sarana produksi terbilang cukup besar. Untuk dapat mengetahui berapa pengeluaran biaya sarana produksi, dapat dilihat pada tabel 8 seperti berikut.

Tabel 8. Biaya sarana produksi

Periode (Catur wulan)	Sarana Produksi								Nilai (Rp)
	Telur (Rp)	DOC (Rp)	Sabun Colek (Rp)	Masker (Rp)	Srung Tangan (Rp)	Karung (Rp)	Plastik (Rp)	Formalin (Rp)	
1	333.033.900	1.838.000	48.000	360.000	90.000	270.000	81.000	8.100	335.729.000
2	283.286.200	2.690.000	40.000	360.000	90.000	270.000	81.000	8.100	286.825.300
3	289.957.100	1.872.000	48.000	360.000	90.000	270.000	81.000	8.100	292.686.200
4	556.101.500	3.476.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	560.904.280
5	466.301.800	3.658.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	471.286.580
6	481.304.200	3.484.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	486.114.980
7	559.561.400	3.820.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	564.708.180
8	476.632.100	3.512.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	481.470.880
9	493.460.400	3.526.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	498.313.180
10	581.945.300	3.964.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	587.236.080
11	494.361.000	3.480.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	499.167.780
12	498.428.900	3.526.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	503.281.680
13	537.679.100	292.685	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	539.298.565
14	492.128.500	3.468.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	496.923.280
15	497.731.600	3.470.000	72.000	540.000	140.000	430.000	132.000	12.780	502.528.380

Sumber: CV Jogja Farm Group 2012 - 2016.

Dari tabel 8 diatas, perlu diketahui bahwa harga telur tetas per butir adalah sebesar Rp 1.900,-. Jumlah pembelian telur tetas pada caturwulan 1 sebesar 175.281 butir sehingga menghasilkan harga sebesar Rp 333.033.900,-. Pada caturwulan 2 dan 3 jumlah pembelian telur tetas menurun karena pasca Hari Raya Idul Fitri. Permintaan telur tetas mengalami kenaikan pada saat dua bulan

menjelang Hari Raya Idul Fitri, maka dari itu pembelian telur tetas akan mengalami kenaikan pada saat menjelang Hari Raya Idul Fitri. CV Jogja Farm Group membeli telur tetas dari para mitra dan peternak telur tetas. Pada caturwulan ke 4 sampai dengan 6, pembelian telur tetas yang paling tinggi adalah pada caturwulan ke 4, yaitu sebanyak 292.685 butir yang menghasilkan harga sebesar Rp 556.101.500,-. Selanjutnya dari caturwulan 7 sampai 9 pembelian telur tetas yang paling tinggi adalah pada caturwulan ke 7, yaitu sebanyak 294.506 butir yang menghasilkan harga sebesar Rp 559.561.400,-. Kemudian pada caturwulan 10 sampai caturwulan 12 pembelian telur tetas yang paling banyak yaitu pada caturwulan ke 12 yang menghasilkan harga sebesar Rp 498.428.900,-. Pada caturwulan selanjutnya yaitu caturwulan ke 13 sampai ke-15 pembelian telur yang paling banyak yaitu pada caturwulan ke 15 sebanyak 261.964 butir telur dan menghasilkan harga sebesar Rp 497.731.600,-.

Sama halnya dengan telur, permintaan DOC juga akan cenderung meningkat pada saat menjelang Hari Raya Idul Fitri. Harga satu ekor DOC adalah sebesar Rp 2.000,-. Dapat dilihat pada tabel 8 diatas, pembelian DOC yang paling banyak dari caturwulan 1 sampai caturwulan 3 adalah pada caturwulan ke 2 yaitu berjumlah 1.345 ekor DOC yang menghasilkan harga sebesar Rp 2.690.000,-. Pembelian akan cenderung naik apabila mendekati Hari Raya Idul Fitri. Pada caturwulan ke 4 sampai ke 6, pembelian DOC yang paling banyak berjumlah 1.829 ekor yaitu pada caturwulan ke 5 dan menghasilkan harga sebesar Rp 3.658.000,-. Kemudian pada caturwulan ke 7 sampai ke 9, pembelian DOC yang paling banyak adalah pada caturwulan ke 7 yang berjumlah 1.910 ekor DOC dan

menghasilkan harga sebesar Rp 3.820.000,-. Selanjutnya dari caturwulan ke 10 sampai caturwulan ke 12 pembelian DOC yang paling banyak adalah berjumlah 1.982 ekor pada caturwulan ke 10 dan menghasilkan harga sebesar Rp 3.964.000,-. Pada caturwulan ke 13 sampai ke 15 pembelian DOC yang paling banyak berjumlah 1.945 ekor yaitu pada caturwulan ke 13 yang menghasilkan harga sebesar Rp 3.890.000,-.

CV Jogja Farm Group mengeluarkan biaya pembelian telur tetas dan DOC karena untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap tingginya permintaan akan telur tetas dan DOC tersebut.

Sabun Colek digunakan pada saat pembersihan tempat makan, tempat minum dan kandang. Harga sabun colek per kemasan dengan berat 600 gram adalah sebesar Rp 6.000,-. Jumlah kebutuhan sabun colek yang paling sedikit terdapat pada caturwulan ke 2 yaitu berjumlah 10 kemasan, karena pada saat tersebut, kandang tidak terlalu kotor.

Masker dan sarung tangan digunakan karyawan pada saat memasuki kandang dan memberi pakan serta pada saat pemberian vaksin dan obat-obatan pada ayam kampung (kampung). Karyawan yang melakukan perawatan tersebut berjumlah 4 orang. Vaksin dan obat-obatan diberikan setiap 2 minggu sekali sedangkan untuk pakan diberikan secara intensif yaitu sehari 3 kali, pagi, siang dan malam. Masing masing masker dan sarung tangan memiliki harga yang berbeda. Harga 1 box masker adalah sebesar Rp 30.000,- sedangkan pada sarung tangan per pasang seharga Rp 1.000,-

Karung digunakan untuk mengambil kotoran dari ayam kampung (kampung) tersebut. Biasanya kotoran dari ayam kampung dapat mencapai 3 sampai 5 karung per minggu. Selain itu, karung juga digunakan untuk menampung kerabang telur. Kerabang telur merupakan cangkang dari telur yang sudah menetas. Biasanya cangkang tersebut di kemas dalam karung yang tela disediakan. Jumlah karung yang digunakan perbulan nya dapat mencapai 13 sampai 20 karung perbulan. Harga karung per satuan adalah Rp 5.000,-.

Plastik digunakan untuk kemasan daging ayam kampung yang akan dikirim kepada konsumen. Plastik yang digunakan biasanya plastik kedap udara, berukuran 600 x 600 mm. Harga per satuan adalah sebesar Rp 500,-.

Formalin digunakan pada saat pembersihn kandang, agar kandang lebih steril saat penggantian DOC. Setelah panen, kandang harus di bersihkan agar bibit DOC yang akan di pindahkan ke kandang litter *tidak* mudah untuk terserang penyakit. Keadaan kandang yang steril dapat mendukung keberhasilan pertumbuhan DOC. Harga formalin per liter adalah sebesar Rp 9.000,-.

c. Biaya Lain-lain

Biaya lain-lain yang digunakan pada usaha peternakan ayam kampung (kampung) di CV Jogja Farm Group dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

Tabel 9. Biaya lain-lain pada usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group

Periode (Caturwulan)	Biaya Lain-lain						Nilai (Rp)	
	Listrik (Rp)	Pajak Kendaraan (Rp)	Pendistribusian (Rp)	Pemasaran (Rp)	Tunjangan Tenaga Kerja (Rp)	Dana Sosial Anak Yatim (Rp)		Dana Kegiatan Sosial (Rp)
1	3480000	2933332	4000000	2800000	2000000	3600000	6000000	24813332
2	3480000	2933332	4000000	2800000	2000000	3600000	6000000	24813332
3	3480000	2933332	4000000	2800000	2000000	3600000	6000000	24813332
4	3520000	2933332	4000000	2800000	2000000	3600000	6000000	24853332
5	3520000	2933332	4000000	2800000	2000000	3600000	6000000	24853332
6	3520000	2933332	4000000	2800000	2000000	3600000	6000000	24853332
7	3520000	2933332	4800000	3000000	2000000	3600000	6000000	25853332
8	3520000	2933332	4800000	3000000	2000000	3600000	6000000	25853332
9	3520000	2933332	4800000	3000000	2000000	3600000	6000000	25853332
10	3680000	2933332	4800000	3000000	3200000	4000000	6000000	27613332
11	3680000	2933332	4800000	3000000	3200000	4000000	6000000	27613332
12	3680000	2933332	4800000	3000000	3200000	4000000	6000000	27613332
13	3680000	2933332	6400000	3200000	3200000	4000000	6000000	29413332
14	3680000	2933332	6400000	3200000	3200000	4000000	6000000	29413332
15	3680000	2933332	6400000	3200000	3200000	4000000	6000000	29413332

Sumber : CV Jogja Farm Group 2012 – 2016.

Dari tabel 9 diatas, dapat di ketahui bahwa biaya lain-lain yang dikeluarkan meliputi biaya pemakaian listrik. Pemakaian listrik tersebut dilihat dari pemakaian kandang batrai yang menggunakan lampu, penggunaan mesin *setter* dan *hatcher*, penggunaan *exhaust fan* dan lain-lain yang berkaitan dengan penggunaan listrik. Setiap bulan biaya pemakaian listrik sebesar Rp 870.000,- dan mengalami kenaikan harga setiap 2 tahun sekali. Dapat diketahui pada caturwulan 1 sampai 3 total biaya listrik yang dikenakan sama yaitu sebesar Rp 3.480.000,-. Kemudian mengalami kenaikan pada caturwulan 4 sampai caturwulan 9 yaitu sebesar Rp 3.520.000,-. Pada caturwulan ke 10 sampai caturwulan 15 kembali mengalami kenaikan menjadi Rp 3.680.000,-.

Pajak kendaraan yang dimaksud adalah pajak kendaraan mobil dan motor yang digunakan sebagai sarana produksi kegiatan pemasaran ayam kampung

(kampung). Pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan setiap bulannya sama. Dapat dilihat pada tabel 8 di atas, diketahui setiap caturwulan perusahaan harus membayar pajak sebesar Rp 2.933.332,-. Pajak yang dikenakan tidak mengalami kenaikan karena sudah ditentukan oleh pihak dealer.

Pendistribusian merupakan kegiatan pemasaran guna mempermudah penyampaian produk kepada konsumen. Biaya pendistribusian per bulan diberikan kepada sopir serta karyawan yang mengantar pasokan telur tetas, DOC dan daging ayam kampung kepada konsumen atau mitra yang memesan. Biaya pendistribusian per bulan sebesar Rp 1.000.000,-, dapat dilihat pada caturwulan 1 sampai dengan caturwulan 6 total biaya pendistribusian per caturwulan sebesar Rp 4.000.000,-. Kemudian biaya pendistribusian mengalami kenaikan setiap 2 tahun sekali. Pada caturwulan ke 7 sampai caturwulan ke 12 total biaya pendistribusian sebesar Rp 4.800.000,-. Pada caturwulan ke 13 sampai 15 total biaya pendistribusian per caturwulan sebesar Rp 6.400.000,-.

Biaya pemasaran meliputi biaya pengiriman telur tetas dan DOC (daging) hingga ke luar pulau Jawa. Biaya pemasaran mengalami kenaikan setiap 2 tahun. Dapat dilihat pada caturwulan 1 sampai 6 total biaya pemasaran yang dikeluarkan per caturwulan sebesar Rp 2.800.000,-. Kemudian pada caturwulan 7 sampai 12 total biaya per caturwulan sebesar Rp 3.000.000,-. Pada caturwulan 13 sampai 15 total biaya per caturwulan sebesar Rp 3.200.000,-.

Biaya pemasaran mengalami kenaikan setiap 2 tahun karena menyesuaikan pada kenaikan harga BBM serta sembako.

Adapun total biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan CV Jogja Farm Group dapat dilihat pada tabel 10 berikut.

Tabel 10. Total Biaya Operasional CV Jogja Farm Group

Periode Caturwulan	Gaji Karyawan (Rp)	Biaya Lain-Lain (Rp)	Sarana Produksi (Rp)	Total (Rp)
0				
1	28.400.000	24.813.332	335.730.250	388.943.582
2	28.400.000	24.813.332	286.826.972	340.040.304
3	28.400.000	24.813.332	292.687.467	345.900.799
4	28.800.000	24.853.332	560.906.545	614.559.877
5	28.800.000	24.853.332	471.288.936	524.942.268
6	28.800.000	24.853.332	486.117.249	539.770.581
7	32.000.000	25.853.332	564.710.617	622.563.949
8	32.000.000	25.853.332	481.473.163	539.326.495
9	32.000.000	25.853.332	498.315.470	556.168.802
10	32.000.000	27.613.332	587.238.589	646.851.921
11	32.000.000	27.613.332	499.170.047	558.783.379
12	32.000.000	27.613.332	503.283.970	562.897.302
13	35.200.000	29.413.332	539.301.037	603.914.369
14	35.200.000	29.413.332	496.925.541	561.538.873
15	35.200.000	29.413.332	502.530.642	567.143.974

Sumber : CV Jogja Farm Group 2012-2016.

Dari tabel 10 dapat disimpulkan bahwa total biaya operasional meliputi biaya tenaga kerja, biaya lain-lain serta pengembangan bisnis. Total biaya operasional yang dikeluarkan oleh CV Jogja Farm Group mengalami perubahan tiap caturwulan, karena pada biaya pengembangan bisnis mengalami perubahan.

kemudian setiap 2 tahun sekali atau per 6 caturwulan mengalami kenaikan biaya yang dikeluarkan pada masing-masing komponen.

3. Biaya Total

Biaya total dalam usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group meliputi biaya pembangunan kandang, peralatan, kendaraan, tenaga kerja, biaya lain-lain serta biaya pengembangan bisnis. Biaya total akan mempengaruhi benefit yang didapat oleh perusahaan. Biaya total pada perusahaan CV Jogja Farm Group dapat dilihat pada tabel 11 berikut.

Tabel 11. Biaya total usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group

Periode Caturwulan	Total Biaya Investasi (Rp)	Total Biaya Operasional (Rp)	Total Biaya (Rp)
0	501.236.000		501.236.000
1	81.000.000	388.943.582	469.943.582
2	8.500.000	340.040.304	348.540.304
3		345.900.799	345.900.799
4	855.000	614.559.877	615.414.877
5		524.942.268	524.942.268
6		539.770.581	539.770.581
7	15.909.000	622.563.949	638.472.949
8		539.326.495	539.326.495
9		556.168.802	556.168.802
10	855.000	646.851.921	647.706.921
11		558.783.379	558.783.379
12		562.897.302	562.897.302
13	15.909.000	603.914.369	619.823.369
14		561.538.873	561.538.873
15		567.143.974	567.143.974

Sumber: CV Jogja Farm Group 2012-2016.

Dari tabel 11 diatas, dapat diketahui bahwa biaya total yang dikeluarkan setiap caturwulan berbeda-beda. Total biaya yang paling besar dikeluarkan yaitu pada caturwulan ke-10 sebesar Rp 647.704.412,-. Hal tersebut dikarenakan banyaknya biaya yang dikeluarkan pada saat pengembangan bisnis. Total biaya

yang dikeluarkan pada caturwulan ke-7 menjadi terbesar kedua yaitu sebesar Rp 638.470.512,-. Hal tersebut dikarenakan ada penambahan pada biaya investasi alat.

Pada biaya investasi, biaya yang dikeluarkan meliputi pembangunan kandang, peralatan serta kendaraan. Biaya-biaya tersebut dikeluarkan pada saat awal memulai usaha peternakan ayam kampung atau pada tahun ke 0. Kecuali pada pengeluaran kendaraan. Biaya pengeluaran kendaraan dikeluarkan pada saat caturwulan ke 1 pada saat usaha peternakan ayam kampung diusahakan, karena pada saat tersebut kendaraan sangat diperlukan untuk pengiriman atau pendistribusian telur tetas, DOC dan daging ayam kampung. Biaya peralatan juga dikeluarkan setiap 2 tahun tergantung dengan umur ekonomis peralatan yang digunakan.

Biaya operasional meliputi biaya tenaga kerja, biaya lain-lain serta pengembangan bisnis.

4. Benefit

Benefit usaha peternakan ayam kampung dihitung dengan mengalikan jumlah produksi dikalikan dengan harga. Ayam kampung sudah dapat di panen saat usia 6 sampai 8 minggu. Harga yang digunakan mengikuti data harga dari perusahaan. Penerimaan dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$TR = Q \times P(Q)$$

Keterangan :

TR = Total Revenue (Total penerimaan/benefit)

Q = Produksi

P (Q) = Harga Output setiap satu unit (Kg)

Tabel 12. Benefit usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group

Periode Cawu	Daging	DOC	Telur Fertile	Telur Gagal Tetas	Kerabang Telur	Benefit	Total Rata-rata
0	-	-	-	-	-	-	
1	996.424.000	91.968.000	107.479.100	5.580.000	48.600	1.201.499.700	240.299.940
2	1.124.110.000	113.364.000	115.705.400	5.424.000	47.700	1.358.651.100	271.730.220
3	894.946.000	92.208.000	106.311.200	5.537.000	46.800	1.099.049.000	219.809.800
4	893.932.000	92.112.000	145.407.800	6.438.000	75.600	1.137.965.400	227.593.080
5	989.248.000	91.308.000	140.532.200	6.921.000	77.400	1.228.086.600	245.617.320
6	800.332.000	94.272.000	135.561.400	7.690.000	77.400	1.037.932.800	207.586.560
7	1.252.004.000	115.560.000	150.169.500	8.620.000	75.600	1.526.429.100	305.285.820
8	909.376.000	92.340.000	141.951.700	9.075.000	76.500	1.152.819.200	230.563.840
9	1.081.808.000	92.652.000	144.625.800	9.181.000	77.400	1.328.344.200	265.668.840
10	1.308.268.000	93.156.000	159.771.100	8.938.000	77.400	1.570.210.500	314.042.100
11	1.105.780.000	93.672.000	138.346.000	9.113.000	78.300	1.346.989.300	269.397.860
12	1.158.716.000	93.756.000	143.044.800	9.287.000	79.200	1.404.883.000	280.976.600
13	1.334.580.000	99.192.000	167.370.100	9.177.000	76.500	1.610.395.600	322.079.120
14	1.212.328.000	90.300.000	158.693.300	9.305.000	75.600	1.470.701.900	294.140.380
15	1.247.532.000	91.152.000	161.527.200	9.757.000	77.400	1.510.045.600	302.009.120

Sumber : data sekunder 2012-2016.

Berdasarkan tabel 12 diatas, dapat diketahui bahwa benefit yang didapatkan oleh perusahaan CV Jogja Farm Group mengalami kenaikan dan peurunan. Hal tersebut dikarenakan jumlah permintaan seperti daging, doc, serta telur fertile mengalami kenaikan pada saat menjelang hari raya terutama pada hari raya idul fitri. Kemudian permintaan tersebut cenderung menurun setelah hari raya idul fitri.

Jumlah permintaan daging paling banyak pada caturwulan 1 sampai 3 yaitu pada caturwulan 2 berjumlah 43.235 ekor yang menghasilkan benefit sebesar Rp 1.124.110.000,- karena pada caturwulan tersebut menjelang Hari Raya Idul Fitri. Kemudian pada caturwulan 4 sampai caturwulan 6 jumlah permintaan yang paling banyak yaitu pada caturwulan ke 5 sebanyak 38.048 ekor dan menghasilkan benefit sebesar Rp 989.248.000,-. Pada caturwulan 7 sampai 9 jumlah permintaan daging yang paling banyak yaitu pada caturwulan ke 7 sebanyak 48.154 ekor menghasilkan benefit sebesar Rp 1.252.004.000,-. Selanjutnya pada caturwulan 10 sampai 12 permintaan daging yang paling banyak yaitu pada caturwulan ke 10 sebanyak 50.318 ekor dan menghasilkan benefit sebesar Rp 1.308.268.000,-. Pada caturwulan 13 sampai 15 permintaan jumlah daging yang paling banyak yaitu pada caturwulan ke 13 sebanyak 51.330 ekor dan menghasilkan benefit sebesar Rp 1.334.580.000,-. Harga per ekor penjualan daging adalah sebesar Rp 26.000,-.

Penjualan DOC mengalami peningkatan jumlah permintaan berbeda pada setiap bulan, karena disesuaikan dengan kebutuhan jadwal pembesaran yang telah ditentukan oleh perusahaan. Dilihat dari caturwulan 1 sampai 3 permintaan doc dengan jumlah yang paling banyak terjadi pada caturwulan ke 2 yaitu sebanyak 9447 box dan menghasilkan benefit sebesar Rp 113.364.000,-. Pada caturwulan ke 4 sampai 6 jumlah permintaan yang paling banyak terjadi pada caturwulan ke 6 yaitu sebanyak 7856 box. Pada caturwulan 7 sampai 9 jumlah permintaan doc yang paling banyak terjadi pada caturwulan ke 7 yaitu sebanyak 9.630 box dan menghasilkan benefit sebesar Rp 115.560.000,-. Kemudian pada caturwulan ke 10 sampai 12 jumlah permintaan yang paling tinggi sebanyak 7.813 box, terjadi pada

caturwulan ke 12 yang menghasilkan benefit sebesar Rp 93.756.000,-. Pada caturwulan 13 sampai 15 jumlah permintaan doc tertinggi sebanyak 8.266 box terjadi pada caturwulan 13 yang menghasilkan benefit sebesar Rp 99.192.000,-. Jumlah doc per box sebanyak 25 ekor, dimana harga per box sebesar Rp 12.000,-.

Telur fertile merupakan telur tetas yang di jual oleh perusahaan CV Jogja Farm Group kepada para konsumen. Permintaan telur fertile setiap bulan nya mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak tentu, tergantung kebutuhan konsumen. Telur fertile dapat menetas setelah dilakukan pengeraman pada mesin *setter* dan *hatcher* selama 21 hari yang nantinya akan menjadi bibit doc. Harga per butir telur fertile adalah Rp 1.700,-. Dapat dilihat pada tabel diatas, pada caturwulan 1 sampai 3 permintaan telur fertile tertinggi sebanyak 68.062 butir, yaitu terjadi pada caturwulan ke 2 yang menghasilkan benefit sebesar Rp 115.705.400,-. Pada caturwulan 4 sampai 6 permintaan tertinggi terdapat pada caaturwulan ke 4 yaitu sebanyak 85.534 butir yang menghasilkan benefit sebesar Rp 145.407.800,-. Pada caturwulan ke 7 sampai 9 permintaan tertinggi terdapat pada caturwulan ke 7 yaitu sebanyak 88.335 yang menghasilkan benefit sebesar Rp 150.169.500,-. Selanjutnya pada caturwulan ke 10 sampai 12 permintaan telur fertile tertinggi sebanyak 93.983 butir terjadi pada caturwulan ke 10 yang menghasilkan benefit sebesar Rp 159.771.100,-. Pada caturwulan 13 sampai 15 permintaan telur fertile tertinggi terjadi pada caturwulan 13 yaitu sebanyak 98.453 butir yang menghasilkan benefit sebesar Rp 167.370.100,-.

Telur gagal tetas yang biasa disebut dengan kacingcalang tidak layak untuk dikonsumsi manusia. Telur gagal tetas biasanya dibeli oleh para pemborong. Telur

gagal tetas digunakan sebagai pakan ternak seperti kuda, ikan dan hewan ternak lainnya. Permintaan telur gagal tetas dapat mencapai ribuan butir per caturwulan. Dalam usah peternakan ayam kampung CV Jogja Farm Group menjual telur gagal tetas dengan harga Rp 1.000,- per butir. Permintaan tertinggi telur gagal tetas pada caturwulan 1 sampai 3 yaitu terjadi pada caturwulan ke 1 sebanyak 5580 butir yang menghasilkan benefit sebesar Rp 5.580.000,-. Pada caturwulan ke 4 sampai 6 permintaan tertinggi telur gagal tetas terjadi pada caturwulan ke 6 yaitu sebanyak 7.690 butir telur yang menghasilkan benefit sebesar Rp 7.690.000,-. Kemudian pada caturwulan ke 7 sampai 9 permintaan tertinggi terjadi pada caturwulan ke 9 yaitu sebanyak 9.181 butir yang menghasilkan benefit sebesar Rp 9.181.000,-. Pada caturwulan 10 sampai 12 permintaan tertinggi sebanyak 9.287 butir terjadi pada caturwulan ke 12 yang menghasilkan benefit sebesar Rp 9.287.000,-. Pada caturwulan 13 sampai 15 permintaan tertinggi terjadi pada caturwulan ke 15 yaitu sebanyak 9.757 butir yang menghasilkan benefit sebesar Rp 9.757.000,-.

Kerabang telur atau yang dikenal dengan sebutan cangkang telur biasaya di beli oleh pemborong untuk digunakan sebagai campuran bahan pakan hewan ternak mereka. Cara mencampurkan dengan pakan yaitu kerabang atau cangkang di hancurkan hingga halus kemudian setelah halus langsung di campurkan ke pakan ternak. Selain sebagai campuran bahan pakan, kerabang telur digunakan sebagai wadah untuk menaruh kebutuhan, misalnya saja pot yang tanamnya berukuran kecil serta bisa sebagai wadah lilin. CV Jogja Farm Group menjual kerabang telur dengan harga Rp 900,- per karung. Dapat dilihat pada tabel 10

diatas, penjualan tertinggi kerabang telur antara caturwulan 1 sampai 3 adalah sebanyak 54 karung, terjadi pada caturwulan 1 yang menghasilkan benefit sebesar Rp 48.600,-. Kemudian pada caturwulan 4 sampai 6 permintaan kerabang telur meningkat. Permintaan tertinggi terjadi pada caturwulan ke 5 dan 6 yaitu sebanyak 56 karung yang menghasilkan benefit sebesar Rp 77.400,-. Pada caturwulan ke 7 sampai 9 permintaan tertinggi kerabang telur adalah sebanyak 56 karung terjadi pada caturwulan ke 9 yang menghasilkan benefit sebesar Rp 77.400,-. Pada caturwulan 10 sampai 12 permintaan tertinggi kerabang telur terjadi pada caturwulan ke 12 sebanyak 88 karung yang menghasilkan benefit sebesar Rp 79.200,-. Pada caturwulan 13 sampai 15 permintaan tertinggi sebanyak 56 karung terjadi pada caturwulan ke 15 yang menghasilkan benefit sebesar Rp 77.400,-.

Penjualan daging, DOC, telur fertile, telur gagal tetas dan kerabang telur merupakan faktor-faktor penting untuk menambah keuntungan (benefit) bagi perusahaan.

5. Kriteria Kelayakan Finansial Usaha Peternakan Ayam Kampung

Usaha peternakan ayam kampung merupakan usaha ternak unggas dengan masa panen persiklus atau kurang lebih selama 2 bulan. Usaha peternakan ayam kampung memiliki umur ekonomis dan periode panen yang cukup lama. Dengan mengetahui benefit dari usaha tersebut, tentunya belum cukup untuk mengukur kelayakan suatu usahanya. Oleh karena itu diperlukan analisis investasi untuk mengetahui kelayakan usaha peternakan ayam kampung. Adapun beberapa pendekatan yang digunakan dalam analisis investasi usaha peternakan ayam kampung adalah NPV, Net B/C, IRR dan *Payback Period*.

a. *Net Present Value (NPV)*

Besarnya NPV manfaat bersih yang diperoleh dari bisnis selama umur bisnis tertentu. Perusahaan dikatakan layak untuk dijalankan apabila memiliki $NPV > 0$ (Kasmir dan Jakfar 2012).

Net Present Value (NPV) merupakan alat untuk menghitung kelayakan suatu usaha. NPV juga untuk melihat manfaat bersih yang didapat oleh perusahaan pada waktu yang akan datang. NPV diperoleh dengan selisih antara penerimaan dengan total biaya yang telah dikalikan dengan *discount factor* nya. Untuk mengetahui NPV dari usaha peternakan ayam kampung dapat dilihat pada tabel 13 berikut.

Tabel 13. Nilai NPV Usaha Peternakan Ayam Kampus

Caturwulan ke	Biaya Investasi	Biaya Operasional	Total cost	Benefit	Net Benefit	DF (4%)	NPV
0	196.912.000		196.912.000		(196.912.000)	1,000	(196.912.000)
1		129.647.861	129.647.861	240.299.940	110.652.079	0,962	106.396.230
2		113.346.768	113.346.768	271.730.220	158.383.452	0,925	146.434.405
3		115.300.266	115.300.266	219.809.800	104.509.534	0,889	92.908.595
4	855.000	204.853.292	205.708.292	227.593.080	21.884.788	0,855	18.707.208
5		174.980.756	174.980.756	245.617.320	70.636.564	0,822	58.058.107
6		179.923.527	179.923.527	207.586.560	27.663.033	0,790	21.862.497
7	15.909.000	207.521.316	223.430.316	305.285.820	81.855.504	0,760	62.203.455
8		179.775.498	179.775.498	230.563.840	50.788.342	0,731	37.110.544
9		185.389.601	185.389.601	265.668.840	80.279.239	0,703	56.403.129
10	855.000	215.617.307	216.472.307	314.042.100	97.569.793	0,676	65.914.656
11		186.261.126	186.261.126	269.397.860	83.136.734	0,650	54.004.037
12		187.632.434	187.632.434	280.976.600	93.344.166	0,625	58.302.491
13	15.909.000	201.304.790	217.213.790	322.079.120	104.865.330	0,601	62.979.400
14		187.179.624	187.179.624	294.140.380	106.960.756	0,577	61.767.171
15		189.047.991	189.047.991	302.009.120	112.961.129	0,555	62.723.305
Jumlah							768.863.228

Sumber : data sekunder 2012-2016.

Sebelum mencari NPV tiap periode, terlebih dahulu harus mencari PVC dan PVB. PVC (*Present Value Cost*) diperoleh dari biaya (*cost*) dikalikan dengan *discount factor* tiap periode. PVB (*Present Value Benefit*) diperoleh dari

penerimaan (*benefit*) yang dikalikan dengan *discount factor* tiap periode. Setelah diperoleh PVC dan PVB kemudian baru NPV dapat dihitung. Cara menghitung NPV yaitu PVB dikurangi PVC. Adanya suku bunga 12% per tahun diketahui dari bank BRI kantor cabang unit Maguwo, Banguntapan Kabupaten Bantul. Perhitungan NPV dengan suku bunga 12% per tahun diperoleh NPV sebesar Rp 768.863.228,-. Hal ini membuktikan bahwa usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group menguntungkan karena nilai NPV lebih dari 0 (nol), maka usaha peternakan ayam kampung layak untuk dikembangkan.

Menurut penelitian milik Muhammad, Hadayani dan Alimuddin (2017) , bahwa nilai NPV yang diperoleh dari usaha peternakan ayam petelur pada CV. Taufik Nur di kota Palu adalah sebesar Rp 2.367.567.450 atau lebih besar dari 0 maka usaha ini layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

b. Net Benefit Cost Ratio (Net B/C)

Net Benefit-Cost Ratio (Net B/C) adalah perbandingan antara jumlah PV *net benefit* yang positif dengan PV *net benefit* yang negatif. *Net Benefit-Cost Ratio* (Net B/C) juga sebagai alat untuk menghitung besarnya manfaat yang akan diperoleh tiap satuan yang dikeluarkan untuk usaha peternakan ayam kampung (kampung). Net B/C diperoleh dengan mencari perbandingan antara *net benefit* yang telah di *discount positif* dengan *net benefit* yang telah di *discount negatif*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 14 berikut.

Tabel 14. Nilai Net B/C Usaha Peternakan Ayam Kampung

Uraian	Nilai
NPV (+)	Rp 965.775.228
NPV (-)	Rp 196.912.000
Net B/C	4,905
Status	Layak

Sumber : data sekunder 2012-2016.

Berdasarkan tabel 14 diatas, Net B/C yang dihasilkan adalah 4,905. Net B/C diperoleh dengan cara mencari perbandingan antara *net benefit* yang telah di *discount positif* dengan *net benefit* yang telah di *discount negatif*. Suatu bisnis dapat dikatakan layak apabila nilai Net B/C lebih dari satu (Net B/C >1). Hal ini menunjukkan bahwa usaha peternakan ayam kampung CV Jogja Farm Group ini layak untuk dijalankan karena nilai Net B/C lebih dari satu (Net B/C >1).

Broto Wibowo 2011 meneliti tentang analisis kelayakan usaha penggemukan ayam kampung (lokal) ditingkat petani di daerah Ciamis yang menyatakan bahwa Net B/C yang dihasilkan adalah sebesar 1,15. Net B/C dikatakan layak karena nilai Net B/C yang dihasilkan lebih dari 1.

Muhammad, Hadayani dan Alimuddin (2017) meneliti tentang analisis kelayakan finansial usaha peternakan ayam petelur pada CV Taufik Nur di kota Palu menyatakan bahwa Net B/C menggambarkan berapa besar keuntungan yang dapat dicapai jika mengeluarkan biaya sebesar Rp1,00. Nilai Net B/C yang diperoleh dari usaha peternakan ayam petelur pada CV. Taufik Nur adalah sebesar 7,64 atau lebih besar dari satu, artinya setiap pengeluaran sebesar Rp 1,00 akan memperoleh manfaat bersih sebesar Rp 7,64.

c. IRR (*Internal Rate of Return*)

IRR (*Internal Rate of Return*) merupakan analisis yang dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengembalian bisnis terhadap investasi yang ditanamkan. Suatu usaha dapat dilakukan apabila laju pengembaliannya (*rate of return*) lebih besar dari pada laju pengembalian apabila melakukan investasi ditempat lain (bunga pinjaman Bank). IRR (*Internal Rate of Return*) merupakan

discount rate yang membuat NPV dari usaha peternakan ayam kampung sama dengan nol. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 15 berikut.

Tabel 15. Perhitungan IRR Usaha Peternakan Ayam Kampung

Caturwulan ke	total cost	Benefit	Net Benefit	DF (4%)	NPV	DF 46%	NPV	DF 47%	NPV
0	196.912.000	-	(196.912.000)	1,000	(196.912.000)	1,000	(196.912.000,000)	1,000	(196.912.000,000)
1	129.647.861	240.299.940	110.652.079	0,962	106.396.230	0,685	72.874.130,247	0,680	72.378.387,864
2	113.346.768	271.730.220	158.383.452	0,925	146.434.405	0,469	68.696.943,431	0,463	67.765.470,228
3	115.300.266	219.809.800	104.509.534	0,889	92.908.595	0,321	29.853.642,291	0,315	29.248.519,499
4	205.708.292	227.593.080	21.884.788	0,855	18.707.208	0,220	4.117.158,193	0,214	4.006.264,681
5	174.980.756	245.617.320	70.636.564	0,822	58.058.107	0,151	8.751.824,280	0,146	8.458.165,807
6	179.923.527	207.586.560	27.663.033	0,790	21.862.497	0,103	2.257.265,387	0,099	2.166.684,859
7	223.430.316	305.285.820	81.855.504	0,760	62.203.455	0,071	4.398.904,350	0,067	4.193.659,506
8	179.775.498	230.563.840	50.788.342	0,731	37.110.544	0,048	1.797.523,061	0,046	1.701.996,407
9	185.389.601	265.668.840	80.279.239	0,703	56.403.129	0,033	1.871.231,382	0,031	1.759.734,634
10	216.472.307	314.042.100	97.569.793	0,676	65.914.656	0,023	1.497.798,641	0,021	1.398.970,777
11	186.261.126	269.397.860	83.136.734	0,650	54.004.037	0,016	840.513,728	0,014	779.714,377
12	187.632.434	280.976.600	93.344.166	0,625	58.302.491	0,011	621.516,751	0,010	572.636,584
13	217.213.790	322.079.120	104.865.330	0,601	62.979.400	0,007	459.844,919	0,007	420.797,515
14	187.179.624	294.140.380	106.960.756	0,577	61.767.171	0,005	308.899,874	0,005	280.746,936
15	189.047.991	302.009.120	112.961.129	0,555	62.723.305	0,003	214.850,365	0,003	193.940,679
Jumlah					768.863.228		1.650.046,899		(1.586.309,647)

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

Dapat diketahui :

$$i_1 = 46$$

$$i_2 = 47$$

$$NPV_1 = 1.650.046,899$$

$$NPV_2 = (1.586.309,647)$$

$$\text{IRR} = 46\% + \frac{1.650.046,889}{1.650.046,889 - 1.586.309,647} (47\% - 46\%) = 46,51\%$$

Dari tabel 15 diatas, dapat diketahui IRR yang dihasilkan sebesar 46,51% yang berarti usaha peternakan ayam kampung dapat menghasilkan keuntungan sebesar 46,51% dari modal usaha yang telah dikeluarkan sehingga pada saat yang ditentukan dapat mengembalikan seluruh modal yang telah ditanamkan dalam usaha peternakan tersebut. Suatu bisnis dapat dinyatakan layak apabila nilai IRR lebih besar dari *discount factor* (DF). Dalam usaha peternakan ayam kampung ini, dikatakan layak untuk dijalankan karena nilai IRR lebih besar dari *discount factor* (DF) yaitu lebih dari 12%.

Menurut penelitian T.Sartika 2011 yang berjudul analisis kelayakan usaha penggemukan ayam kampung (lokal) studi kasus kelompok peternak ayam kampung “barokah” di Cianjur menyatakan bahwa suatu proyek yang layak dilaksanakan akan mempunyai nilai IRR yang lebih besar dari nilai *discount rate*. *Discount rate* yang berlaku adalah 15% per tahun. Hasil perhitungan diperoleh nilai IRR sebesar 66,567%, artinya usaha penggemukan ayam kampung yang dilakukan mempunyai kemampuan untuk mengembalikan modal (investasi) sebesar 66,5% per tahun. Nilai IRR ini jika dibandingkan dengan nilai *Discount rate* (12%) maka jauh lebih tinggi dan dapat dikatakan bahwa usaha tersebut layak dilanjutkan selama 5 tahun mendatang sesuai waktu yang direncanakan.

d. Payback Period

Payback Period adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan (*cash in flow*) yang secara kumulatif sama dengan jumlah

investasi dalam bentuk *present value*. *Payback Period* digunakan untuk mengukur seberapa cepat investasi dapat kembali.

Tabel 16. Perhitungan *Payback Period* Usaha Peternakan Ayam Kampung

Periode Cawu	Biaya Investasi	total cost	Benefit	DF (4%)	PVIC	PVB
0	196.912.000	196.912.000	-	1,000	196.912.000	-
1	-	129.647.861	240.299.940	0,962	-	231.057.635
2	-	113.346.768	271.730.220	0,925	-	251.229.863
3	-	115.300.266	219.809.800	0,889	-	195.410.112
4	855.000	205.708.292	227.593.080	0,855	730.858	194.547.519
5	-	174.980.756	245.617.320	0,822	-	201.879.533
6	-	179.923.527	207.586.560	0,790	-	164.058.674
7	15.909.000	223.430.316	305.285.820	0,760	12.089.532	231.992.133
8	-	179.775.498	230.563.840	0,731	-	168.470.740
9	-	185.389.601	265.668.840	0,703	-	186.655.403
10	855.000	216.472.307	314.042.100	0,676	577.607	212.155.590
11	-	186.261.126	269.397.860	0,650	-	174.995.713
12	-	187.632.434	280.976.600	0,625	-	175.497.155
13	15.909.000	217.213.790	322.079.120	0,601	9.554.533	193.432.373
14	-	187.179.624	294.140.380	0,577	-	169.858.740
15	-	189.047.991	302.009.120	0,555	-	167.694.944
Jumlah					219.864.531	2.918.936.126

Sumber : data sekunder 2012-2016.

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

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

Dari tabel 16 diatas, *Payback Period* dapat dihitung sebagai berikut:

$$PP = 0 + \frac{219.864.531}{231.057.635}$$

$$PP = 0,952 \text{ (1 tahun)}$$

Payback Period dapat dikatakan layak apabila nilainya lebih kecil dari umur bisnis. Pada usaha peternakan ayam kampung (kampung) dapat diketahui bahwa PP sebesar 0,952 atau bisa dikatakan 1 tahun. Usaha Peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group dapat dikatakan layak karena nilai *payback period* yang diperoleh lebih kecil dari umur bisnis (umur bisnis 5 tahun).

B. Analisis *Switching Value*

Analisis *switching value* merupakan salah satu bentuk analisis sensitivitas yang digunakan untuk mengukur seberapa sensitifnya kelayakan perusahaan dilihat dari komponen *benefit* dan biaya total berdasarkan perubahan-perubahan yang terjadi. Perubahan-perubahan yang dilakukan pada usaha peternakan ayam kampung (kampung) adalah penurunan jumlah penjualan DOC ayam kampung (kampung) dan kenaikan harga bahan baku telur tetas. Analisis *switching value* pada usaha peternakan ayam kampung dapat dilihat pada tabel 17 berikut.

Tabel 17. Analisis *Switching Value*

Uraian	Perubahan	NPV	IRR	Net B/C
Normal		768.863.228	46,51%	4,905
Penurunan Jumlah produksi daging ayam kampung	9,992%	(1)	4%	1
Kenaikan Harga Telur	31,1903%	(1)	4%	1

Sumber : data Sekunder 2012-2016.

Berdasarkan pada tabel 17, dapat disimpulkan bahwa usaha peternakan ayam kampung mengalami batas toleransi atas dua perubahan pada arus penerimaan (*benefit*) dan biaya operasional yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penurunan jumlah penjualan DOC ayam kampung (kampung)

Perubahan yang diperhitungkan dari komponen penerimaan yaitu perubahan penurunan jumlah penjualan DOC ayam kampung (kampung). Batas penurunan jumlah penjualan DOC ayam kampung (kampung) dapat di toleransi sebesar 9,992 persen . Maka akan memperoleh $NPV = (1)$, $IRR = DF$ dan $Net\ B/C = 1$.

2. Kenaikan harga bahan baku telur tetas

Perubahan analisis *switching value* yang diperhitungkan pada pengeluaran adalah perubahan kenaikan harga bahan baku telur tetas. Batas kenaikan harga bahan baku telur tetas dapat ditoleransi sebesar 31,1903 persen Maka akan memperoleh $NPV = (1)$, $IRR = DF$ dan $Net\ B/C = 1$. Cara perhitungan analisis *switching value* dilakukan berdasarkan uji coba sendiri.

Menurut penelitian Fikriatul F IPB 2015 dengan judul pendirian unit bisnis penetasan telur ayam kampung joper pada perusahaan CV Mandiri Jaya Bogor menyatakan bahwa pada analisis *switching value*, usaha pengembangan bisnis penetasan telur ayam kampung jawa super mengalami batas toleransi atas dua perubahan pada arus *inflow* adalah sebesar 27,3325367 persen pada penurunan jumlah penjualan DOC ayam kampung jawa super dan *outflow* sebesar 45,4588162 persen pada kenaikan harga bahan baku telur tetas. Maka akan memperoleh $NPV = 0$, $IRR = DF$, dan $Net\ B/C = 1$.

C. Strategi Pemasaran Usaha Peternakan Ayam Kampung

Kegiatan usaha peternakan ayam kampung tidak hanya terdiri dari aspek finansial. Strategi pemasaran juga perlu diperhatikan dalam perencanaan pengembangan bisnis. Perencanaan pengembangan bisnis dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta mitra CV Jogja Farm Group dan untuk meningkatkan pendapatan pada perusahaan.

Pada penelitian kali ini, penulis hanya akan meneliti strategi pemasaran. Dilihat dari aspek-aspek lainnya, aspek pasar merupakan aspek yang paling mempengaruhi dalam penjualan daging ayam kampung, DOC, telur fertile, telur gagal tetas, serta kerabang telur menurut penulis.

Menurut penelitian Haming M 2011 bahwa aspek pasar dan pemasaran untuk usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group dikatakan layak karena semua bahan baku yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan permintaan juga semakin meningkat. Perusahaan juga memperoleh keuntungan dari penjualan dan permintaan konsumen yang kian meningkat.

Strategi pemasaran sangat perlu diperhatikan karena berkaitan dengan keberlangsungan perusahaan. Perusahaan memasarkan produk dapat bersifat jangka pendek/panjang. Tujuan perusahaan CV Jogja Farm Group dalam pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan dan laba, menguasai pasar, mengurangi saingan, menaikkan prestasi produk dipasaran serta untuk memenuhi pihak-pihak tertentu. Beberapa perencanaan yang dilakukan dalam aspek pasar dan pemasaran adalah menganalisis kondisi pasar, menganalisis permintaan dan penawaran, menentukan strategi pemasaran dan menentukan proyeksi penjualan.

1. Kondisi pasar

Jenis struktur pasar, produk DOC, daging dan telur fertile dapat digolongkan pada pasar oligopoli karena di Jawa Tengah hanya ada beberapa perusahaan penetasan telur fertile yang menghasilkan DOC dan daging ayam kampung (kampung). Adapun perusahaan yang menjadi pesaing bagi perusahaan CV Jogja Farm Group adalah Peternakan Ayam Kampung Pak Ragil di Klaten Jawa Tengah dan Peternakan Ayam Kampung Cik Vena di Solo, namun kedua perusahaan tersebut skala produksinya masih dibawah perusahaan CV Jogja Farm Group. Jadi, berdasarkan kondisi tersebut perusahaan CV Jogja Farm Group memiliki peluang untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap tingginya permintaan DOC, daging ayam kampung serta telur fertile.

2. Analisis permintaan dan penawaran

Perencanaan pasar dan pemasaran diperlukan analisis permintaan dan penawaran untuk mengetahui seberapa besar potensi yang dimiliki perusahaan untuk dapat memasarkan produk yang telah dihasilkan. Pasar yang akan dituju oleh perusahaan CV Jogja Farm Group adalah para mitra binaan perusahaan yang akan membudidayakan ayam kampung. Kebutuhan telur fertile serta DOC dari para mitra binaan bersifat *continue* karena penjadwalan produksi telah ditetapkan oleh CV Jogja Farm Group. Selain itu, pasar yang dituju oleh perusahaan CV Jogja Farm Group untuk menjual daging ayam kampung adalah pasar induk serta pasar sentral seperti mini market dan super market. Selama 5 (lima) tahun terakhir permintaan telur fertile sebanyak 1.365.041 butir dan CV Jogja Farm Group mampu memenuhi kebutuhan konsumen sebanyak 3.530.435, permintaan daging

ayam kampung sebanyak 627.284 ekor dan CV Jogja Farm Group mampu memenuhi semua kebutuhan konsumen, kemudian untuk permintaan DOC sebanyak 24.837 ekor dan CV Jogja Farm Group mampu memenuhi kebutuhan konsumen sebanyak 119.751 ekor DOC.

3. Strategi pemasaran

Menurut Umar.H 2009 strategi pemasaran merupakan pondasi rencana pemasaran yang berisi daftar kegiatan spesifik yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu.

Penentuan strategi pemasaran yang dilakukan CV Jogja Farm Group yaitu dengan menganalisis tiga macam keputusan. Macam keputusan meliputi segmentasi (*segmentation*), sasaran pasar (*targetting*), dan penempatan produk (*positioning*).

a. Segmentasi (*segmentation*)

Segmentasi merupakan proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil dan mempunyai perbedaan dalam kebutuhan, karakteristik, dan perilaku yang mungkin memerlukan bauran pemasaran berbeda-beda (Umar.H 2009).

Segmentasi pasar yang dibidik oleh CV Jogja Farm Group untuk usaha peternakan telur fertile dan DOC yaitu dari dewasa hingga pensiunan (lansia). Kemudian untuk daging ayam kampung segmentasi pasar yang dibidik oleh perusahaan yaitu mulai anak-anak hingga dewasa.

b. Sasaran Pasar (*targetting*)

Sasaran pasar (*targetting*) perusahaan CV Jogja Farm Group adalah para mitra binaan yang mengusahakan peternakan ayam kampung (kampung) dan berada di wilayah DIY serta Jawa Tengah. Hal ini dikarenakan banyaknya mitra binaan dari perusahaan CV Jogja Farm Group yang berada di wilayah DIY dan Jateng. Selain itu, sasaran pasar untuk penjualan daging ayam kampung adalah mini market, super market dan pasar tradisional yang berada di pulau Jawa.

c. Penempatan Produk (*Positioning*)

Penempatan produk pada usaha peternakan ayam kampung yang akan dipasarkan menghasilkan daging, DOC, dan telur fertil dengan memiliki kualitas terbaik. Kriterianya adalah bentuk fisik yang sempurna, aktif bergerak, memiliki bulu yang tebal dan sehat, memiliki mata yang bening, dan tidak terdapat luka pada bagian dubur. Selain itu CV Jogja Farm Group akan memberikan bonus 2 DOC dan 2 telur fertil pada setiap box, serta 1 ekor daging ayam kampung tiap pembelian 100 ekor yang akan didistribusikan sebagai toleransi kematian, telur dan daging rusak dalam perjalanan.

Keunggulan daging ayam kampung CV Jogja Farm Group yaitu memiliki tekstur daging yang lebih empuk, cita rasa yang khas, dan kandungan lemak pada kulit ayam kampung lebih rendah. Keunggulan telur fertile CV Jogja Farm Group yaitu menghasilkan kualitas yang baik, cepat mengalami penetasan, presentasi kegagalan tetas telur ayam kampung cenderung lebih kecil, serta cangkang telur fertile agak tebal. Keunggulan DOC yang dihasilkan oleh CV Jogja Farm Group yaitu DOC memiliki daya tahan tubuh yang lebih kuat, menghasilkan anakan

DOC yang tahan terhadap perubahan lingkungan, bulu-bulu nya tebal dan tegal, tubuh DOC tegap.

Setelah menetapkan strategi pemasaran maka selanjutnya adalah merencanakan rincian bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan himpunan variabel pemasaran yang terkendali dan diramu perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran.

1. Produk (*product*), produk yang dipasarkan oleh CV Jogja Farm Group adalah daging, DOC dan telur ayam kampung jawa super. Bobot daging itu sendiri mencapai 0.7 kg – 1.2 kg dan memiliki umur panen 55-60 hari. Produk ayam kampung jawa super yang dihasilkan sehat dan bebas dari penyakit. Produk berupa telur fertile dan DOC milik CV Jogja Farm Group dipilih dengan kualitas terbaik, serta barang bisa di *return* jika pada saat perjalanan mengalami kerusakan. Daging ayam kampung milik CV Jogja Farm Group menghasilkan daging yang empuk, cita rasa yang khas serta memiliki bobot yang lebih berat dibandingkan dengan produk yang lain. Semua produk yang dihasilkan oleh perusahaan memiliki nilai tambah tersendiri dan tidak kalah saing dengan produk lainnya yang serupa dengan produk CV Jogja Farm Group.
2. Harga (*price*), harga ayam kampung yang di tetapkan oleh CV Jogja Farm Group adalah sebesar Rp 26.000 / ekor, untuk DOC adalah sebesar Rp 5.200/DOC dan untuk telur tetas sendiri sebesar Rp 1.700 / butir telur. Harga dapat turun maupun naik sesuai dengan harga di pasaran. Harga yang ditetapkan oleh CV Jogja Farm Group relatif lebih murah dibandingkan dengan

produk lainnya. Untuk mitra binaan, harga pembelian produk dikenakan harga spesial atau potongan harga, tergantung kesepakatan yang terjalin pada saat menandatangani kontrak kerjasama.

3. Saluran Distribusi (*place*), CV Jogja Farm Group menyalurkan produksinya dengan membuka kantor pusat sebagai tempat penjualan ayam kampung (kampung) yang berlokasi di Jl. Cendrawasih no 202B, Maguwo Banguntapan, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Sedangkan dalam penyaluran produk agar sampai ke pelanggan tetap, yang berada di Bandung dan sekitar Yogyakarta, CV Jogja Farm Group menggunakan sarana transportasi darat yaitu mobil box dan motor. Selain itu, CV Jogja Farm Group juga menyalurkan daging ayam kampung di setiap rumah makan yang berada di daerah Jawa Tengah dan Jogjakarta seperti RM Ingkung yang berada di Klaten, RM Bebakaran Ayam Kampung di Temanggung, dan masih banyak lagi. Daging ayam kampung juga disalurkan di mini market dan super market seperti Super Indo, Mirota, Hypermart, dan masih banyak lagi. DOC dan telur fertile yang dihasilkan oleh perusahaan akan disalurkan kepada para mitra yang berada di daerah Jawa Tengah dan Jogjakarta yaitu dapat dilihat pada lampiran 5.
4. Promosi (*promotion*), kegiatan promosi yang dilakukan oleh CV Jogja Farm Group melalui dua cara yaitu secara langsung dan juga menggunakan media elektronik seperti penggunaan *website*. Promosi yang dilakukan secara langsung yaitu dengan menggunakan media cetak seperti penyebaran brosur serta dari mulut ke mulut. Promosi yang dilakukan menggunakan media elektronik yaitu dengan membuat blogger yang dapat diakses oleh seluruh

masyarakat pengguna internet, tak hanya website promosi dilakukan di instagram, facebook dan *account* chatting seperti Line, WA dan BBM.