

**KELAYAKAN USAHA PETERNAKAN AYAM KAMPUNG di CV JOGJA  
FARM GROUP DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
*FEASIBILITY OF AYAM KAMPUNG LIVESTOCK BUSINESS IN CV  
JOGJA FARM GROUP REGIONAL ISTIMEWA YOGYAKARTA***

Yanatri Kurnia Hani Putri/20140220174  
Ir. Eni Istiyanti M.P / Ir. Pujastuti  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Muhamadiyah Yogyakarta

**ABSTRACT**

CV. Jogja Farm Group is a company engaged in poultry breeding. The purpose of this research is to know the feasibility of chicken breeding business (buras) based on financial aspect (Net Present Value, Internal Rate of Return, NET B / C, Payback Period), to know the sensitivity level of chicken farm (buras) to the possibility of price increase eggs and decreasing the amount of chicken meat production through switching value analysis and knowing the company's marketing strategy. The method of analysis used is quantitative method, the data used is secondary and primary data. The result of the research shows that chicken farming (buras) in CV Jogja Farm Group is feasible in financial terms with Net Present Value (NPV) value > 0, Internal Rate of Return > Discount Rate, Net Benefit Cost Ratio (Net B / C) > 1 and Payback Period for 1 year. The limit of tolerance that has been determined in the analysis of switching value is the increase in DOC price of 31.1903% and decrease the amount of chicken meat production by 9,992%. Then, seen the marketing strategy of chicken farms are said to be feasible products can compete in the market and all products from the company can be marketed and the demand for meat, DOC and eggs increasing so affect the income generating benefits (benefit) for the company.

**Keywords:** CV Jogja Farm Group, kampung chicken (buras), financial kelayakan, marketing strategy, switching value analysis.

## 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.

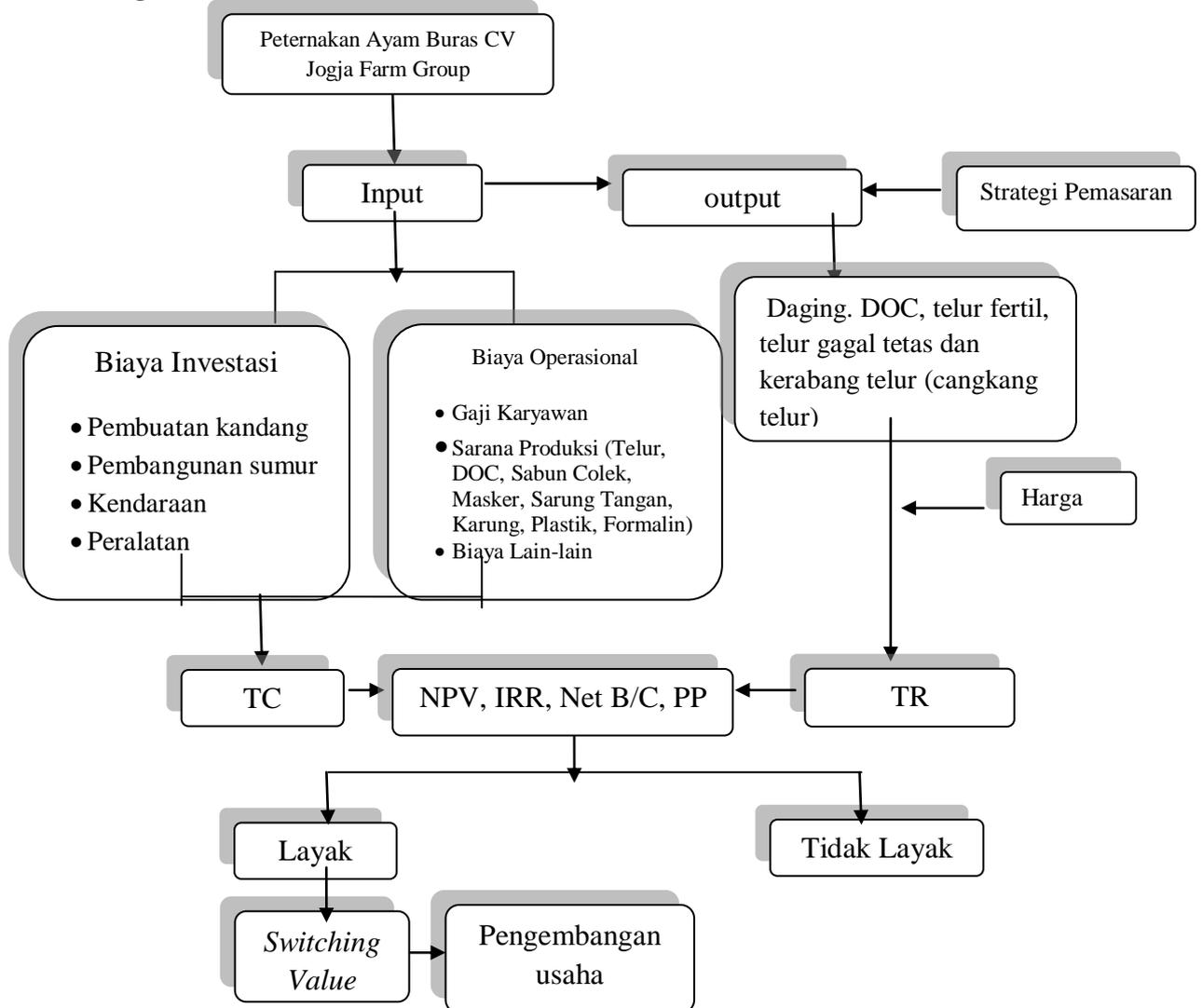
Berdasarkan wawancara dengan pengelola perusahaan CV Jogja Farm Group bahwa permintaan dari seluruh pelanggan terhadap daging, DOC serta telur fertile ayam kampung mencapai 19.000 ekor daging, 14.000 DOC dan 12.000 butir telur ayam kampung perhari, namun permintaan tersebut hanya mampu dipenuhi sekitar 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 mematok. Pada sistem pemeliharaan secara tradisional ayam kampung akan berusaha mencukupi kebutuhan gizinya dari berbagai sumber bahan pakan yang tersedia di lngkungannya. 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.

### Kerangka Pemikiran



### 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)

#### 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*)

#### C. Teknil Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari perusahaan CV Jogja Farm Group itu sendiri

Data primer diperoleh dari pengamatan langsung di lokasi penelitian dan wawancara langsung dengan pemilik, tenaga kerja dan masyarakat di sekitar lingkungan usaha peternakan.

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

#### D. Metode Analisis Data

Penelitian yang dilakukan menggunakan analisis kuantitatif dan analisis kualitatif, 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*.

##### 1. Analisis kuantitatif pada aspek finansial

- 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

- 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

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

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

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<sub>1</sub> = *Discount rate* yang menghasilkan NPV positif  
 i<sub>2</sub> = *Discount rate* yang menghasilkan NPV negatif

$NPV_1$  = Nilai  $NPV$  positif  
 $NPV_2$  = Nilai  $NPV$  negatif

2. Analisis *switching value* ini merupakan perhitungan untuk mengukur “perubahan maximum’ dari perubahan suatu komponen *inflow* (penurunan harga 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.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Kelayakan Finansial Usaha Peternakan Ayam Kampung

#### 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.

Tabel 3. Pembuatan Kandang Usaha Peternakan Ayam Kampung

Luas Lahan	Bangunan	Biaya (Rp)	Kapasitas
1,5 Ha	Kandang	180.000.000	52000
500 m <sup>2</sup>	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.

Tabel 4. Biaya Peralatan Usaha Peternakan Ayam Kampung

<b>Alat</b>	<b>Unit</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Biaya (Rp)</b>
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
Trolly	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
<b>Total</b>			<b>321.236.000</b>

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, 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, 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.

### c. Kendaraan

Dalam usaha peternakan ayam kampung, kendaraan juga merupakan salah satu faktor penunjang yang sangat penting dalam kegiatan pendistribusian.

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.

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.

## 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.

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.

#### 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 digunakan 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 (Caturwulan)	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,-. 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 pendapatan sebesar Rp 2.690.000,- 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,-.

Masker dan sarung tangan digunakan karyawan pada saat memasuki kandang dan memberi pakan serta pada saat pemberian vaksin dan obat-obatan pada ayam kampung. Karyawan yang melakukan perawatan tersebut berjumlah 4 orang. Karung digunakan untuk mengambil kotoran dari ayam kampung (kampung) tersebut. Selain itu, karung juga digunakan untuk menampung kerabang telur. 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. Harga formalin per liter adalah sebesar Rp 9.000,-.

### c. Biaya Lain-lain

Biaya lain-lain yang digunakan pada usaha peternakan ayam 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. Pajak kendaraan yang dimaksud adalah pajak kendaraan mobil dan motor yang digunakan sebagai sarana produksi kegiatan pemasaran ayam kampung (kampung). 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 pemasaran meliputi biaya pengiriman telur tetas dan DOC (daging) hingga ke luar pulau jawa. 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

### 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.

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. 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

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
Penerimaan (Rp)							
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 penurunan. 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.

Penjualan DOC mengalami peningkatan jumlah permintaan berbeda pada setiap bulan, karena disesuaikan dengan kebutuhan jadwal pembesaran yang telah ditentukan oleh perusahaan. 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 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.

Kerabang telur atau yang dikenal dengan sebutan cangkang telur biasanya 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 tanamannya berukuran kecil serta bisa sebagai wadah lilin. CV Jogja Farm Group menjual kerabang telur dengan harga Rp 900,- per karung.

## 5. Kriteria Kelayakan Finansial 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 Kampung

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							<b>768.863.228</b>

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.

**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.

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).

**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).

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					<b>768.863.228</b>		<b>1.650.046,899</b>		<b>(1.586.309,647)</b>

Dapat diketahui :

$$i_1 = 46$$

$$i_2 = 47$$

$$NPV 1 = 1.650.046,899$$

$$NPV 2 = (1.586.309,647)$$

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

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%.

#### d. Payback Period

*Payback Period* adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan (*cash in flow*) yang secara komulatif 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.

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.

## C. Strategi Pemasaran Usaha Peternakan Ayam Kampung

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.

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. 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

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 di tuju oleh perusahaan CV Jogja Farm Group untuk menjual daging ayam kampung adalah pasar induk serta pasar sentral seperti mini market dan super market.

### 3. Strategi pemasaran

#### a. Segmentasi (*segmentation*)

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*)

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-bulunya 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 ditetapkan 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.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Usaha peternakan ayam kampung (kampung) di CV Jogja Farm Group dapat dikatakan layak berdasarkan aspek finansial dilihat dari  $NPV > 0$ ,  $IRR > discount\ rate$ ,  $Net\ B/C > 1$  serta  $Payback\ Period = 1\ tahun$  ( $PP < Umur\ Bisnis$ ).
2. Berdasarkan tingkat kepekaan usaha peternakan ayam kampung dapat dikatakan bahwa mengalami kepekaan apabila kenaikan harga DOC dan penurunan jumlah produksi ayam kampung (kampung) melewati batas toleransi yang telah ditentukan. Adapun batas toleransi yang telah ditentukan pada analisis *switching value* yaitu pada kenaikan harga DOC sebesar 31,1903% dan penurunan jumlah produksi daging ayam kampung sebesar 9,992%.
3. Strategi pemasaran usaha peternakan ayam kampung di CV Jogja Farm Group dapat dikatakan layak karena produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasaran dan semua produk dari perusahaan dapat dipasarkan serta permintaan akan daging, DOC dan telur kian meningkat sehingga mempengaruhi pendapatan yang menghasilkan keuntungan (*benefit*) bagi perusahaan.

### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha yang dilakukan, maka penyusun memberikan saran kepada CV Jogja Farm Group bahwa jika dilihat dari hasil analisis *switching value* batas toleransi maksimum penurunan penjualan adalah sebesar 9,992%, untuk mencegah penurunan penjualan daging ayam kampung

hingga mencapai batas toleransi, CV Jogja Farm Group dapat menjalankan berbagai strategi seperti menghasilkan daging ayam kampung yang lebih berkualitas, menggunakan bahan baku telur tetas yang berkualitas baik dan selalu menjalin kerjasama yang baik dengan para konsumen sebagai pasar utama pendistribusian daging ayam kampung. Untuk mencegah kenaikan harga bahan baku telur tetas hingga mencapai 31,1903%, CV Jogja Farm Group dapat menjalankan strategi seperti menjalin kerjasama dengan peterna pembibitan yang menghasilkan telur tetas sebagai pemasok kebutuhan bahan baku telur tetas.

**Naskah Publikasi yang Berjudul**  
**KELAYAKAN USAHA PETERNAKAN AYAM KAMPUNG di CV JOGJA**  
**FARM GROUP DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Oleh :

Yanatri Kurnia Hani Putri

20140220174

Yogyakarta, 31 Mei 2018

Pembimbing Utama

Pembimbing pendamping,

Ir. Eni Istiyanti M.P  
NIK. 19561112 198403 2 001

Ir. Pujastuti S. Dyah, MM  
NIK. 19650120 198812 133 003

Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Ketua Program Studi Agribisnis,

Ir. Eni Istiyanti, M.P  
NIK. 19561112 198403 2 001