

**DESAIN KEWIRAUSAHAAN
PEMBANGUNAN SEKTOR PETERNAKAN DI
KABUPATEN SUMBAWA BARAT (KSB)
PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT**

Dr Ir Bagus P Purwanto M.Agr



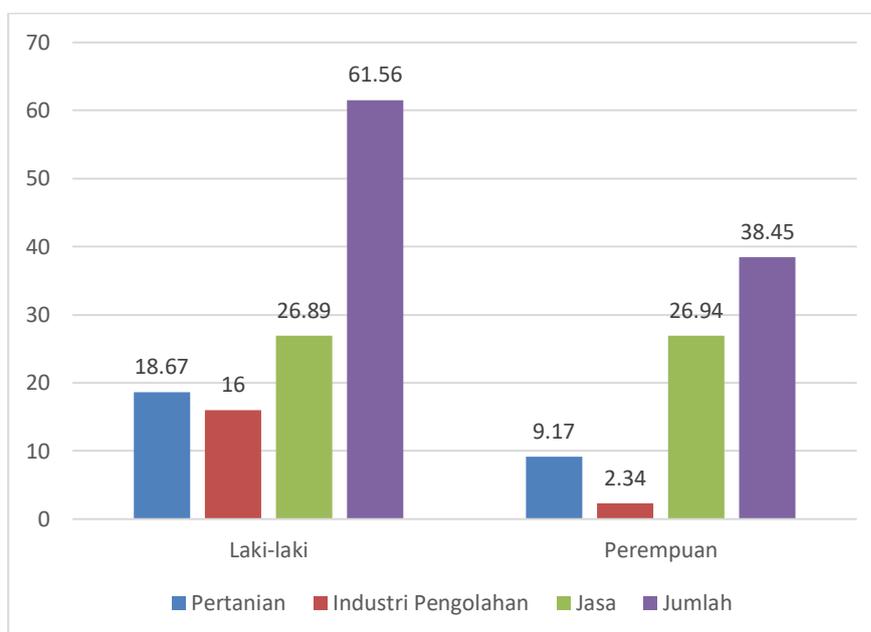
**TEKNOLOGI DAN MANAJEMEN TERNAK
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
SEPTEMBER 2023**

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

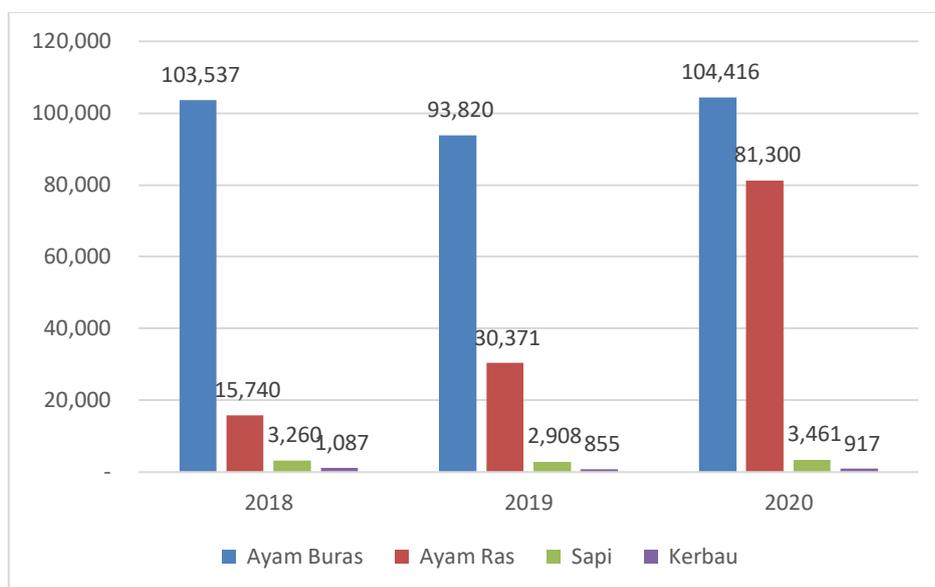
Luas wilayah Kabupaten Sumbawa Barat (KSB) \pm 1.742,27 Km². Sensus Penduduk 2022 (BPS KSB Tahun 2022) mencatat jumlah penduduk KSB pada tahun 2021 sebanyak 148.460 jiwa dengan 27,84% penduduk usia 15 tahun keatas bekerja dibidang pertanian dan 53,83 % penduduk usia 15 tahun ketas dibidang jasa. Dari 8 (delapan) kecamatan yang ada di KSB(Poto Tano, Seteluk, Brang Rea, Brang Ene, Taliwang, Jereweh, Maluk, dan Sekongkang), Kecamatan Taliwang berpenduduk terbanyak (37,96%), disusul Seteluk (13,31%), Brang Rea (11%), Sekongkang (9.93%), Poto Tano(8,58%), Maluk (7,99%), Jereweh (6,7%), dan Brang Ene (4,52%). Laju Pertumbuhan Penduduk KSB mencapai 2.44 %/tahun, berada di atas rata-rata Provinsi NTB.

KSB kaya akan beragam potensi sumberdaya alam (SDA) dan lingkungan yang potensial untuk dikelola dan menjadi penyokong peningkatan kualitas hidup rakyatnya. Namun potensi tersebut hingga saat ini masih belum sepenuhnya dimanfaatkan. Berkaca pada struktur ekonomi KSB tahun 2021 menunjukkan masih mendominasinya sektor jasa umumnya adalah jasa dibidang Pertambangan dan Penggalian yang berkontribusi sebesar 53, 83% persen disusul sektor Pertanian sebesar 27,84 persen dan Industri Pengolahan sebesar 18.34% dan yang mendominasi pekerjaan adalah laki-laki. Jenis pekerjaan berdasarkan jenis kelamin penduduk KSB yang berumur diatas 15 tahun pada tahun 2022 dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Jenis pekerjaan berdasarkan jenis kelamin penduduk KSB yang berumur diatas 15 tahun pada tahun 2022

Sektor pertanian yang menjadi sarana usaha di KSB ini terdiri dari pertanian, peternakan dan perikanan. Sektor peternakan yang paling berkontribusi adalah peternakan ayam pedaging baik ras maupun buras, sapi dan kerbau. Dengan potensi produksi peternakan saat ini. Produksi ternak baik ayam maupun sapi dan kerbau ini diproduksi untuk memenuhi kebutuhan didalam KSB saja belum merambah ke luar wilayah KSB. Belum dilakukannya pemasaran produk ayam, sapi dan kerbau ini dikarenakan fasilitas maupun SDM yang masih terbatas dan sebagian besar bahan baku untuk memproduksi sektor peternakan masih didatangkan dari luar pulau KSB sehingga harganya masih mahal. Jenis dan populasi ternak di KSB tahun 2022 dapat dilihat pada **Gambar 1.2**



Gambar 1.2. Jenis dan Jumlah Populasi ternak di KSB tahun 2022

Penyiapan tenaga kerja yang bermental wirausaha untuk membuka peluang usaha menjadi penting. Demikian juga, menyediakan tenaga-tenaga mahir untuk mengisi peluang kerja produktif, baik yang telah ada maupun yang akan dikembangkan. Perancangan ini jelas perlu dilakukan secara komprehensif dikaitkan dengan perencanaan pembangunan KSB secara menyeluruh. Lebih lagi beberapa prasarana untuk meningkatkan mutu sumberdaya manusia sebagaimana dimaksud sudah ada. Hanya saja, keberadaan persarana tersebut-seperti lembaga DIKLAT nasional dan provinsi belum dimanfaatkan optimal. Padahal sarana dan prasarana tersebut dapat lebih didayagunakan untuk menguatkan tenaga-tenaga kerja produktif di KSB lebih bersikap mental wirausaha, mempunyai kualitas IPTEKS dan IMTAQ, sehingga mereka dapat lebih kreatif, inovatif dan lebih berpartisipasi dalam pembangunan.

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* merupakan salah satu unsur penting dalam pembangunan ekonomi suatu daerah atau kawasan. Jika suatu daerah atau kawasan ingin berkembang dan maju, maka jumlah wirausahawan (*entrepreneur*) yang dimiliki harus banyak. Dengan jumlah *entrepreneur* yang banyak, maka akan dapat dicapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan pada akhirnya akan menciptakan pembangunan ekonomi yang tinggi.

Salah satu program dalam pembangunan Kabupaten Sumbawa Barat (KSB) yang menerapkan konsep CBIAD (*Community Base Integrated Area Development*) yang akan dilaksanakan adalah “Desain Kewirausahaan” di tingkat masyarakat. Program ini tidak hanya bertujuan untuk melakukan pelatihan kewirausahaan, namun juga bertujuan untuk menciptakan wirausahawan-wirausahawan baru dalam waktu yang relatif singkat. Oleh karena itu, program ini merupakan *crash program* dalam menciptakan wirausahawan baru, dimana kegiatannya meliputi pemahaman teori, pelatihan, pendampingan, magang, dan kegiatan usaha riil bagi masyarakat, baik secara individual maupun kelompok. Sehingga, tolok ukur keberhasilan dari program ini adalah terciptanya kegiatan usaha baru dan wirausahawan baru di KSB.

1.2 Tujuan

- 1) Pemetaan dan Desain-Aksi melalui pengembangan Bisnis Hijau dalam bidang peternakan (ayam pedagin, ayam petelur dan sapi pedaging) dengan melibatkan Masyarakat KSB Pilihan dengan Memanfaatkan Pasar Produk (*captive market* PT NNT)
- 2) Mengembangkan Sistem Keuangan Mikro yang Sudah Cukup Berhasil untuk Penguatan Industri Rumahan.
- 3) Merumuskan Desain Pengembangan Wirausahawan Lokal Melalui Sistem dan Modul Pelatihan dengan Pola Pendampingan Melahirkan Wirausahawan Hijau.

1.3 Output

- 1) Desain dan Tapak Usaha yang siap dikembangkan sebagai Aksi Bisnis Hijau pilihan.

BAB II. PROSEDUR PENYUSUNAN LAPORAN

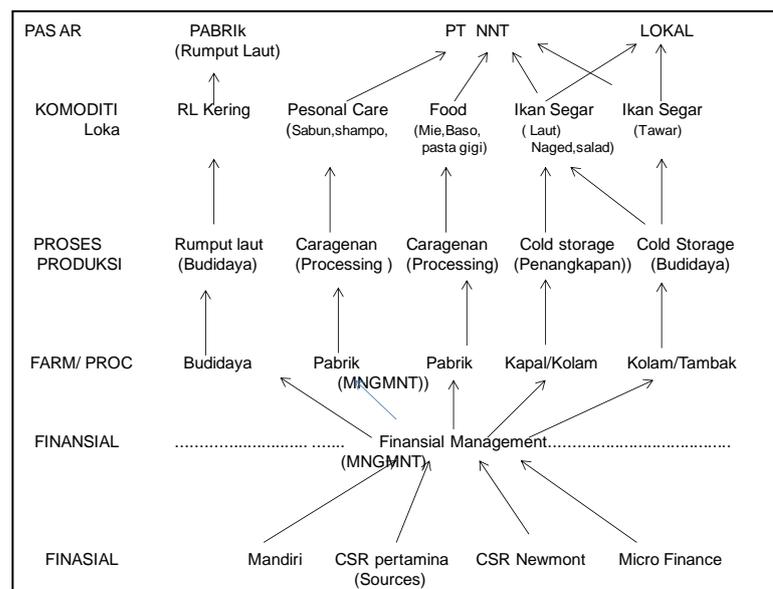
Dalam rangka menciptakan usaha baru dan sekaligus wirausahawan baru dalam waktu yang relatif singkat, maka diperlukan ketersediaan pasar. Oleh karena itu, langkah awal yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi potensi pasar, baik yang ada di KSB maupun di luar KSB. Setelah potensi pasar dapat teridentifikasi, maka dilakukan seleksi dan kemudian penciptaan pasar yang paling cepat dapat direalisasikan. Jika diinginkan penciptaan wirausahawan yang relatif singkat, maka perlu dilakukan rekrutmen calon wirausahawan melalui suatu seleksi yang ketat. Karena pendidikan dan pelatihan kewirausahaan belum tentu dapat menciptakan wirausahawan, maka untuk menjadi wirausahawan tidak cukup dengan bekal pengetahuan, namun juga harus memiliki jiwa kewirausahaan, paling tidak motivasi berwirausaha yang kuat. Contoh: Potensi pasar produk perikanan di dalam KSB dan jenis komoditi yang dapat dipasarkan digambarkan dalam Gambar 2.1.

Disamping pasar, aspek permodalan juga tidak kalah penting, karena tanpa modal kegiatan usaha tidak mungkin dapat berjalan. Oleh karena itu, langkah berikutnya yang harus dilakukan adalah identifikasi sumber-sumber permodalan bagi kegiatan usaha masyarakat. Setelah dapat teridentifikasi dan dilakukan seleksi, kemudian didesain sistem permodalannya.

Pendahuluan (Latar Belakang dan Kerangka Pemikiran)

Visi dan Misi (Tujuan)

Contoh : Konsep Kewirausahaan Perikanan



Gambar 2.1. Potensi Pasar di Dalam KSB dan Jenis Komoditi yang Dapat Dipasarkan

Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam rangka menciptakan wirausahawan baru di KSB adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi keberadaan pasar, baik produk segar maupun olahan di KSB.
2. Pemantapan pasar yang telah teridentifikasi pada butir 1, meliputi kepastian komitmen, kuota maksimum, kualitas produk, dan harga produk
3. Pemilihan lokasi *pilot project* dan identifikasi calon wirausahawan
4. Survei jenis potensi produksi komoditas terpilih
5. Survei lokasi *pilot project* serta rancangan usahanya
6. Identifikasi dan seleksi calon wirausahawan serta formalitas rekrutmen
7. Pelatihan teknis produksi untuk memberikan pengetahuan dan wawasan serta ketrampilan proses produksi
8. Pelatihan manajemen produksi dan manajemen usaha
9. Identifikasi, seleksi sumber pendanaan, dan formalitasnya
10. Membuat rencana bisnis (Bisnis Plan)

BAB III. ANALISIS PASAR

3.1 PT Prasmanindo Boga Utama (PBU)

PT Prasmanindo Boga Utama (PBU) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa catering. PBU menyediakan jasa katering dan pendukungnya untuk lokasi terpencil di seluruh Indonesia sejak 1985. Sebagian besar klien PT PBU adalah perusahaan yang bergerak dibidang pertambangan, minyak, dan gas bumi, salah satunya adalah PT Newmont Nusa Tenggara (NNT).

PBU berkomitmen untuk memberikan karyawan dan klien sebuah lingkungan tempat tinggal dan pekerjaan yang aman, sehat, dan higienis diperkuat dengan berbagai penghargaan untuk pencapaian keselamatan kerja serta terakreditasi oleh ISO 9001 2007 dan keamanan pangan. Komitmen ini dapat dijangkau dengan adanya dukungan dari personel khusus untuk jaminan mutu, pengendalian mutu dan keamanan.

PBU bekerja dengan cara membangun mata rantai pasokan yang bertanggung jawab. PBU membeli barang dan jasa dari berbagai macam pemasok yaitu Distributor Nasional sampai kepada pemasok setempat yang bersifat khusus. Jika memungkinkan, perusahaan mendapatkan langsung dari petani dan produsen-produsen lokal yang dekat dengan lokasi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku. Melakukan pembelian dari produsen organik dan berpartisipasi dalam memberikan inisiatif pameran perdagangan. PBU menekankan pada pembelian produk yang berkesinambungan.

Aktivitas pengadaan PBU akan mematuhi standar keamanan makanan, keselamatan dan kesehatan kerja, kode etik, peraturan perusahaan, undang-undang, serta standar-standar di negara dimana perusahaan beroperasi. Selain itu, perusahaan akan mempertimbangkan komitmen perusahaan yang terus menerus pada pengadaan makanan yang berkelanjutan dan *corporate responsibility* (CR).

PBU selalu berusaha keras dalam mencari keseimbangan yang tepat antara membangun hubungan jangka panjang dengan pemasok yang berdasar pada kesesuaian antara nilai dan perilaku, kualitas, serta harga. Pemasok akan dipilih dan ditetapkan melalui proses penawaran dan proses tender tanpa adanya diskriminasi. Pemilihan pemasok meliputi tinjauan terhadap kebijakan dan aktivitas perusahaan terkait dengan praktek-praktek CR yang baik.

PBU menjadi target pasar utama untuk saat ini bagi usaha-usaha yang akan dijalankan oleh masyarakat lokal di Kabupaten Sumbawa Barat yang menjadi salah satu program SR PTNNT. Beberapa hal yang menjadi dasar penentuan, antara lain:

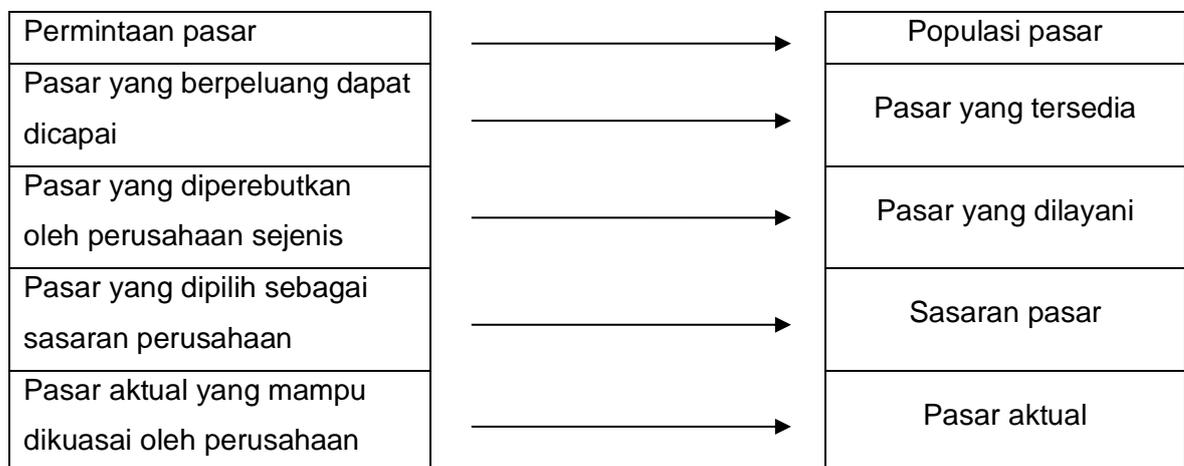
1. PBU merupakan penyedia jasa katering dan pendukung bagi NNT;

2. Kode etik bisnis PBU dalam penjelasan mata rantai pasokan yang bertanggung jawab disebutkan bahwa PBU membeli barang dan jasa dari pemasok setempat yang dekat dengan perusahaan;
3. PBU merupakan pasar yang potensial saat ini (dilihat dari jumlah tenaga kerja PTNNT yang harus dipenuhi kebutuhan makannya dalam sehari).

3.2 Potensi Pasar (*Market Potential*)

Potensi pasar merupakan peluang penjualan maksimum yang dapat dicapai suatu usaha untuk saat ini maupun masa yang akan datang. Namun, tidak semua potensi pasar tersebut dapat dicapai oleh suatu usaha/perusahaan maupun industri produk tertentu (kumpulan perusahaan sejenis) dan tidak semua potensi pasar sesuai dengan kapasitas total dan tujuan perusahaan. Terdapat beberapa hal yang membatasi pemenuhan potensi pasar oleh suatu perusahaan, diantaranya kualitas produk dan keberadaan perusahaan pesaing.

Kedua hal tersebut dapat membuat bagian pasar yang mampu dilayani (dipenuhi) perusahaan akan menjadi semakin kecil. Luas pasar terbagi menjadi beberapa tingkatan, antara lain populasi pasar, pasar yang tersedia, pasar yang dilayani, sasaran pasar, dan pasar aktual. Secara ringkas, beberapa pengertian tentang tingkatan luas bagian-bagian pasar dapat dijelaskan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Tingkatan Luas Pasar

1. Analisis Penawaran (*Supply Analysis*)

Penawaran merupakan banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu, dan pada tingkat harga tertentu. Hukum penawaran menyatakan bahwa hubungan antara produk yang ditawarkan dengan harga barang itu sendiri berbanding lurus. Jika harga suatu barang meningkat, maka

penawarannya pun akan meningkat. Begitu pula sebaliknya, harga suatu barang turun, maka penawarannya pun akan menurun. Dalam hal ini faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*). Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran, antara lain: 1) Harga barang itu sendiri; 2) Harga barang lain yang terkait; 3) Harga faktor produksi; 4) Biaya produksi; 5) Teknologi produksi; 6) Jumlah pedagang/penjual; 7) Tujuan perusahaan; dan 8) Kebijakan pemerintah.

Produk yang akan ditawarkan oleh usaha-usaha yang akan dilakukan masyarakat lokal antara lain ikan, daging ayam, telur, daging sapi. Estimasi jumlah produk yang akan ditawarkan adalah sebagai berikut:

- a. Daging ayam, sebanyak 4.750 ekor atau 7.125 kg per periode produksi (1 tahun=7 periode produksi)
- b. Telur ayam, sebanyak 7.875 kg per periode (19 bulan)
- c. Daging sapi, sebanyak 100 ekor atau 25.000 kg per periode (6 bulan)

2. Analisis Permintaan (*Demand Analysis*)

Permintaan merupakan keinginan konsumen (pembeli) untuk membeli suatu produk (barang atau jasa) pada berbagai tingkatan harga selama periode waktu tertentu. Sehingga, permintaan memiliki arti banyaknya jumlah produk yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode waktu tertentu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan, antara lain: 1) Harga produk itu sendiri; 2) Harga barang lain; 3) Tingkat pendapatan perkapita; 4) Selera atau kebiasaan; 5) Jumlah penduduk; 6) Perkiraan harga di masa mendatang; 7) Distribusi pendapatan; dan 8) Usaha produsen dalam meningkatkan penjualan. Hukum permintaan menyatakan bahwa hubungan antara produk yang diminta dengan harga barang tersebut berbanding terbalik, yaitu ketika harga produk tersebut meningkat maka jumlah produk yang diminta akan menurun dan sebaliknya jika harga produk turun maka jumlah produk yang diminta akan menurun. Dalam hal ini, faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*).

Permintaan untuk produk yang akan ditawarkan oleh usaha yang akan dilakukan oleh masyarakat KSB dilakukan dengan pendekatan kebutuhan PBU dan pabrik rumput laut yang ada. Hal ini dilakukan karena PBU dan pabrik rumput laut menjadi pangsa pasar bagi usaha-usaha yang akan dilakukan untuk saat ini. Jumlah kebutuhan produk PBU akan diambil dari informasi yang diberikan saat melakukan diskusi dengan PBU.

PBU menyatakan bahwa perusahaan siap untuk menerima produk yang ditawarkan oleh masyarakat. Alasan utama perusahaan untuk menerima produk dari masyarakat setempat terkait dengan biaya pengiriman yang lebih rendah. Sehingga, diharapkan biaya variabel yang akan dikeluarkan perusahaan akan menurun. Namun, perusahaan

memberikan *standard requirement* sebagai syarat untuk setiap produk yang masuk ke perusahaan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri untuk masyarakat yang akan menawarkan produk ke perusahaan.

- Daging sapi

Kebutuhan daging sapi PBU cukup tinggi yaitu 90 ton per bulan. Kebutuhan ini dipenuhi melalui *supplier* di Jakarta. Daging yang dipasok adalah khusus daging yang berasal dari Australia dalam bentuk karkas beku, dengan pertimbangan kualitas yang sudah terjamin dan harga yang tidak terlalu mahal bila dibandingkan dengan harga daging lokal yaitu Rp 68.000 per kilogram. Standar kualitas daging yaitu telah memenuhi berbagai sertifikasi dengan standar internasional dan *standard requirement*, seperti standar pemotongan yang berstandar internasional termasuk Rumah Pemotongan Hewan (RPH) yang telah tersertifikasi, sertifikasi halal, rekomendasi dari Kementerian Pertanian, SIUP, TDP. Frekuensi pengiriman yaitu dua kali dalam sebulan dengan pembayaran secara kredit (dua bulan sekali).

- Daging ayam

Kebutuhan daging ayam perusahaan adalah 60 ton per bulan yang dipasok dari *supplier* di Jakarta dan Surabaya. Daging ayam diterima perusahaan dalam bentuk utuh dan karkas dengan persyaratan ukuran seragam dalam setiap pemesanan. Standar kualitas yang ditetapkan perusahaan yaitu memenuhi sertifikasi dan *standard requirement*, seperti asal usul hewan, kandungan lemak, jaminan tidak menggunakan formalin, bebas penyakit flu burung, HACCP, dan ISO. Frekuensi pengiriman barang adalah dua kali dalam sebulan dengan pembayaran secara kredit (dua bulan sekali).

Permintaan masyarakat KSB terhadap komoditas ayam potong sangat besar. Sekitar 1.200-1.500 ekor ayam hidup masuk setiap harinya ke wilayah Sumbawa dan 700 ekor lebih untuk memenuhi kebutuhan di pasar yang ada di KSB.

- Telur ayam

Kebutuhan telur ayam perusahaan adalah 73.800 butir per bulan. Kebutuhan ini dipenuhi melalui *supplier* dari Sumbawa dalam bentuk utuh. *Standard requirement* untuk telur cukup tinggi, terdapat beberapa uji yang harus dipenuhi untuk memastikan telur aman dikonsumsi. Selain itu, ukuran telur harus seragam dalam setiap pemesanan. Frekuensi pengiriman barang adalah dua kali sebulan dengan pembayaran secara kredit (dua bulan sekali).

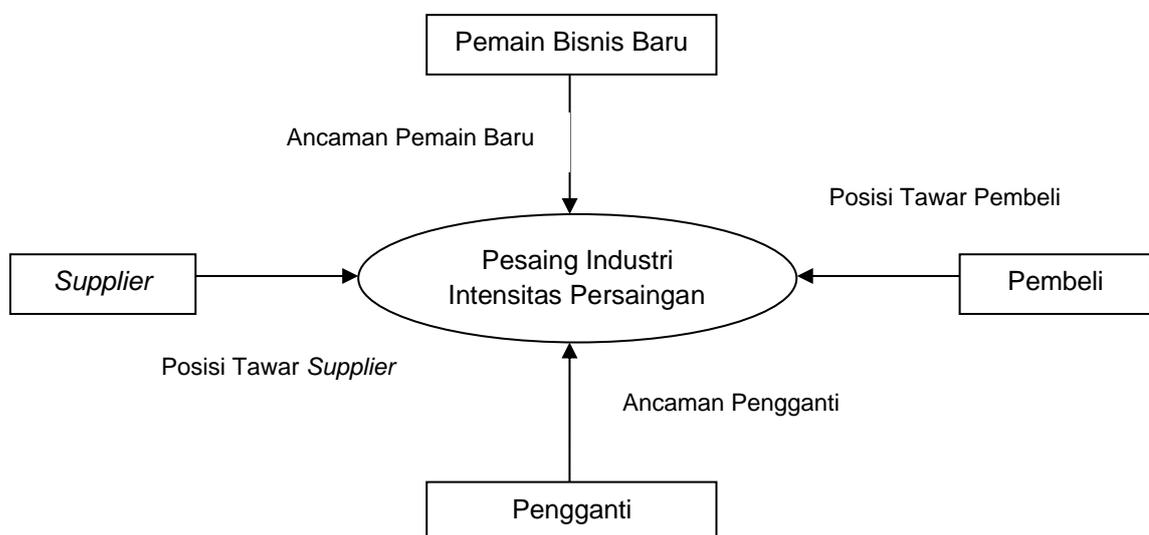
Sebagian besar pasokan telur yang ada di wilayah KSB berasal dari Pulau Lombok. Peternakan ayam petelur yang ada di KSB hanya terdapat satu peternakan yang memiliki

kapasitas produksi 1.000 ekor. Kebutuhan masyarakat lokal terhadap telur cukup tinggi, yaitu?

3.3 Faktor-Faktor Persaingan

Persaingan merupakan suatu kondisi dimana perusahaan-perusahaan berusaha sekuat tenaga untuk membuat konsumen memilih/membeli produk yang ditawarkan perusahaan bukan produk pesaing. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi persaingan, antara lain:

1. Ancaman pendaatang baru
2. Ancaman produk pengganti
3. Kekuatan tawar menawar pembeli
4. Kekuatan tawar menawar pemasok



Gambar 3.2. Model Lima Kekuatan Michael Porter

Pesaing terkuat untuk usaha-usaha yang akan dilakukan oleh masyarakat lokal KSB adalah perusahaan-perusahaan besar yang menjadi *supplier* bahan baku PT PBU. *Supplier* tersebut telah memiliki standar produk yang ditawarkan dan kualitas produk yang dihasilkan pun terjamin. Selain *supplier* PT PBU, perusahaan-perusahaan di Pulau Jawa yang memasok barang ke KSB pun menjadi pesaing yang kuat. Sebagian besar perusahaan tersebut memiliki kapasitas produksi yang besar yang merupakan pemain lama di dalam pasar, sehingga harga yang ditawarkan pun dapat bersaing.

Kualitas dan harga harus menjadi pertimbangan yang kuat bagi usaha-usaha yang akan dijalankan masyarakat lokal dalam memproduksi. Sehingga, produk yang ditawarkan oleh masyarakat lokal dapat bersaing dengan produk-produk dari para pesaing yang ada.

3.4 Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdapat individu atau kelompok yang mendapatkan kebutuhan dan keinginannya dengan menciptakan, meawarkan, dan mempertukarkan produk dengan pihak lain (Kotler, 1997). Pemasaran memiliki arti yang lebih luas daripada penjualan, sehingga keduanya tidak memiliki pengertian yang sama. Penjualan merupakan bagian dari pemasaran dan sekaligus menjadi bagian terpenting di dalam pemasaran.

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan yang dibutuhkan dan diinginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran (Harper W, 2000). Sedangkan menurut Swastha (2000), pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Menurut Tjiptono (2007), strategi pemasaran merupakan sebuah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran merupakan bagian internal dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi. Strategi pemasaran menentukan pendekatan yang akan diambil perusahaan untuk memastikan bahwa masing-masing produk memenuhi perannya.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (Kartajaya, 2003). Terdapat tiga cara untuk melakukan segmentasi, yaitu berdasarkan demografi (*who to buy*), berdasarkan psikografi (*why to buy*), dan berdasarkan perilaku (*how to buy*). *Targeting* merupakan proses mengevaluasi daya tarik setiap segmen pasar dan memilih satu atau beberapa segmen pasar untuk dimasuki. Terdapat lima cara dalam menentukan target pasar, yaitu 1) Perusahaan memilih berkonsentrasi pada satu segmen tertentu (konsentrasi segmen tunggal); 2) Perusahaan memilih sejumlah segmen pasar yang menarik dan sesuai dengan tujuan dan sumberdaya yang dimiliki (spesialisasi selektif); 3) Perusahaan memusatkan diri pada upaya melayani berbagai kebutuhan suatu kelompok pelanggan tertentu (spesialisasi pasar); 4) Perusahaan memusatkan diri pada pembuatan produk tertentu yang akan dijual kepada berbagai segmen pasar (spesialisasi

produk); dan 5) Perusahaan berusaha melayani semua kelompok pelanggan dengan semua produk yang mungkin dibutuhkan.

Positioning adalah kegiatan menawarkan produk yang terdiferensiasi kepada pasar sasaran dengan mengutamakan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan. *Positioning* berkenaan dengan upaya identifikasi, pengembangan, komunikasi, berusaha menciptakan diferensiasi mengenai keunggulan yang bersifat khas dan unik sehingga tercipta citra (*image*) merk atau produk perusahaan dipersepsikan lebih unggul dan khusus dibandingkan dengan produk pesaing di dalam benak pasar sasaran. Terdapat tujuh pendekatan yang dapat digunakan untuk melakukan *positioning*, yaitu 1) Berdasarkan atribut (ciri-ciri); 2) Berdasarkan harga dan kualitas; 3) Berlandaskan aspek penggunaan atau aplikasi; 4) Berdasarkan pemakai produk; 5) Berdasarkan kelas produk tertentu; 6) Berkenaan dengan pesaing; dan 7) Berdasarkan manfaat.

Secara keseluruhan, kegiatan pemasaran yang akan dilakukan untuk usaha-usaha yang direncanakan adalah penjualan langsung ke PT PBU dan pasar untuk masyarakat umum (rumah tangga bebas). Usaha yang pertama adalah usaha pembenihan lele yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan benih usaha budidaya lele. Oleh karena itu, produk dari usaha pembenihan lele akan dipasarkan atau dijual ke usaha budidaya ikan lele sebagai salah satu faktor input produksi.

Hasil produksi usaha perikanan budidaya yaitu lele, nila, dan patin akan dijual ke PBU untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Selain itu, produk hasil perikanan budidaya ini juga akan dijual di pasar umum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam rangka menjaga kualitas ikan yang dihasilkan, proses pendistribusian produk memerlukan *cold storage* yang berfungsi menjaga kesegaran ikan. Oleh karena itu, usaha pemanfaatan *cold storage* juga potensial untuk dilakukan. Fungsi *cold storage* ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat pembudidaya ikan.

Usaha bidang peternakan yang direncanakan antara lain budidaya ayam potong, ayam petelur, penggemukan sapi, rumah potong, toko daging, dan *cold storage*. Pasar tujuan dari produk yang dihasilkan sama dengan usaha bidang perikanan, yaitu PBU dan masyarakat umum. Dalam proses pengolahan, usaha bidang peternakan ini memerlukan rumah potong yang berfungsi mengubah ternak hidup hingga siap untuk diolah oleh konsumen. Selain itu, rumah potong berfungsi untuk memeriksa hewan. Sehingga, usaha rumah potong menjadi penting untuk dilakukan. Konsumen dari rumah potong ini adalah para peternak maupun penjual daging yang membutuhkan jasa pemotongan hewan. Seperti halnya dalam perikanan, proses distribusi produk peternakan memerlukan *cold storage* yang berfungsi menjaga kesegaran dan kualitas daging. Sehingga, usaha dibidang ini penting dan berpotensi untuk dilakukan.

Usaha dibidang perkebunan juga potensial untuk dilakukan di KSB, yaitu budidaya kelapa dan pengembangan produk turunannya (*Virgin Coconut Oil*).

Selain usaha tersebut di atas, usaha jenis lain yang terkait dengan pariwisata juga berpotensi untuk dikembangkan di KSB. Salah satu usaha yang akan dilakukan adalah usaha dibidang wisata bahari berupa penyewaan peralatan selam, *snorkeling*, *banana boat*, kapal, dan *jetski*. Pasar dari usaha ini adalah pengunjung atau wisatawan yang berminat untuk melakukan wisata minat khusus tersebut di Pantai Jelangah, Maluk, dan Pantai Sekongkang.

3.5 Analisis Prioritas

Kabupaten Sumbawa Barat (KSB) memiliki berbagai potensi alam yang mendukung pengembangan usaha dibidang perikanan, peternakan, dan pariwisata. Selain itu, kebutuhan akan produk yang dihasilkan juga menjadi faktor pendukung dilakukannya usaha-usaha terkait ketiga bidang tersebut. Penentuan jenis usaha yang akan dilakukan dalam upaya pengembangan ekonomi masyarakat lokal mencakup beberapa tahapan, antara lain: analisis faktor-faktor pendukung usaha, *scoring* setiap usaha dengan mempertimbangkan faktor-faktor pendukung, dan analisis prioritas usaha yang akan dilakukan.

Studi pasar yang dilakukan pada tahap awal kegiatan menghasilkan beberapa informasi penting dalam menentukan faktor-faktor yang menjadi pendukung dalam merencanakan usaha. Faktor-faktor yang dirumuskan melingkupi sumberdaya alam (SDA), sumberdaya manusia (SDM), dan pasar. Faktor-faktor pendukung untuk dilaksanakannya usaha dijelaskan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Faktor-Faktor Pendukung Usaha

No	Faktor Pendukung	Keterangan
1	Ketersediaan sumberdaya alam (SDA)	SDA yang ada di lokasi dapat mendukung keberhasilan usaha, misalnya mendukung ketersediaan faktor input produksi untuk usaha yang akan dilakukan.
2	Kondisi alam	Kondisi alam mencakup iklim, cuaca, ketersediaan air,
3	Ketersediaan sumberdaya manusia (SDM)	SDM mencakup jumlah dan kualitas (pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman) dari masyarakat yang mendukung dilakukannya usaha

4	Potensi pasar	Pasar (konsumen) dari produk yang dihasilkan ada dan pasti baik dalam kuantitas, kualitas, dan harga.
5	Ketersediaan lahan	Tersedianya luasan lahan yang cukup untuk melakukan usaha

Berdasarkan uraian faktor-faktor pendukung tersebut, kemudian akan dilakukan pembobotan oleh para ahli di bidangnya masing-masing. Pemberian skor dilakukan secara sederhana dengan memperhatikan kondisi yang ada di lapangan. *Range* untuk setiap skor yang diberikan adalah 1 hingga 5 (Skala Likert) dengan penjelasan sebagai berikut:

- 1 : Faktor tidak mendukung usaha sama sekali
- 2 : Faktor kurang mendukung usaha
- 3 : Faktor cukup mendukung usaha (netral)
- 4 : Faktor mendukung usaha
- 5 : Faktor sangat mendukung usaha

Skor tersebut digunakan oleh ahli untuk menentukan apakah faktor-faktor yang ada mendukung rencana usaha. Skor yang diberikan oleh ahli untuk masing-masing usaha dijelaskan pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Skor Untuk Masing-masing Usaha Potensial

No	Faktor Pendukung	1	2	3	4	5	6	7
1	Ketersediaan sumberdaya alam (SDA)	2	2	3	4	3	3	3
2	Kondisi alam	3	3	3	4	3	3	3
3	Ketersediaan sumberdaya manusia (SDM)	2	2	2	2	3	2	2
4	Potensi pasar	3	3	3	3	3	3	2
5	Ketersediaan lahan	4	4	4	4	3	3	3
Total Skor		14	14	15	17	15	14	13
Rata-rata Skor		2,8	2,8	3	3,4	3	2,8	2,6
Prioritas		8	8	7	5	7	8	9

Keterangan:

- 1 : usaha budidaya ayam potong
- 2 : usaha budidaya ayam petelur
- 3 : usaha rumah potong ayam (RPA)
- 4 : usaha penggemukan sapi
- 5 : usaha rumah potong hewan (RPH)
- 6 : usaha *cold storage* peternakan
- 7 : usaha penjualan hasil ternak (*meat shop counter*)

Berdasarkan perhitungan skor yang dilakukan, dilakukan analisis prioritas jenis usaha yang akan dilakukan. Rata-rata skor tertinggi yaitu 4,2 untuk usaha budidaya kelapa. Sedangkan rata-rata skor terkecil dimiliki oleh usaha penjualan hasil ternak (*meat shop*

counter). Jika melihat pada kondisi nyata di lapangan, budidaya kelapa sudah dilakukan oleh masyarakat KSB terutama yang bertempat tinggal di dataran rendah. Sehingga, usaha ini cukup potensial untuk dikembangkan karena sudah didukung oleh kondisi alam dan kemampuan masyarakat untuk melakukan usaha. Hal yang perlu ditingkatkan adalah produktivitas kelapa yang diusahakan masyarakat dan pengolahan produk turunan kelapa. Pengolahan produk turunan menjadi penting untuk dilakukan dalam rangka meningkatkan nilai produk agar memiliki nilai jual yang tinggi. Salah satu produk turunan yang dapat dikembangkan adalah pembuatan VCO.

Usaha penjualan hasil ternak memiliki skor terkecil yaitu sebesar 2,6. Jika dikaitkan dengan kebiasaan masyarakat KSB yang membeli hasil ternak di pasar tradisional, hal ini menjadi wajar. Saat ini masyarakat terbiasa untuk membeli daging di pasar tradisional, sehingga usaha *meat shop counter* belum menjadi umum untuk masyarakat. Penilaian negatif masyarakat terhadap *meat shop counter* yang menjadi dugaan adalah mahal nya harga produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, usaha *meat shop counter* diharapkan dapat dirancang agar tidak menimbulkan kesan mahal bagi konsumen.

Perencanaan bisnis (*business plan*) setiap usaha akan dijelaskan pada bab selanjutnya. Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran umum usaha, produk yang dihasilkan, kapasitas produksi, proses produksi, hingga analisis finansial, yang akan memperlihatkan kelayakan dari masing-masing usaha untuk dilakukan.

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat dilihat bahwa faktor ketersediaan SDM memiliki skor yang rendah dengan nilai rata-rata skor adalah 2,2. Hal ini memperlihatkan bahwa diperlukannya kegiatan yang dapat meningkatkan kapasitas SDM di KSB. Oleh karena itu, desain kewirausahaan yang dihasilkan mencakup hingga kegiatan pelatihan dan pengembangan kurikulum yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas SDM KSB.

BAB IV. BUSINESS PLAN KOMODITAS PILIHAN

4.1 Peternakan

A. Usaha Ayam Potong

Deskripsi Usaha

Budidaya ayam broiler merupakan usaha peternakan yang populer di Indonesia. Ayam broiler adalah jenis ayam pedaging yang dikembangkan khusus untuk produksi daging dengan waktu pemeliharaan yang singkat. Proses budidaya ayam pedaging ini terdiri dari persiapan, Chick-in (pengadaan ayam), pemeliharaan, pemberian Pakan, pengendalian penyakit, Pengelolaan Limbah dan pemasaran Proses produksi ayam broiler dalam satu siklus membutuhkan waktu sekitar 40-55 hari, sehingga dalam satu tahun dapat produksi ayam broiler sebanyak 6-7 kali siklus produksi.

Deskripsi Produk

Ayam broiler dipasarkan dalam bentuk hidup dengan bobot potong menyesuaikan dengan permintaan konsumen. Umumnya di wilayah KSB menyukai ayam dengan bobot hidup 1.4-1.5 kg. Bobot hidup ini apabila masuk rumah potong akan menghasilkan karkas 1-1.1 kg. Untuk mencapai bobot ini umumnya ayam akan dipelihara selama 28-33 hari, dimana pada saat ada ayam yang sudah mencapai bobot 1.4-1.5 akan dilakukan proses pemanenan secara bertahap

Skala Usaha

1) Kapasitas Produksi

Permintaan komoditas ayam potong untuk wilayah yang ada di KSB sangat besar, sekitar 1200-1500 ekor ayam hidup masuk setiap harinya ke wilayah Sumbawa dan sekitar 700 ekor lebih untuk memenuhi kebutuhan di pasar yang ada di KSB. Hal ini membuat peluang usaha peternakan ayam potong sangat menarik dilakukan di wilayah KSB.

Pada tahap awal usaha peternakan ayam broiler ini akan dilakukan dalam skala yang kecil dahulu dengan jumlah populasi sebanyak 5.000 ekor setiap periodenya. Ini akan menjadi suatu percontohan atau pilot proyek usaha budidaya ayam broiler dengan sistem perkandangan *close house*, dengan harapan mampu mendorong masyarakat untuk berusaha di bidang peternakan ayam broiler ini.

2) Karakteristik Proses Produksi

Produksi ayam broiler adalah suatu usaha dalam meningkatkan produksi daging dan menjaga ayam broiler dalam kondisi baik. Kunci sukses dalam usaha ayam broiler tergantung pada manajemen pemeliharaan. Sistem Usaha peternakan ayam potong yang potensial untuk dikembangkan di KSB adalah usaha peternakan ayam broiler dengan menggunakan sistem kandang tertutup (*close house*). Usaha peternakan dengan sistem kandang tertutup ini belum pernah dilakukan di KSB, umumnya peternakan yang sudah ada di KSB adalah peternakan ayam broiler dengan sistem kandang terbuka (*open house*). Sistem kandang *close house* dibuat dengan tujuan agar faktor lingkungan seperti panas, cuaca, angin hujan dan sinar matahari tidak berpengaruh banyak terhadap produksi.

Usaha budidaya ayam broiler kapasitas 5.000 ekor membutuhkan 1 orang manajer kandang untuk sebuah perencanaan yang tepat mulai dari sanitasi kandang, *chick-in* ayam, pemeliharaan, pemanenan sampai dengan produksi periode berikutnya dan untuk pekerjaan pemeliharaan setiap harinya mampu ditangani 1 orang tenaga kandang.

Kegiatan yang dilakukan dalam usaha ayam broiler ini adalah

a. Perencanaan dan persiapan *chick-in*

Kegiatan yang dilakukan pada saat chick in meliputi:

- Membersihkan kandang yang akan digunakan dan lingkungan sekitarnya dengan menggunakan disinfeksi.
- Menyiapkan alas kandang/litter bisa berupa sekam padi, serutan kayu, serbuk kayu, jerami, dll). Ketebalan alas kandang harus diupayakan sekitar 8-10 cm.
- Menyiapkan pemanas. Kandang harus pra-dipanaskan selama minimal 24 jam sebelum kedatangan anak ayam. Memantau suhu kandang sebelum penempatan secara teratur untuk memastikan suhu seragam di seluruh daerah kandang.
- Memastikan bahwa ketersediaan air bersih cukup. Air sangat penting di awal tahap perkembangan anak ayam.
- Menyiapkan tempat pakan dan minum. Pastikan anak ayam memiliki akses mudah ke pakan (yaitu menggunakan tempat pakan datar, nampan atau lembaran kertas)

b. Siklus produksi broiler

Anak ayam umur sehari (DOC) dibesarkan selama 4 sampai 5 minggu setelah kandang dibersihkan, didesinfeksi dan dikosongkan selama 2 minggu. Pada umur 5 sampai 6 minggu ayam pedaging mencapai bobot rata-rata sekitar 1,5 kg. Sehingga dalam 1 periode produksi ayam broiler dibutuhkan waktu

selama 7 minggu, sehingga dalam 1 tahun mampu memproduksi sebanyak 7 kali atau 7 periode produksi.

c. Pengendalian penyakit

Penyakit merupakan salah satu faktor yang berkontribusi nyata terhadap kematian dalam usaha ayam broiler. Penyakit yang umum menyerang bisa bakteri dan virus. Pengendalian penyakit yang dilakukan adalah dengan memberikan vaksin terhadap anak ayam pada umur-umur tertentu sehingga ayam broiler ini lebih tahan. Berikut ini pemberian vaksin dan umur pemberiannya (Tabel 4.22).

Tabel 4.22. Penyakit, Vaksin, dan Umur Pemberian Vaksin

Umur Ayam	Penyakit	Vaksin
1 hari (DOC)	Newcastle	ND + IB
7 hari	Infectious bursal disease	IBD

d. Mortalitas

Manajemen ayam broiler yang baik, angka kematian akan berkisar antara 5- 10% per periode. Bahkan di beberapa perusahaan mortalitas ini hanya ditoleransi sebanyak 5% saja.

e. Survei pasar

Hasil survey yang sudah dilakukan di KSB khusus untuk suplay ayam hidup masih dilakukan dari Lombok dengan jumlah setiap harinya sebanyak 1.200 ekor – 1.500 ekor ayam siap potong. Belum banyaknya pelaku usaha untuk budidaya ayam broiler ini membuat suplay ayam siap potong masih dari daerah Lombok. Tingginya permintaan merupakan peluang yang sangat baik untuk dilakukannya usaha ayam broiler komersil.

Perencanaan Usaha

1) Biaya Investasi

Biaya investasi untuk usaha peternakan ayam broiler dengan sistem kandang tertutup (close house) terdiri dari pembangunan kandang (600 m²) kapasitas 5.000 ekor, rumah jaga dan Gudang (60 m²), biaya untuk peralatan (tempat pakan, tempat minum, brooder, chick guard) Secara garis besar, rencana biaya investasi usaha budidaya ayam broiler di KSB sebesar **Rp 480.000.000,- (empat ratus delapan puluh juta rupiah)**. Biaya Investasi ini bisa dihitung perperiode produksi untuk memudahkan dalam perhitungan laba-rugi. Biaya investasi ini bisa dianggap sebagai biaya sewa. Secara ringkas, rincian investasi

untuk usaha peternakan ayam broiler dengan kapasitas 5.000 ekor dapat dilihat pada di bawah ini (Tabel 4.23).

Tabel 4.23. Biaya Investasi Usaha Budidaya Ayam Broiler

No	Investasi	Harga (Rp)	Kebutuhan	Total (Rp)	Masa Pakai (Thn)	Biaya Per Periode Produksi (Rp)
1	Kandang <i>close house</i> (8x75 m)	900.000/m ²	600 m ²	540.000.000	10	6.000000
2	Rumah Jaga (6X10m)	500.000/m ²	60 m ²	30000.000	10	428.571
3	Tempat Pakan	30.000/buah	500 buah	15.000.000	5	428.571
4	Tempat Minum	25.000/buah	200 buah	5.000.000	5	142.857
5	Brooder	75.000/buah	100 buah	7.500.000	3	357.143
6	Chick guard	50.000/buah	50 buah	500.000	5	71.429
Total				600.000.000		7.428.571

2) Biaya Operasional

Biaya operasional yang dibutuhkan untuk usaha budidaya ayam broiler diantaranya terdiri dari biaya persiapan (sanitasi kandang), biaya DOC, biaya pakan, obat-obatan dan vitamin dan biaya operasional harian. Estimasi besarnya biaya operasional secara keseluruhan per periode produksi adalah **Rp 131.750.000,- (seratus tiga puluh satu tujuh ratus lima puluh ribu rupiah)**. Biaya operasional ini setiap periodenya akan bergulir dan harus dikeluarkan dengan jumlah pemeliharaan sebanyak 5.000 ekor. Biaya Operasional yang dibutuhkan dalam usaha budidaya broiler sebanyak 5.000 ekor dapat dilihat pada Tabel 4.24.

Tabel 4.24. Estimasi Biaya Operasional per Periode Usaha Budidaya Ayam Broiler

Luas Kandang	:	600 m ²
Kepadatan Kandang	:	25 Kg/m ²
Kapasitas Kandang	:	5000 ekor
Mortalitas	:	5%
Bobot Panen	:	1.5 kg per ekor
Konversi Pakan (FCR):	:	1.6

No	Uraian	Harga (Rp per unit)	Kebutuhan	Jumlah (Rp)
1	Persiapan kandang	1.000.000	1 Paket	1.000.000
2	DOC	7.000	5,000 ekor	35.000.000
3	Pemeliharaan			
	a. Pakan	7.500	12,000 Kg	90.000.000
	b. Obat-obatan dan Vitamin	2.000.000	1 Paket	2.000.000
	c. Tenaga kerja	1.500.000	1 Orang	1.500.000
4	Biaya Operasional Harian	50.000	45 Hari	2.250.000
Total Biaya Operasional				131.750.000

3) Harga Produk

Harga ayam yang digunakan dalam analisa usaha ini menggunakan harga jual ayam potong yang berada di wilayah KSB. Berdasarkan survey yang sudah dilakukan di KSB untuk harga ayam yang masuk ke wilayah KSB adalah seharga Rp. 19.000,- /Kg bobot hidup. Harga ayam broiler ini setiap periodenya tidak selalu sama, umumnya selalu berubah setiap harinya, sehingga harga ayam ini akan terus mengikuti harga pasar sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasaran wilayah KSB.

4) Analisis Laba-Rugi (*Profit and Lost*)

Proyeksi laba-rugi per periode produksi untuk usaha budidaya ayam broiler pada setiap periode produksi. Secara ringkas, proyeksi laba-rugi per petak direncanakan sesuai dengan Tabel 4.25.

Tabel 4.25. Rencana Proyeksi Laba-Rugi per 5.000 ekor per Periode Produksi

No	Items	Besaran
1	Populasi Awal (ekor)	5.000
2	<i>Mortalitas</i> (%)	5
3	Bobot Panen (ekor/kg)	1.5
4	Konversi Pakan (FCR)	1.6
5	Harga Ayam Potong (Rp/kg)	21.000
6	Penghasilan Panen (Rp)	149.625.000
7	Total Biaya Produksi (Rp)	139.178.571
8	Keuntungan per Periode(Rp)	10.446.429
9	Keuntungan per Tahun (Rp)	73.125.003
10	Biaya Produksi (Rp/kg)	19.600
12	Payback Period (Tahun)	4.3

Catatan: *Payback Period* dalam perhitungan ini menggambarkan lama waktu pengembalian biaya investasi.

Berdasarkan analisis laba-rugi di atas terlihat bahwa usaha budidaya ayam broiler adalah usaha yang menguntungkan. Rata-rata keuntungan yang diperoleh perperiode produksi yaitu selama 49 hari adalah Rp 10.446.429,- dengan asumsi tersebut keuntungan yang bisa didapat setiap bulannya hampir sekitar 6,5 juta. Biaya investasi untuk usaha budidaya ayam broiler ini berdasarkan pada analisa rugi-laba akan dapat dikembalikan dalam waktu 3.4 tahun usaha dengan setiap tahunnya berproduksi sebanyak 7 periode produksi.

5) Analisis Arus Kas

Pada analisa finansial ini akan dilihat tingkat kelayakan usaha dengan memperhatikan nilai Net Present Value (NPV), B/C ratio dan Internal Rate of Return (IRR) per periode produksi dengan kapasitas produksi 5.000 ekor. Asumsi-asumsi yang digunakan dalam analisa finansial ini adalah sebagai berikut:

- a. Lama waktu untuk satu periode pemeliharaan 7 minggu (2 minggu masa sanitasi, pembersihan dan persiapan kandang dan 5 minggu masa pemeliharaan sampai target bobot badan ayam mencapai 1.5 kg), sehingga dalam 1 tahun bisa mencapai 7 kali produksi.
- b. Komoditas budidaya ternak unggas yang digunakan adalah ayam broiler.
- c. Teknologi budidaya yang diterapkan adalah sistem *close house*.
- d. Kepadatan kandang yang digunakan adalah 25kg/m².
- e. *Mortalitas* selama produksi adalah 5% dan *Food Conversion Ratio* (FCR) adalah 1.6
- f. Analisis finansial dihitung selama 10 tahun dikarenakan biaya penyusutan investasi paling lama adalah 10 tahun
- g. Harga jual ayam siap potong Rp 21.000,- per kg.
- h. Bunga pinjaman yang digunakan dalam perhitungan *Discount factor* adalah bunga pinjaman bank yang digunakan sebesar 18% per tahun.

Adapun hasil analisis finansial usaha budidaya ayam broiler akan dikembangkan diperoleh nilai-nilai sebagai berikut:

a. *Net Present Value* (NPV)

Metode ini menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerima-penerima kas bersih di masa yang akan datang yang didiskon berdasarkan *cost of capital*. Sedangkan kriteria penilaiannya adalah apabila NPV sama dengan atau lebih besar dari nol, maka usulan investasi tersebut diterima, dan sebaliknya ditolak. NPV lebih besar dari nol

mengindikasikan bahwa *Internal Rate of Return* lebih besar dari *Cost of Capital*. Dari hasil perhitungan menunjukkan nilai **NPV** pada tingkat *cost of capital* 18% dengan harga jual ayam Rp 21.000,-/kg pada ukuran 1.5 adalah sebesar **Rp 141.344.474,-** (NPV = positif).

b. *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return adalah tingkat pengembalian investasi yang akan dibandingkan dengan *cost of capital* dari proyek. *Cost of capital* dari pinjaman berupa kredit investasi adalah 18%. Dari hasil perhitungan dengan harga jual ayam Rp 21.000,- /kg pada ukuran ayam 1.5 didapatkan nilai **IRR** adalah **31,32%**.

c. *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio)

Perhitungan *Benefit Cost Ratio* dilakukan dengan cara membandingkan *Net Present Value* pemasukan pada tingkat suku bunga (*cost of capital*) dengan *Net Present Value* pengeluaran. Hasil perhitungan menunjukkan nilai **B/C Ratio** sebesar **1,47** (>1). Berdasarkan analisis finansial di atas (NPV, IRR, dan B/C Ratio), dimana nilai NPV positif, nilai IRR lebih besar dari kredit investasi, dan nilai B/C Ratio lebih dari satu, maka mengindikasikan bahwa kegiatan usaha budidaya udang vanamei teknologi tradisional plus tersebut **Layak untuk Dilaksanakan**.

Tahapan dan Manajemen Usaha

1) Persiapan

Persiapan yang dilakukan terdiri atas persiapan administrasi dan biaya. Diantara persiapan administrasi yang penting untuk dilakukan adalah persiapan dokumen-dokumen perjanjian kerjasama operasional dengan para pemilik lahan budidaya. Untuk persiapan biaya, diharapkan biaya yang tersedia lebih dari biaya yang direncanakan pada tahap awal pengembangan usaha peternakan budidaya, misalkan dipersiapkan biaya sebesar minimal 2 kali lipat dari jumlah biaya yang direncanakan

2) Pilot Project

Pilot project ini penting untuk dilakukan dalam mengawali pengembangan usaha peternakan budidaya. *Pilot project* dilakukan untuk mendapatkan paket teknologi dan manajemen usaha serta skala usaha yang efektif, efisien, menguntungkan, dan mudah diterapkan oleh masyarakat yang akan melakukan wirausaha peternakan.

3) Perluasan Usaha

4) Pengembangan Jaringan Usaha

Dalam Pengembangan jaringan usaha ayam broiler ini tidak hanya menjual ayam hidup saja tetapi sampai usaha penjualan karkas atau melakukan usaha potong juga. Proses bisnis pemotongan ini bertujuan untuk menambah nilai ke produk. Bisnis usaha pemotongan ini mempunyai resiko yang sangat kecil dan keuntungan yang diperoleh relatif besar bisa mencapai Rp. 5.000/kg . Modal yang dikeluarkan untuk usaha pemotongan ini relatif lebih kecil dan keberhasilan dari usaha pemotongan ini terletak pada pemasaran. Pemasaran yang kan dilakukan yaitu dengan membuat Counter Meat shop di beberapa pasar dengan kriteria bahwa Counter Meat shop ini menjual produk yang ASUH (Aman, Sehat, Utuh dan Halal) serta Counter Meat shop harus selalu dalam kondisi bersih dan rapi sehingga konsumen akan lebih tenang dan nyaman kalau membeli produk di Counter Meat shop.

Sumber Pendanaan

Sumber dana yang dibutuhkan untuk membiayai pengembangan kewirausahaan peternakan ayam broiler, baik untuk kegiatan awal atau *pilot project* maupun untuk pengembangannya, adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya sendiri dari para calon wirausahawan
- 2) Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat (KSB)
- 3) Program CSR dari perusahaan-perusahaan, baik milik swasta maupun milik pemerintah, yang terdapat di KSB
- 4) Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat
- 5) Program dari kementerian-kementerian terkait, misalkan Kementerian Pertanian, Kementerian Perindustrian, dan Kementerian Percepatan Daerah Tertinggal.
- 6) Sumber-sumber lain yang tidak mengikat dan tidak memberatkan masyarakat

Potensi Pelaku Usaha

Orang-orang lokal yang mempunyai minat, ulet, sayang terhadap ternak dan kemauan tinggi untuk berwirausaha bidang peternakan ayam broiler, baik melalui pelatihan, magang, maupun kunjungan ke sentra-sentra usaha peternakan yang sudah berkembang, sekaligus untuk makin menambah semangat para calon wirausahawan tersebut.

Sistem Manajemen Usaha

Pada awal pengembangan kewirausahawan, kegiatan pendampingan sangat penting dilakukan terhadap para pemula wirausahawan. Pendampingan yang dilakukan

meliputi pendampingan teknologi, administrasi, kelembagaan, dan manajemen usaha. Pendamping dilakukan hingga masyarakat pada pemula di usaha peternakan bisa mengelola usaha peternakan secara mandiri. Seiring dengan kegiatan pendampingan, kegiatan monitoring usaha secara rutin juga penting dilakukan untuk mengevaluasi proses pengembangan kewirausahaan. Monitoring akan dilakukan secara periodik, minimal setiap periode, sebagai landasan untuk menyusun rencana usaha pada periode berikutnya.

B. Usaha Ayam Petelur

Deskripsi Usaha

Usaha ayam petelur adalah kegiatan peternakan yang bertujuan untuk memproduksi telur konsumsi. Kegiatan usaha ayam petelur ini meliputi persiapan kandang, pemilihan Strain Ayam, pengadaan pullet, pemeliharaan (pemberian pakan, pencahayaan, minum, Kesehatan, koleksi telur), Pemasaran Telur, Pengelolaan Limbah dan Pemantauan dan Evaluasi.

Skala Usaha

1) Kapasitas Produksi

Pasokan telur yang ada di wilayah KSB hampir semuanya di adakan dari Pulau Lombok. Kebutuhan telur di KSB ini cukup tinggi sekali. Peternakan ayam petelur yang ada di wilayah KSB hanya ada 1 peternak dengan kapasitas produksi 1.000 ekor.

Usaha peternakan ayam petelur yang akan di lakukan sebanyak 5.000 ekor. Kapasitas produksi ini dilakukan sebagai tahap awal usaha yang bisa dilakukan oleh 1 orang pekerja.

2) Karakteristik Proses Produksi

Produksi telur ayam adalah suatu usaha unggas (ayam petelur) dengan tujuan utama produksi berupa telur konsumsi. Kunci untuk sukses dalam usaha ayam petelur tergantung pada manajemen pemeliharaan, terutama penyiapan calon indukan (pullet). Usaha ayam petelur dengan kapasitas 5.000 ekor membutuhkan 1 orang tenaga untuk pemeliharaan. Kegiatan yang dilakukan dalam usaha ayam petelur adalah

a. Perencanaan dan persiapan *chick in*

Kegiatan yang dilakukan pada saat chick in meliputi:

- Membersihkan kandang yang akan digunakan dan lingkungan sekitarnya dengan menggunakan desinfeksi. Menyiapkan alas kandang/litter bisa berupa sekam padi, serutan, serbuk kayu, jerami, dll). Ketebalan alas kandang sekitar 8-10 cm.

- Menyiapkan pemanas. Kandang harus pra-dipanaskan selama minimal 24 jam sebelum kedatangan anak ayam. Memantau suhu kandang sebelum penempatan secara teratur untuk memastikan suhu seragam di seluruh daerah kandang.
 - Memastikan bahwa ketersediaan air bersih cukup. Air sangat penting di awal tahap perkembangan anak ayam
 - Menyiapkan tempat pakan dan minum. Pastikan anak ayam memiliki akses mudah ke pakan (yaitu menggunakan tempat pakan datar, nampan atau lembaran kertas)
- b. Siklus produksi

Anak ayam umur sehari (DOC) dibesarkan selama 4 bulan. Pada umur 5 bulan ayam petelur mulai bertelur dengan puncak produksi dicapai pada umur 8 bulan, dengan masa produksi selama 18 bulan. Setelah itu perlu dilakukan peremajaan kembali, sehingga agar usaha tersebut berlangsung terus maka perlu diatur strategi pemeliharaan untuk satu siklus seperti Tabel 4.26.

Tabel 4.26. Strategi Pemeliharaan Ayam Petelur untuk satu Siklus Produksi

Kegiatan	Bulan ke-			
	0-4	5-12	13 - 18	19
Penyiapan pullet				
Pemeliharaan layer				
Pengafkiran				

c. Pengendalian penyakit

Pengendalian penyakit merupakan salah satu faktor yang berkontribusi nyata terhadap keberhasilan usaha ayam petelur. Penyakit yang umum menyerang bisa bakteri dan virus. Pengendalian penyakit yang dilakukan adalah dengan memberikan vaksin terhadap anak ayam pada umur-umur tertentu sehingga ayam petelur ini lebih tahan. Jadwal pengendalian penyakit pada pemeliharaan ayam petelur dapat dilihat pada Tabel 4.27.

Tabel 4.27. Jadwal Pengendalian Penyakit pada Pemeliharaan Ayam Petelur

Umur Ayam (Hari)	Jenis Vaksin	Aplikasi
4-5 (DOC)	ND+IB	Tetes
12	IBD (gumboro)	Oral
21	IBD	Oral
30	ND+IB Live	Air Minum
42	ND+IB Live	Tetes

49	Obat cacing	Air Minum
56 Hari	Fowl Pox	Tusuk Sayap
70	ND+IB Live	Air minum
77	Obat cacing	Air minum

d. Mortalitas

Jika pengendalian penyakit dan pemeliharaan (terutama pemberian pakan dan minum) dilakukan dengan benar maka angka kematian sampai periode menghasilkan pullet tidak lebih dari 5%. Kondisi di KSB, hasil survai pada seorang peternak, bahwa angka kematian mencapai 9%. Berdasarkan hasil ini, sehingga perlu dilakukan pendampingan dan bimbingan yang lebih baik untuk calon peternak lainnya.

e. Survei Pasar

Hasil survey yang sudah dilakukan di KSB khusus untuk suplay telur masih dilakukan dari Lombok. Pelaku usaha untuk budidaya ayam petelur di KSB hanya 1 orang di Sengkokang. Tingginya permintaan dan harga telur konsumsi yang baik merupakan peluang yang sangat baik untuk dilakukannya pengembangan usaha ayam petelur komersil sesuai kebutuhan lokal.

Perencanaan Usaha

1) Biaya Investasi

Biaya investasi untuk usaha peternakan ayam petelur dengan sistem kandang tertutup (close house) terdiri dari pembangunan kandang Pullet (620 m²) kapasitas 5.000 ekor, kandang pembesaran (300m²), Gudang, Rumah Jaga, biaya untuk peralatan (tempat pakan pembesaran, tempat minum pembesaran, tempat pakan pullet, tempat minum pullet, brooder, chick guard, mesin pompa, tandon air dan timbangan) Secara garis besar, rencana biaya investasi usaha peternakan ayam petelur di KSB sebesar **Rp 549.000.000,- (lima ratus empat puluh sembilan juta rupiah)**. Secara ringkas, rincian investasi untuk usaha peternakan ayam petelur dengan kapasitas 5.000 ekor dapat dilihat pada Tabel 4.28.

Tabel 4.28. Biaya Investasi Usaha Peternakan Ayam Petelur

Biaya Investasi	Unit	Jumlah	Harga	Total (Rp)	Masa Pakai (Thn)
Kandang Close House (31x20m)	m2	620	400.000	248.000.000	10
Kandang Pembesaran (10x30m)	m2	300	400.000	120.000.000	10
Gudang (7x5m)	m2	35	400.000	14.000.000	10
Rumah Jaga(10x6m)	m2	60	500.000	30.000.000	10

Seng (Chick Guard)	buah	100	50.000	5.000.000	10
Kandang Batre	ekor	5,000	10.000	50.000.000	5
Nampan DOC	buah	100	25.000	2.500.000	6
Tempat Pakan Pullet	buah	500	90.000	45.000.000	10
Tempat Minum Pullet	buah	500	15.000	7.500.000	10
Tempat Minum galon (pembesaran)	buah	200	25.000	5.000.000	5
Tempat makan gantung (pembesaran)	buah	300	25.000	7.500.000	5
Mesin Pompa	buah	1	500.000	500.000	3
Tandon Air	buah	1	10.000.000	10.000.000	10
Timbang	buah	2	2.000.000	4.000.000	2
Total Biaya Investasi				549.000.000	

Biaya investasi ini di keluarkan pada awal usaha yaitu sebesar **Rp 549.000.000,-** namun pada saat perhitungan laba-rugi yang akan dimasukkan adalah biaya investasi setiap periodenya. Hal ini untuk memudahkan perhitungan Laba-rugi dalam 1 periode.

2) Biaya Operasional

Biaya operasional yang dibutuhkan untuk usaha budidaya ayam petelur diantaranya terdiri dari biaya persiapan (sanitasi kandang), obat dan vitamin, biaya DOC, biaya pakan pembesaran, biaya pakan pullet, listrik dan biaya gaji anak kandang. Estimasi besarnya biaya operasional secara keseluruhan per periode produksi adalah **Rp 1.669.000.000,- (satu miliar enam ratus enam puluh sembilan juta rupiah)**. Biaya operasional ini setiap periodenya akan bergulir. Secara rinci biaya yang harus dikeluarkan untuk operasional produksi dapat dilihat pada Tabel 4.29.

Tabel 4.29. Estimasi Biaya Operasional per Periode Usaha Budidaya Ayam Petelur

Luas Kandang : 620 m²
 Kepadatan Kandang : 15 ekor/m²
 Kapasitas Kandang : 5.000 ekor
 Mortalitas : 5%
 Henday : 65 %
 Pakan Pullet/ekor/hari (FCR) : 114 gram

Biaya Operasional	Harga per Unit (Rp)	Volume	Jumlah (Rp)
DOC	9.500	5.000 ekor	47.500.000
Pakan Pra Produksi	7.500	15.000 kg	12.500.000
Pakan Produksi (Pullet)	7.500	197.106 kg	1.478.295.000
Sanitasi Obat dan Vaksin	8.605.000	1 paket	8.605.000
Sekam	5.000	100 karung	500.000
Gaji Anak Kandang	1.000.000	18 bulan	18.000.000

Biaya Listrik	200.000	18 bulan	3.600.000
Total Biaya Operasional			1.669.000.000

3) Harga Produk

Harga telur ayam dan ayam afkir yang digunakan dalam analisa usaha ini menggunakan harga jual telur dan ayam afkir yang berada di wilayah KSB. Berdasarkan survey yang sudah dilakukan di KSB untuk penjualan telur ayam di wilayah KSB dalam bentuk ikatan tray kardus telur, satu ikat terdiri dari 6 tray telur dengan jumlah masing-masing tray sebanyak 30 butir telur. Total jumlah telur dalam 1 ikat yang berisi 6 tray adalah sebanyak 180 butir telur yaitu dengan harga Rp 195.000. Berat rata-rata telur adalah 56 gram/butir maka harga telur kalau di hitung per kgnya adalah seharga kurang lebih sekitar Rp 19.000.

4) Analisis Laba-Rugi (*Profit and Lost*)

Proyeksi laba-rugi per periode produksi untuk usaha budidaya ayam petelur pada setiap periode produksi. Secara ringkas, proyeksi laba-rugi per produksi direncanakan sesuai dengan Tabel 4.30.

Tabel 4.30. Rencana Proyeksi Laba-Rugi per 5.000 ekor per Periode Ayam Petelur

No	Items	Besaran
1	Populasi Awal (ekor)	5.000
2	<i>Mortalitas (%)</i>	5
3	Henday	65%
4	Konversi Pakan (FCR)	2
5	Harga telur perkg (Rp/kg)	19.000
6	Penghasilan Panen (Rp)	149.625.000
7	Harga Pakan fase Pembesaran (Rp/kg)	7.500
8	Harga Pakan Pullet (Rp/kg)	7.500
9	Total Biaya Produksi (Rp)	1.732.033.333
10	Total Pendapatan (Rp)	1.463.189.000
11	Kerugian per produksi (Rp)	-268.844.333
12	Biaya Produksi (Rp/kg)	23.000

Catatan: Periode produksi usaha ayam petelur selama 18-19 bulan

Berdasarkan analisis laba-rugi di atas terlihat bahwa usaha budidaya ayam petelur yang dilakukan di KSB ini adalah merugikan. Kerugian ini disebabkan karena biaya produksi lebih tinggi dibandingkan dengan Total penerimaan dari penjualan telur dan ayam afkir. Tingginya biaya produksi ini terjadi karena harga pakan untuk

ayam pullet (ayam dalam fase produksi) terlalu mahal yaitu seharga Rp 7.500/kg. Selama 1 periode produksi usaha ayam petelur ini akan merugi sebesar Rp 268.844.333,-, sehingga usaha ini tidak bisa atau tidak layak untuk dijalankan kalau harga pakan untuk ayam pullet tetap seharga Rp 7.500/kg.

Usaha budidaya ayam petelur ini akan bisa dijalankan atau layak untuk dijalankan dengan asumsi bahwa harga pakan untuk ayam pullet mampu ditekan sampai Rp. 5.500/kg. Penurunan harga pakan pullet ini bisa dilakukan yaitu dengan membuat formulasi ransum dengan penambahan pakan yang harganya bisa dibawah dari harga Rp. 5.500,-. Pakan yang yang bisa digunakan yaitu dedak padi halus Rp. 600,-(harga di KSb) dan jagung giling Rp. 1.800/kg. Apabila asumsi tersebut dapat diterima maka proyeksi laba-ruginya akan berubah dan rinciannya dapat dilihat pada Tabel 4.31.

Tabel 4.31. Rencana Proyeksi Laba-Rugi per 5.000 ekor per Periode Produksi dengan Asumsi Harga Pakan Pullet Rp 5.500,-

No	Items	Besaran
1	Populasi Awal (ekor)	5.000
2	<i>Mortalitas (%)</i>	5
3	Henday	65%
4	Konversi Pakan (FCR)	2
5	Harga telur perkg (Rp/kg)	19.000
6	Penghasilan Panen (Rp)	149.625.000
7	Harga Pakan fase Pembesaran (Rp/kg)	7.500
8	Harga Pakan Pullet (Rp/kg)	5.500
9	Total Biaya Produksi (Rp)	1.337.788.000
10	Total Pendapatan (Rp)	1.463.189.000
11	Keuntungan per produksi (Rp)	125.401.000
12.	Biaya Produksi (Rp/kg)	17.140
13.	Payback Periode (tahun)	2.12

Catatan: *Payback Period* dalam perhitungan ini menggambarkan lama waktu pengembalian biaya investasi

5) Analisis Arus Kas (*Cashflow*)

Analisa Finansial ini bisa dilakukan dengan perhitungan berdasarkan asumsi bahwa harga pakan mampu di tekan sampai Rp. 5.500. Pada harga pakan untuk pullet Rp. 5.500. usaha ini mampu menguntungkan dengan harga jual telur sesuai dengan harga pasaran yaitu Rp. 19.000/kg. Pada analisa finansial ini akan dilihat tingkat kelayakan usaha dengan memperhatikan nilai Net Present Value (NPV), B/C

ratio dan Internal Rate of Return (IRR) per periode produksi dengan kapasitas produksi 5.000 ekor. Asumsi-asumsi yang digunakan dalam analisa finansial ini adalah sebagai berikut:

- a. Lama waktu untuk satu periode pemeliharaan 5 bulan pembesaran (mulai dari DOC sampai ayam siap bertelur), dan 14 bulan fase produksi, sehingga dalam 1 periode membutuhkan waktu kurang lebih sekitar 19 bulan.
- b. Komoditas budidaya ternak unggas yang digunakan adalah ayam ras petelur.
- c. Teknologi budidaya yang diterapkan adalah sistem *close house*.
- d. *Mortalitas* selama produksi adalah 5%
- e. Analisis finansial dihitung selama 10 tahun dikarenakan biaya penyusutan investasi paling lama adalah 10 tahun
- f. Harga pakan untuk pullet yang digunakan adalah harga pakan asumsi yaitu Rp 5.500
- g. Harga jual telur ayam Rp 19.000,- per kg.
- h. Harga jual ayam afkir Rp 40.000,- per ekor
- i. Bunga pinjaman yang digunakan dalam perhitungan *Discount factor* adalah bunga pinjaman bank yang digunakan sebesar 18% per tahun.

Adapun hasil analisis finansial usaha budidaya ayam petelur akan dikembangkan diperoleh nilai-nilai sebagai berikut:

a. *Net Present Value* (NPV)

Metode ini menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerima-penerima kas bersih di masa yang akan datang yang didiskon berdasarkan *cost of capital*. Sedangkan kriteria penilaiannya adalah apabila NPV sama dengan atau lebih besar dari nol, maka usulan investasi tersebut diterima, dan sebaliknya ditolak. NPV lebih besar dari nol mengindikasikan bahwa *Internal Rate of Return* lebih besar dari *Cost of Capital*. Hasil perhitungan menunjukkan nilai **NPV** pada tingkat *cost of capital* 18% dengan harga jual telur Rp 19.000,-/kg dan harga jual ayam afkir Rp. 40.000/ekor adalah sebesar **Rp 129.676.886,-** (NPV = positif).

b. *Benefit Cost Ration* (B/C Ratio)

Perhitungan *Benefit Cost Ratio* dilakukan dengan cara membandingkan *Net Present Value* pemasukan pada tingkat suku bunga (*cost of capital*) dengan *Net Present Value* pengeluaran. Hasil perhitungan menunjukkan nilai **B/C Ratio** sebesar **1,24** (>1). Berdasarkan analisis finansial di atas (NPV, IRR, dan B/C Ratio), dimana nilai NPV positif, nilai IRR lebih besar dari kredit investasi, dan nilai B/C Ratio lebih dari satu, maka mengindikasikan bahwa kegiatan usaha budidaya udang vanamei teknologi tradisional plus tersebut **Layak untuk**

Dilaksanakan, dengan syarat bahwa harga pakan untuk pullet mampu dibuat turun harganya yaitu menjadi Rp 5.500.

Tahapan dan Manajemen Usaha

1) Persiapan

Persiapan yang dilakukan terdiri atas persiapan administrasi dan biaya. Diantara persiapan administrasi yang penting untuk dilakukan adalah persiapan dokumen-dokumen perjanjian kerjasama operasional dengan para pemilik lahan budidaya. Untuk persiapan biaya, diharapkan biaya yang tersedia lebih dari biaya yang direncanakan pada tahap awal pengembangan usaha peternakan, misalkan dipersiapkan biaya sebesar minimal 2 kali lipat dari jumlah biaya yang direncanakan.

2) Pilot Project

Pilot project ini penting untuk dilakukan dalam mengawali pengembangan usaha peternakan budidaya. *Pilot project* dilakukan untuk mendapatkan paket teknologi dan manajemen usaha serta skala usaha yang efektif, efisien, menguntungkan, dan mudah diterapkan oleh masyarakat yang akan melakukan wirausaha peternakan.

3) Perluasan Usaha

Perluasan usaha dapat dilakukan dengan menyiapkan sarana dan fasilitas usaha terlebih dahulu. Perluasan usaha ini harus sejalan dengan peningkatan permintaan baik lokal di KSB maupun perluasan pasar untuk luar wilayah KSB. Perluasan usaha ini akan menambah jumlah masyarakat yang terlibat pada usaha ini dengan minimum populasi sekitar 1000ekor.

4) Pengembangan Jaringan Usaha

Dalam Pengembangan jaringan usaha ayam petelur ini tidak hanya menjual telur saja tetapi sampai usaha penjualan ayam afkir dan pengeemasan telur agar lebih menarik lagi. Proses bisnis pengemasan telur ini bertujuan untuk menambah nilai ke produk. Produk yang dihasilkan dari usaha ini akan di display di counter meat shop disatukan dengan produk seperti daging ayam dan sapi.

Sumber Pendanaan

Sumber dana yang dibutuhkan untuk membiayai pengembangan kewirausahaan peternakan ayam petelur, baik untuk kegiatan awal atau *pilot project* maupun untuk pengembangannya, adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya sendiri dari para calon wirausahawan

- 2) Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat (KSB)
- 3) Program CSR dari perusahaan-perusahaan, baik milik swasta maupun milik pemerintah, yang terdapat di KSB
- 4) Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat
- 5) Program dari kementerian-kementerian terkait, misalkan Kementerian Pertanian, Kementerian Perindustrian, dan Kementerian Percepatan Daerah Tertinggal.
- 6) Sumber-sumber lain yang tidak mengikat dan tidak memberatkan masyarakat

Potensi Pelaku Usaha

Orang-orang lokal yang mempunyai minat, ulet, sayang terhadap ternak dan kemauan tinggi untuk berwirausaha bidang peternakan ayam broiler, pengetahuan tentang usaha peternakan budidaya, baik melalui pelatihan, magang, maupun kunjungan ke sentra-sentra usaha peternakan budidaya yang sudah berkembang, sekaligus untuk makin menambah semangat para calon wirausahawan tersebut.

Sistem Manajemen Usaha

Pada awal pengembangan kewirausahawan, kegiatan pendampingan sangat penting dilakukan terhadap para pemula wirausahawan. Pendampingan yang dilakukan meliputi pendampingan teknologi, administrasi, kelembagaan, dan manajemen usaha. Pendampingan dilakukan hingga masyarakat pada pemula di usaha peternakan bisa mengelola usaha peternakan secara mandiri. Seiring dengan kegiatan pendampingan, kegiatan monitoring usaha secara rutin juga penting dilakukan untuk mengevaluasi proses pengembangan kewirausahawan. Monitoring akan dilakukan secara periodik, minimal setiap periode, sebagai landasan untuk menyusun rencana usaha pada periode berikutnya.

C. Usaha Penggemukan Sapi

Deskripsi Usaha

Usaha penggemukan sapi adalah kegiatan peternakan yang bertujuan untuk meningkatkan bobot badan sapi secara cepat dan efisien sehingga dapat dipasarkan sebagai sapi potong. Kegiatan usaha penggemukan sapi pedaging ini mulai dari persiapan kandang, pemeliharaan ternak, penyediaan dan pemberian pakan, manajemen produktifitas, penilaian sapi siap potong dan pemasaran sapi siap potong. Proses pemeliharaan dilakukan selama 120-180 hari dengan program penggemukan cepat. Jenis ternak yang digemukan adalah ternak jantan yang sudah memasuki periode bakalan dengan umur 2-3 tahun.

Deskripsi Produk

Produk yang dihasilkan adalah sapi jenis bali dengan bobot potong dikisaran 350-450. Sapi siap potong dijual dalam kondisi hidup untuk memenuhi kebutuhan harian Rumah Potong Hewan (RPH) maupun kebutuhan Idul Qurban.

Skala Usaha

1) Kapasitas Produksi

Sapi bakalan (*feeder cattle*) akan digemukan memiliki bobot awal berkisar 150-200 kg, dengan umur berkisar antara 1-2 tahun. Skala usaha penggemukan sapi dimulai dengan 100 ekor per periode yang dikelola oleh 10 orang pada tahap awal. Skala usaha penggemukan sapi potong akan ditingkatkan secara bertahap dimulai dari 100 ekor sampai target produksi mencapai 900 ekor per periodenya. Hal ini disesuaikan dengan respon masyarakat KSB yang berminat untuk usaha penggemukan sapi yang dilakukan secara intensif dan untuk memenuhi permintaan pemotongan setiap harinya. Sementara itu, pembangunan Rumah Potong Hewan akan dilakukan dengan kapasitas potong 5 ekor setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan lokal dan pasokan keluar wilayah KSB.

2) Karakteristik Proses Produksi

Usaha daging sapi yang dilakukan mulai dari usaha hulunya terlebih dahulu yaitu usaha penggemukan sapi sampai usaha hilirnya yaitu daging yang sudah dikemas sesuai dengan potongan komersil. Penggemukan dilakukan pada sapi bakalan yang dilakukan selama 6 bulan penggemukan. Sistem penggemukan sapi potong adalah suatu sistem produksi dengan tujuan utama produksi berupa penambahan bobot badan. Kunci untuk sukses dalam usaha penggemukan sapi ini pada manajemen pemeliharaan, manajemen pakan, dan bakalan.

a. Sistem Pemeliharaan

Penggemukan sapi yang akan dilaksanakan adalah pemeliharaan sapi intensif dengan memanfaatkan hijauan dan limbah pertanian untuk pakan yang digunakannya dengan lama periode penggemukannya 6 bulan sampai mencapai bobot potong. Sapi yang akan digunakan pada program ini adalah sapi Bali yang mempunyai karakteristik sudah beradaptasi dengan baik pada kondisi wilayah KSB dan mempunyai efisiensi pakannya sangat tinggi pada pemberian pakan dengan kualitas yang rendah. Usaha penggemukan ini bertujuan untuk meningkatkan kecepatan pertumbuhan sapi sehingga sapi potongan yang dihasilkan memiliki produktivitas tinggi dengan mutu daging yang baik.

Sistem kandang yang digunakan untuk sapi Bali adalah kandang koloni. Sapi dipelihara secara penuh dikandang setiap harinya atau pemeliharaannya secara

intensif. Sistem pemeliharaan intensif ini semua kebutuhan sapi di pemenuhi oleh pemeliharanya, sehingga perlu perhatian yang penuh dalam pemeliharannya. Selama masa penggemukan, ternak diberi pakan hijauan dan pada saat musim-musim tertentu diberikan limbah pertanian. Hijauan yang digunakan yaitu dari jenis rumput-rumputan dan leguminosa.

Jenis penggemukan yang digunakan untuk usaha ini adalah *midle fattening* atau penggemukan dengan jangka penggemukan sedang yaitu sekitar 6 bulan. Jenis penggemukan ini umumnya pertambahan bobot badannya tidak terlalu tinggi yaitu hanya berkisar antara 0.4 - 0.7 kg/hari sehingga waktu yang dibutuhkan lebih lama sampai sapi yang digemukan mencapai bobot potong yang diinginkan. Jenis penggemukan ini sangat cocok dilakukan di wilayah KSB yang ketersediaan bahan pakan sapinya hanya memanfaatkan hijauan dan limbah pertanian.

b. Pengelolaan Limbah

Potensi limbah yang diperkirakan dihasilkan setiap hari dari populasi penggemukan sapi Bali sebanyak 100 ekor sebesar 700 kg per hari. Kotoran yang dihasilkan akan dikumpulkan untuk dikomposkan. Kompos yang dihasilkan dapat digunakan sebagai pupuk untuk pertanian.

c. Pengendalian Penyakit

Pengendalian penyakit pada ternak sapi lebih sederhana dibandingkan dengan penengendalian penyakit yang dilakukan pada ternak unggas. Semakin besar ternak maka semakin tahan ternak tersebut dengan penyakit. Pengendalian penyakit yang umum dilakukan pada program penggemukan sapi yaitu pemberian obat cacing dan vitamin. Pengendalian penyakit ini dilakukan hanya satu kali setiap periodenya, hal ini dikarenakan proses produksi untuk penggemukan ini sangat singkat yaitu selama 6 bulan

Pemberian obat cacing dan vitamin pada usaha penggemukan sapi potong diberikan di awal pemeliharaan. Hal ini di maksudkan selain untuk mengobati juga sebagai pencegahan ternak terserang penyakit cacing khususnya.

Perencanaan Usaha

1) Biaya Investasi

Biaya investasi untuk usaha penggemukan sapi dengan sistem intensif kapasitas 100 ekor sapi setiap periodenya membutuhkan kandang pemeliharaan dengan luasan 250 m², rumah jaga dan gudang, penampungan air, pompa air, timbangan sapi, peralatan penunjang kandang, alat pencacah pakan (chopper), perlengkapan kesehatan, kendaraan dan tempat penampungan pakan (silo).

Kebutuhan investasi untuk usaha penggemukan sapi potong sebesar Rp. 433.500.000,- (**empat ratus tiga puluh tiga juta lima ratus ribu rupiah**) atau kalau dihitung biaya investasi setiap periodenya adalah sebesar Rp 22.725.000 (dua puluh dua juta tujuh ratus dua puluh lima ribu rupiah). Secara ringkas, rincian investasi untuk usaha penggemukan sapi potong dapat dilihat pada tabel 4.32.

Tabel 4.32. Biaya Investasi Usaha Penggemukan Sapi Potong

No.	Uraian	Satuan	Jumlah	Satuan (Rp)	Nilai (Rp)	Umur ekonomis (th)	Per Periode (Rp)
1	Kandang Pameliharaan (40x6.25m)	m ²	520	450,000	234,000,000	10	11.700.000
2	Rumah jaga dan Gudang (6x8 m)	m ²	48	750,000	36,000,000	10	1.800.000
3	Penampung air (6.000 lt)	unit	1	10,000,000	10,000,000	10	500.000
4	Pompa air	unit	1	1,500,000	1,500.000	2	375.000
5	Timbangan ternak kapasitas 2 ton	unit	1	17,000,000	17.000.000	10	850.000
6	Peralatan penunjang kandang	paket	10	1,000,000	10.000.000	5	1.000.000
7	Chopper	unit	1	10,000,000	10.000.000	10	500.000
8	Peralatan kesehatan (drenching gun, kulkas, eartag aplicator, spuit, dll)	Paket	1	5,000,000	5.000.000	5	500.000
9	Pick up bak terbuka	unit	1	100,000,000	100.000.000	10	5.000.000
10	Silo (penampungan pakan)	unit	1	10,000,000	10.000.000	10	500.000
	Total Investasi				433.500.000		22.725.000

Biaya investasi ini di keluarkan pada awal usaha yaitu sebesar Rp. **433.500.000** namun pada saat perhitungan laba-rugi yang akan dimasukkannya adalah biaya investasi setiap periodenya. Hal ini untuk memudahkan perhitungan Laba-rugi dalam 1 periode.

2) Biaya Operasional

Biaya operasional yang dibutuhkan untuk usaha penggemukan sapi potong yang dilakukan di wilayah KSB lebih sederhana yaitu biaya pengadaan sapi bakalan, tenaga kerja, operasional harian dan pengadaan obat-obatan. Estimasi besarnya biaya operasional secara keseluruhan per periode produksi adalah **Rp 557.000.000,- (lima ratus lima puluh tujuh juta rupiah)** .Biaya operasional ini setiap periodenya akan bergulir dengan jumlah produksi yang sama dan harga bakalan tetap.

Tabel 4.33. Estimasi Biaya Operasional per Periode Usaha Penggemukan Sapi Potong

Luas Kandang	:	250 m ²
Kepadatan Kandang	:	2.5m ² /ekor
Kapasitas Kandang	:	100 ekor
Konsumsi Pakan	:	3% BK
Bobot Bakalan	:	180-200kg
Bobot Potong	:	250-270kg
<i>Average Daily Gain (ADG)</i>	:	0.4-0.5kg/hari

No	Items	Unit	Volume	Rp/unit	Jumlah
1	Sapi Bakalan (bobot 180kg)	ekor	100	4.860.000	486.000.000
2	Tenaga Kerja	orang/periode	4	6.000.000	24.000.000
3	Biaya Operasional Harian	periode	180	150.000	27.000.000
4	Penanaman HMT	Ha	4	4.000.000	16.000.000
5	Obat-obatan	Paket	1	4.000.000	4.000.000
	Total Operasional				557.000.000

3) Harga Produk

Harga sapi yang siap potong disesuaikan dengan harga pasaran di lokasi yaitu di wilayah KSB. Harga sapi di KSB sesuai survey yang sudah dilakukan yaitu sebesar Rp 25.000 - Rp 27.000/ kg bobot hidup sapi atau setiap ekor sapi yang sudah digemukan selama 6 bulan seharga Rp 6.300.000-Rp 7.290.000 setiap ekornya.

4) Analisis Laba-Rugi (*Profit and Lost*)

Proyeksi laba-rugi per periode produksi untuk usaha budidaya ayam broiler pada setiap periode produksi. Secara ringkas, proyeksi laba-rugi per petak direncanakan sesuai dengan Tabel 4.34.

Tabel 4.34. Rencana Proyeksi Laba-Rugi per Petak per Musim Tanam (MT)

No	Items	Besaran
1	Populasi Awal (ekor)	100
2	<i>Mortalitas (%)</i>	0

3	Bobot Siap Potong (kg/ekor)	250
4	PBBH (ADG)	0.4
5	Harga Jual Bobot hidup (Rp/kg)	27.000
6	Penghasilan Panen (Rp)	630.000.000
7	Total Biaya Produksi (Rp)	579.725.000
8	Keuntungan per Periode(Rp)	50.275.000
9	Keuntungan per Tahun (Rp)	100.550.000
10	Biaya Produksi (Rp/kg)	22.921
11	Payback Period (Tahun)	4,73

Catatan: *Payback Period* dalam perhitungan ini menggambarkan lama waktu pengembalian biaya investasi.

Berdasarkan analisis laba-rugi di atas terlihat bahwa usaha penggemukan sapi potong adalah usaha yang ekonomis dan menguntungkan. Rata-rata keuntungan yang diperoleh per bulan adalah hampir Rp 9,5 juta, dengan asumsi satu periode produksi selama 6 bulan, termasuk kegiatan pembersihan pascapanen dan persiapan kandang. Biaya investasi akan dapat dikembalikan dalam waktu 4.73 tahun usaha.

5) Analisis Arus Kas (*Cashflow*)

Pada analisa finansial ini akan dilihat tingkat kelayakan usaha dengan memperhatikan nilai Net Present Value (NPV), B/C ratio dan Internal Rate of Return (IRR) per periode produksi dengan kapasitas produksi 100 ekor. Asumsi-asumsi yang digunakan dalam analisa finansial ini adalah sebagai berikut:

- a. Lama waktu untuk satu periode usaha penggemukan 6 bulan, sehingga dalam 1 tahun bisa melakukan 2 periode produksi.
- b. Komoditas penggemukan sapi yang digunakan adalah sapi Bali.
- c. Teknologi budidaya yang diterapkan adalah sistem *intensif*.
- d. Kepadatan kandang yang digunakan adalah 2,5 m²/ekor .
- e. *Mortalitas* selama produksi adalah 0% dan Pertambahan bobot badan harian (ADG) adalah 0.4
- f. Analisis finansial dihitung selama 10 tahun dikarenakan biaya penyusutan investasi paling lama adalah 10 tahun
- g. Harga jual hidup sapi siap potong sebesar Rp 27.000,- per kg bobot hidup.
- h. Bunga pinjaman yang digunakan dalam perhitungan *Discount factor* adalah bunga pinjaman bank yang digunakan sebesar 18% per tahun.

Adapun hasil analisis finansial usaha budidaya sapi potong akan dikembangkan diperoleh nilai-nilai sebagai berikut:

a. *Net Present Value* (NPV)

Metode ini menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerima-penerima kas bersih di masa yang akan datang yang didiskon berdasarkan *cost of capital*. Sedangkan kriteria penilaiannya adalah apabila NPV sama dengan atau lebih besar dari nol, maka usulan investasi tersebut diterima, dan sebaliknya ditolak. NPV lebih besar dari nol mengindikasikan bahwa *Internal Rate of Return* lebih besar dari *Cost of Capital*. Dari hasil perhitungan menunjukkan nilai **NPV** pada tingkat *cost of capital* 18% dengan jual hidup sapi potong Rp 27.000,-/kg pada bobot potong 250-270kg adalah sebesar **Rp. 393,388,719.70** ,- (NPV = positif).

b. *Internal Rate of Return* (IRR)

Internal Rate of Return adalah tingkat pengembalian investasi yang akan dibandingkan dengan *cost of capital* dari proyek. *Cost of capital* dari pinjaman berupa kredit investasi adalah 18%. Dari hasil perhitungan dengan jual hidup sapi Rp 27.000,- /kg pada bobot potong 250-270 kg didapatkan nilai **IRR** adalah **30,4%**.

c. *Benefit Cost Ratio* (B/C Ratio)

Perhitungan *Benefit Cost Ratio* dilakukan dengan cara membandingkan *Net Present Value* pemasukan pada tingkat suku bunga (*cost of capital*) dengan *Net Present Value* pengeluaran. Hasil perhitungan menunjukkan nilai **B/C Ratio** sebesar **2,78** (>1).

Berdasarkan analisis finansial di atas (NPV, IRR, dan B/C Ratio), dimana nilai NPV positif, nilai IRR lebih besar dari kredit investasi, dan nilai B/C Ratio lebih dari satu, maka mengindikasikan bahwa kegiatan usaha penggemukan sapi potong dengan sistem intensif tersebut **Layak untuk Dilaksanakan**.

Tahapan dan Manajemen Usaha

1) Persiapan

Persiapan yang dilakukan terdiri atas persiapan administrasi dan biaya. Diantara persiapan administrasi yang penting untuk dilakukan adalah persiapan dokumen-dokumen perjanjian kerjasama operasional dengan para pelaku usaha. Untuk persiapan biaya, diharapkan biaya yang tersedia lebih dari biaya yang direncanakan pada tahap awal pengembangan usaha peternakan budidaya, misalkan dipersiapkan biaya sebesar minimal 2 kali lipat dari jumlah biaya yang direncanakan.

2) **Pilot Project**

Pilot project ini penting untuk dilakukan dalam mengawali pengembangan usaha peternakan budidaya. *Pilot project* dilakukan untuk mendapatkan paket teknologi dan manajemen usaha serta skala usaha yang efektif, efisien, menguntungkan, dan mudah diterapkan oleh masyarakat yang akan melakukan wirausaha peternakan.

3) **Perluasan Usaha**

Dalam usaha sapi potong terdapat tiga sistem produksi sapi potong yaitu sistem produksi pembibitan (cow-calf production), sistem produksi pembesaran (stocker production) dan penggemukan (finishing cattle/feedlot). Ketiga sistem produksi sapi potong tersebut harus berjalan seiringan, sehingga perluasan usaha untuk penggemukan sapi potong di wilayah KSB ini selain meningkatkan produksi penggemukannya juga harus dilakukan usaha pembibitan dan pembesaran sapi potong.

4) **Pengembangan Jaringan Usaha**

Target utama usaha penggemukan sapi potong ini adalah sebagai penyedia sapi siap potong untuk kebutuhan rumah potong (RPH) yang akan di bangun di wilayah KSB. Produk dari usaha sapi potong ini yang keluar tidak dalam bentuk produk sapi hidup melainkan dalam bentuk daging yang dikemas rapi dan memenuhi persyaratan sesuai dengan potongan komersial yang ada. Produk dagingnya akan di jual di beberapa *meat shop counter* yang akan dibangun di beberapa pasar di wilayah KSB.

Sumber Pendanaan

Sumber dana yang dibutuhkan untuk membiayai pengembangan kewirausahaan peternakan ayam broiler, baik untuk kegiatan awal atau *pilot project* maupun untuk pengembangannya, adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya sendiri dari para calon wirausahawan
- 2) Pemerintah Kabupaten Sumbawa Barat (KSB)
- 3) Program CSR dari perusahaan-perusahaan, baik milik swasta maupun milik pemerintah, yang terdapat di KSB
- 4) Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat

- 5) Program dari kementerian-kementerian terkait, misalkan Kementerian Pertanian, Kementerian Perindustrian, dan Kementerian Percepatan Daerah Tertinggal.
- 6) Sumber-sumber lain yang tidak mengikat dan tidak memberatkan masyarakat.

Potensi Pelaku Usaha

Masyarakat setempat yang mempunyai minat, ulet, sayang terhadap ternak dan kemauan tinggi untuk berwirausaha bidang peternakan sapi potong merupakan potensi sebagai calon pelaku usaha sapi potong. Untuk itu diperlukan pendidikan baik melalui pelatihan, magang, maupun kunjungan ke sentra-sentra usaha peternakan yang sudah berkembang, sekaligus untuk makin menambah semangat para calon wirausahawan tersebut. Penentuan calon peternak juga dapat dilakukan dengan mendidik pemuda/pemudi lulusan SLA secara formal melalui pendidikan vokasi berkelanjutan (D-1) berbasis produksi.

Sistem Manajemen Usaha

Pada awal pengembangan kewirausahawan, kegiatan pendampingan sangat penting dilakukan terhadap para pemula wirausahawan. Pendampingan yang dilakukan meliputi pendampingan teknologi, administrasi, kelembagaan, dan manajemen usaha. Pendamping dilakukan hingga masyarakat pada pemula di usaha peternakan bisa mengelola usaha peternakan secara mandiri. Seiring dengan kegiatan pendampingan, kegiatan monitoring usaha secara rutin juga penting dilakukan untuk mengevaluasi proses pengembangan kewirausahawan. Monitoring akan dilakukan secara periodik, minimal setiap periode, sebagai landasan untuk menyusun rencana usaha pada periode berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik [BPS]. 2022. Kabupaten Sembawa Barat Dalam Angka 2022. BPS Kabupaten Sembawa Barat; Nusa Tenggara Barat. ISSN: 27156532.
- Ciacciariello M, Gous RM. 2004. A comparison of the effects of feeding treatments and lighting on age at first egg and subsequent laying performance and carcass composition of broiler breeder hens. *British Poultry Sci.* 246-259.
- Haper W. 2000. Manajemen Pemasaran “suatu pendekatan strategis dengan orientasi global, Jakarta : airlangga.
- Kartajaya, H. 2003. Hermawan Kartajaya on Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Martojo H. 2003. *Indigenous Bali Cattle: The Best Suited Cattle Breed for Sustainable Small Farms in Indonesia*. Laboratory of Animal Breeding and Genetics, Faculty of Animal Science, Bogor Agricultural University, Indonesia (ID).
- Setiawati T, Afnan R, Ulupi N. 2016. Performa produksi dan kualitas telur ayam petelur pada sistem litter dan cage dengan suhu kandang berbeda. *J Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peterkanaan.* 4(1):197-203.
- Swastha, B. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Tjiptono, Ferdy. 2007. Strategi Pemasaran edisi pertama. Andi Offset : Yogyakarta.
- Talib C. 2002. Sapi Bali di daerah sumber bibit dan peluang pengembangannya. *Wartazoa.* 12(3):100-107. Ternak Unggul (BPTU) Indrapuri, Aceh (ID).

LAMPIRAN

