ANALISIS FINANSIAL PRODUKSI TELUR AYAM RAS DI PT.CAHAYA MARIO BROTHER'S GROUP, KABUPATEN SIDRAP

SKRIPSI

NUR HIKMAH HAERI
1722100038

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS PETERNAKAN
JURUSAN PETERNAKAN
POLITEKNIK PERTANIAN NEGERI PANGEP
2021

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS FINANSIAL PRODUKSI TELUR AYAM RAS DI PT. CAHAYA MARIO BROTHER'S GROUP KABUPATEN SIDRAP

SKRIPSI

Oleh :

NUR HIKMAH HAERI
1722100038

Skripsi ini Sebagai Syarat untuk Menyelesaikan Studi pada Program Studi Agribisnis Peternakan Jurusan Peternakan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Dr. Ir. Ahmad Wadi, M. Agr, Sc.
NIP. 196607151992031003

Pembimbing II,

Aisyah, SE., Ak., M.Si.
NIP. 1968812071999032001

Mengetahui

Direktur,

Dr. Ir. Darmawan, M.P.
NIP. 196702021998031002

Ketua Jurusan,

Dr. Ir. Harifuddin, M.Si.
NIP. 196512312001121001

Tanggal Lulus : 12 September 2021

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

Judul	: Analisis Finansial Produksi Telur Ayam Ras di PT Cahaya Mario Brother's group Kabupaten Sidrap
Nama	: Nur Hikmah Haeri
NIM	: 1722100038
Program Studi	: Agribisnis Peternakan
Jurusan	: Peternakan

Menyutujui, Tim Penguji :

1. Dr. Ir. Ahmad Wadi, M. Agr, Sc ( )
2. Aisyah, SE.,Ak., M.Si ( )
3. Anita Sari, S.Pd., M.Si ( )
4. Subhan Effendi, SE., M.Si ( )

Mengetahui
Ketua Program Studi

Dr. Ir. Harifuddin, M.Si
NIP. 196512312001121001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Analisis Finansial Produksi Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Kabupaten Sidrap " ini benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun dalam bentuk apapun, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah tertulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pangkep, 12 September 2021

Yang menyatakan,

NUR HIKMAH HAERI

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-NYA yang senantiasa tercurahkan kepada penulis sehingga dapat merampungkan penulisan skripsi dengan judul "Analisis Finansial Produksi Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Kabupaten Sidrap" ini. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa Program Studi Agribisnis Peternakan, Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan dalam Tugas Akhir.

Skripsi ini disusun atas kerja sama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. H. Abdul Haeri Arif dan HJ. Hasmiati Hamzah selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
2. Dr. Ir. H. Darmawan, M.P selaku Direktur Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.
3. Dr.Ir. Harifuddin, M.Si selaku Ketua Jurusan Peternakan Politeknik Pertanian Negeri Pangkep.
4. Dr. Ir. Ahmad Wadi, M.Agr.Sc. Dan Aisyah, SE.Ak.M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran didalam memberikan bimbingan kepada penulis khususnya pada penelitian ini.
5. Seluruh dosen dan staff Jurusan Peternakan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas segala ilmu dan pengarahan yang telah diberikan kepada penulis.
6. Rekan-rekan mahasiswa yang saling membantu dalam menyusun skripsi ini.

Semoga Allah Subhanahu Wata'ala melimpahkan rahmat-Nya dan membalas semua amal kebaikan mereka. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan

senang hati. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Pangkep, 12 September 2021

NUR HIKMAH HAERI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
ABSTRAK xii
ABSTRACT xiii
BAB I iii
1.1. Latar belakang masalah iii
1.2. Rumusan masalah 3
1.3. Tujuan penelitian 4
1.4. Manfaat penelitian 4
BAB II 5
TINJAUAN PUSTAKA 5
2.1 Landasan Teori 5
A. Ayam ras petelur 5
B. Aspek – aspek pemasaran 6
C. Aspek finansial dalam analisis usaha 10
2.2. Penelitian terdahulu 15
2.3. Kerangka konseptual 16
BAB III 15
3.1 Tempat dan waktu 15
3.2 Instrumen penelitian 15
3.3 Jenis dan Sumber Data 15
3.4 Teknik Pengumpulan Data 16
3.5 Teknik Analisa data 16
3.6 Definisi Operasional Variabel 18
BAB IV 20

4.1 Gambaran Umum Lokasi 20
A. Keadaan Geografis 20
A. Keadaan Iklim dan Cuaca 21
4.2 Sejarah PT. Cahaya Mario Brother's Group 21
4.3 Manajemen Sumber Daya Manusia di PT. Cahaya Mario Brother's Group 22
A. Struktur Organisasi 22
B. Visi dan Misi PT. Cahaya Mario Brother's Group 26
4.4 Hasil dan Pembahasan 26
A. Aspek pemasaran 26
1. Segmentasi pasar 26
3. Penentuan posisi pasar 27
4. Analisis persaingan 28
5. Bauran pemasaran 28
4.5 Aspek finansial 30
A. Investasi 30
B. Penyusutan 31
A. Biaya 33
B. Pendapatan 34
5.3. Analisis finansial 35
A. *Break event point* (BEP) 35
B. *Benefit Cost Ratio* (BCR) 35
c. *Payback period* (PP) 36
BAB V 38
5.1 Kesimpulan 38
5.2 Saran 38
DAFTAR PUSTAKA 39
LAMPIRAN 41
RIWAYAT HIDUP 45

DAFTAR TABEL

No Hal
4.1 Biaya Investasi 30
4.2 Biaya Penyusutan 32
4.3 Pendapatan 35

DAFTAR GAMBAR

No Hal
2.3 Kerangka Konseptual 16
4.1 Denah Lokasi PT. Cahaya Mario Brother's Group 21
4.2 Struktur Organisasi PT. Cahaya Mario Brother's Group Sidrap 23

DAFTAR LAMPIRAN

No Hal
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 42
Lampiran 2 Dokumentasi 42

ABSTRAK

Nur Hikmah Haeri, 2021. Analisis Finansial Produksi Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Kabupaten Sidrap. Skripsi Program Studi Agribisnis Peternakan Jurusan Peternakan Politeknik Pertanian Negeri Pangkep. Dibimbing oleh Ahmad Wadi dan Aisyah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Analisis Finansial Produksi Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group Kabupaten Sidrap. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kasus dengan pendekatan dekskriptif Kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil wawancara dari informasi kunci pada perusahaan PT. Cahaya Mario Brother's Group Kabupaten Sidrap. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengumpulan Data Baik Melalui Observasi maupun Wawancara, Penyajian Data dan Kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka kesimpulan yang dapat diambil adalah Analisis Finansial Produksi Telur Ayam Ras di PT. Cahaya Mario Brother's Group di Kabupaten Sidrap telah di laksanakan sesuai dengan Analisis Finansial pada perusahaan PT. Cahaya Mario Brother's Group Kabupaten Sidrap.

Kata Kunci : Analisis, Finansial, Produksi, Telur Ayam Ras

ABSTRACT

Nur Hikmah Haeri, 2021. Financial Analysis of Chicken Egg Production at PT. Cahaya Mario Brother's Group. Thesis of Animal Agribusiness Study Program, Department of Animal Husbandry, Pangkep State Agricultural Polytechnic. Supervised by Ahmad Wadi and Aisyah.

This study aims to determine Financial Analysis of Chicken Egg Production at PT. Cahaya Mario Brother's Group . The type of research used in this research is a case study with a quantitative descriptive approach. The data processed are the results of interviews from key information at the company PT. Cahaya Mario Brother's Group. Data collection techniques used are Observation, Interview and Documentation. While the data analysis technique used in this research is data collection either through observation or interviews, data presentation and conclusions. Baset on the results of research conducted by researchers, the conclusions are Financial Analysis of Chicken Egg Production at PT. Cahaya Mario brother's Group at Sidrap Regency has been carried out in accordance with Financial Analysis at the company PT. Cahaya Mario Brother's Group.

Keywords : *Analysis, Finance, Production, Chicken Egg*

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Usaha produksi telur ayam ras merupakan usaha yang cepat mengalami perkembangan karena pengaruhnya sebagai penghasil sumber protein yang murah dibandingkan sumber protein hewani lainnya, sehingga siklus usaha sangat besar dan cepat. Hal ini menjadikan telur ayam ras salah satu produk unggulan dari sektor peternakan. Namun dalam usaha produksi telur ayam ada banyak faktor yang mempengaruhi produktivitas seperti pakan, vitamin, serta cuaca dan lingkungan. Dalam usaha mendapatkan keuntungan dan keberlanjutan usaha diperlukan adanya analisis finansial untuk mengetahui perkembangan usaha.

Upaya pengembangan suatu usaha tidak terlepas dari masalah investasi yang harus diupayakan sebagai pondasi pembangunan usaha. Hal ini sangat menentukan peluang mengingat kondisi yang akan datang dalam membangun sebuah usaha dipenuhi dengan ketidak pastian. Keberlanjutan sebuah usaha sangat ditentukan oleh seberapa pelaku usaha memahami berbagai aspek kalayakan usaha yang menjadi pilar utama berdirinya sebuah usaha. Sebuah usaha dikatakan layak jika memenuhi syarat-syarat seperti aspek pemasaran dan aspek finansial.

Pembangunan sub sektor peternakan merupakan bagian dari pembangunan pertanian yang bertujuan untuk menyediakan pangan hewani berupa daging, susu, serta telur yang bernilai gizi tinggi, meningkatkan pendapatan peternak, meningkatkan devisa serta memperluas kesempatan kerja di pedesaan. Kegiatan pengembangan usaha peternakan ayam petelur merupakan salah satu cara dalam memenuhi kebutuhan telur dimasyarakat hal tersebut mendorong seseorang untuk berinvestasi dalam usaha peternakan ayam petelur. Investasi dalam usaha ayam petelur tersebut cukup menjanjikan dan bersifat *low risk.*

Analisis finansial dapat digunakan suatu perusahaan untuk memberikan informasi kepada peternak tentang besarnya keuntungan usahanya dan efisien tidaknya penggunaan modal yang telah diinvestasikan, memberikan informasi kepada pemerintah setempat dalam upaya pembinaan dan pengembangan usaha peternakan ayam niaga petelur (Parasdya et al., 2013).

Sistem pemasaran yang dilaksanakan dengan baik merupakan salah satu faktor pendukung berhasilnya suatu usaha peternakan ayam ras petelur. Pemasaran telur yang dilakukan oleh produsen biasanya menggunakan berbagai lembaga saluran pemasaran agar produk telur ayam ras sampai ke tangan konsumen. Proses ini memerlukan biaya pemasaran yang akan digunakan untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran.

Besarnya keuntungan dan biaya pemasaran yang dikeluarkan dari setiap lembaga pemasaran tersebut akan meningkatkan harga jual dari lembaga pemasaran. Sehingga terjadi perbedaan harga di peternak produsen dengan konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat maka akan semakin banyak pengambilan keuntungan yang terjadi akibatnya harga jual menjadi naik. Tingkat efisiensi saluran pemasaran dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, pengeluaran, serta penerimaan para peternak ayam ras petelur, sehingga peternak produsen menjadi sejahtera dan konsumen juga membayarkan dengan harga yang wajar.

Seiring dengan semakin meningkatnya laju pertumbuhan penduduk di daerah Provinsi Sulut dan semakin membaiknya tingkat pendapatan yang ditunjang pula dengan meningkatnya taraf pendidikan, maka tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk-produk peternakan mengalami peningkatan. Daging, telur dan susu merupakan sumber protein yang sangat dibutuhkan masyarakat. Telur ayam ras merupakan salah satu produk pangan hasil ternak yang mempunyai peran sangat penting dan strategis dalam masyarakat karena harganya relatif murah dan mempunyai kandungan gizi tinggi, terutama protein serta nilai cerna oleh tubuh yang tinggi pula.

PT. Cahaya Mario Brother's group milik Bapak H. Usman merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang peternakan khususnya produksi pakan dan telur ayam ras yang berlokasi di Kabupaten Sidenreng Rappang (SIDRAP), Provinsi Sulawesi Selatan. Dengan adanya perusahaan lokal yang berfokus pada sektor peternakan yang menjadi salah satu pemasok kebutuhan pangan masyarakat terutama kebutuhan akan protein hewani. Selain itu PT. Cahaya Mario Brother's group juga membantu meningkatkan eknomi masyarakat, menjalin kerja sama dengan usaha msyarakat sekitar dengan menjadi pemasok bahan baku, serta menyediakan sarana pembelajaran baik untuk pelajar, mahasiswa dan peternak untuk melihat langsung dan mempelajari bagaimana usaha ini berkembang.

1.2. Rumusan masalah

Dari uraian diatas, maka pembahasan yang menarik untuk diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aspek pemasaran produksi telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's group?
2. Bagaimana aspek finansial produksi telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's group?
3. Bagaimana hasil analisis finansial usaha produski telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother's group?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat diketahui tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui aspek pemasaran produski telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother’s group.
2. Mengetahui aspek finansial produski telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother’s group.
3. Mengetahui hasil analisis finansial usaha produski telur ayam ras di PT. Cahaya Mario Brother’s group.

1.4. Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi petenak atau usaha telur ayam ras, sebagai pertimbangan untuk mendirikan dan mengembangkan usaha.
2. Bagi instansi terkait, sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi perencanaan usaha telur ayam ras.
3. Bagi peneliti lain, sebagai informasi tambahan yang dapat digunakan dalam penelitian sejenis pada masa yang akan datang.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori adalah teori yang relevan yang digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti. Landasan teori sangat penting dalam sebuah penelitian karena terdiri atas landasan teori sangat penting dalam sebuah penelitian karena terdiri atas landasan teori yang dijadikan sebagai acuan dan landasan pendukungnya.

A. Ayam ras petelur

Ayam adalah hewan yang termasuk ke dalam kelas *aves* yang telah mengalami domestikasi dan perkembangbiakan serta cara hidupnya diatur dan diawasi oleh manusia agar memberikan nilai ekonomis. Sebagai sumber protein hewani yang berasal dari ternak, ayam dapat menghasilkan daging dan juga telur (Tri Yuwanta, 2008 dalam Alif S.M, 2017).

Ayam petelur adalah ayam yang dipelihara dengan tujuan untuk dapat menghasilkan banyak telur, sehingga dibutuhkan pengembangan potensi dan pengelolaan sumber daya untuk mendapatkan hasil yang baik. Komoditas yang dihasilkan oleh ayam petelur merupakan prospek pasar yang sangat baik, karena telur ayam merupakan suatu komoditas yang cukup mudah diperoleh atau merupakan barang publik, mudah dikonsumsi, kaya akan nutirisi penting yang dibutuhkan oleh tubuh, seperti protein, vitamin A, D, E dan B, fosfor dan zinc serta harganya relatif murah, sehingga menjadikan komoditas telur ayam ini sangat diminati oleh masyarakat.

Menurut Roni Fadilah dan Fatkhuroji, (2013) perkembangan mutu genetik ayam ras petelur dari tahun ke tahun terus berkembang dengan cukup nyata. Para ahli memiliki catatan individu ayam hasil persilangan antar-bibit dan dijadikan dasar untuk membentuk strain ayam yang sesuai dengan tujuan performa yang diinginkan. Sebelum ada proses perbaikan genetik, ayam hanya

memproduksi 100 butir telur selama satu siklus hidupnya. Setelah adanya proses perbaikan mutu genetik ayam sejak tahun 1990, satu ekor ayam mampu memproduksi telur lebih dari 250 butir. Perkembangan terkini, satu ekor yang dipelihara sampai 78 minggu dapat menghasilkan telur lebih dari 350 butir.

B. Aspek – aspek pemasaran

Dasar pemikiran pemasaran dimulai dari kebutuhan inti manusia. Seiring dengan perkembangan peradaban manusia maka kebutuhan dan keinginan manusia pun turut berkembang. Pemasaran diarahkan kepada pemuasan kebutuhan atau perusahaan/organisasi dengan pelanggan/individu. Artinya makna hakiki dari pemasaran harus dilihat dari berbagai komponen yaitu kebutuhan, keinginan, tuntutan produk, pertukaran transaksi dan pasar. Pemasaran merupakan fungsi bisnis yang mengidentifikasikan keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi saat ini dan mengukur berapa besarnya, kemudian menentukan target pasar mana yang paling baik dilayani oleh organisasi dan menentukan berbagai produk, jasa, dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut. Jadi, pemasaran berperan sebagai penghubung antara kebutuhan-kebutuhan masyarakat dengan pola jawaban industri yang bersangkutan.

Pemasaran merupakan pemenuhan kepuasan pelanggan demi suatu keuntungan. Dua tujuan utama pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memberikan kepuasan". (Sunarto: 2004: 4). Suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain". (Kotler : 2002 : 9). Praktek pemasaran harus dilaksanakan berdasarkan serangkaian prinsip dalam memilih sasaran pasar, melakukan identifikasi yang tepat tentang kebutuhan para pelanggan, merancang, dan menghasilkan produk yang mampu menghasilkan kepuasan pelanggan.

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang

mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain untuk mengembangkan hubungan pertukaran (Boyd et al., 2000). Dalam sistem pemasaran, jaringan sosial menjadi penting karena peternak memerlukan bantuan orang yang berada di luar komunitasnya (Vissa, 2012). Pada dasarnya, jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu (Lawang, 2005). Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pikak lain. Hal pokok yang perlu dianalisis di dalam aspek pemasaran terdiri dari:

1. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.

Segmentasi pasar menurut (Lamb, Hair, dan Mc.Daniel: 2001) ialah proses membagi pasar ke segmen-segmen atau kelompok-kelompok yang bermakna, relatif sama, dan dapat diidentifikasikan. Sedangkan segmentasi pasar menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong ialah membagi pasar menjaddi kelompok-kelompok kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran tersendiri (Kotler, Amstrong, 2008: 225).

Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula (Kasmir dan Jakfar,2012:48). Beberapa aspek utama untuk mensegmentasikan pasar adalah aspek geografis, demografi, psikografis, dan perilaku (Husein Umar, 2009:59).

2. Sasaran pasar

Dalam penetapan sasaran pasar perusahaan AJB Bumiputera 1912 menggunakan pendekatan sasaran pasar yang berbeda (*Differentiated Marketing*) agar mengevaluasikan dan menetapan sasaran pasar mengenai pasar yang dituju maka harus jeli dalam membaca setiap pasar yang mau dimasukin. Terutama dilapisan pengusaha atau pengawai ditingkat menengah keatas. Selain itu segmen pasar yang menjadi sasaran pasar mudah dijangkau oleh AJB Bumiputera 1912. Sehingga para staff karyawan dan agen dapat melayani secara efektif dan efisien pada setiap nasabah yang telah disegmentasikan terlebih dahulu dengan perolehan laba yang mencukupi.

Analisis dapat dilakukan dengan menelaah tiga faktor (Husein Umar, 2009:60), yaitu :

1. Ukuran dan pertumbuhan segmen
2. Kemenarikan struktural segmen
3. Sasaran dan sumber daya

3. Penentuan posisi pasar

Jumlah pesaing yang semakin banyak membuat pelanggan memiliki pilihan yang banyak pula untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga akibat dari kondisi tersebut pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang diluncurkan. Salah satu cara agar pelanggan tetap memilih produk tertentu adalah dengan membuat perbedaan antara produknya dengan produk sejenis atau yang menjadi penggantinya. Strategi yang perlu dilakukan adalah strategi Diferensiasi. Arti Diferensiasi lebih dari peningkatan perbedaan – perbedaan yang rumit yang mewarnai suatu entitas. Diferensiasi didefinisikan sebagai proses menambahkan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing (Kotler, 2007).

Penentuan posisi pasar dapat dilakukan dengan mengikuti tiga langkah (Kasmir dan jakfar, 2012:50) yaitu:

a. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif
b. Memilih keunggulan kompetitif
c. Mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi

4. Analisis persaingan

Analisis persaingan merupakan riset strategis, secara khusus mengumpulkan dan menganalisis data tentang bisnis kompetitor. Dapat dikatakan, hal ini merupakan taktik esensial untuk mengetahui apa yang dilakukan oleh pesaing. Dalam menetapkan strategi pemasaran kompetitif yang efektif, studi kelayakan bisnis perlu juga mencermati produk, harga, saluran distribusi maupun promosi yang dilakukan oleh pesaing terdekat. Langkah-langkah dalam menganalisis pesaing (Husein Umar, 2009:68):

a. Menindentifikasi pesaing
b. Menentukan sasaran pesaing
c. Mengidentifikasi pesaing
d. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing
e. Mengestimasi pola reaksi pesaing
f. Memilih pesaing

5. Bauran pemasaran

Bauran Pemasaran (Marketing Mix) "Bauran pemasaran merupakan serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasarannya. Bauran pemasaran terdiri dari segala hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan atas produknya. Beberapa kemungkinan itu bisa dikumpulkan kedalam empat variabel yang dikenal sebagai " empat P" yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi) yang merupakan unsur-unsur kunci bagi program-program pemasaran. Namun "empat P" tersebut tidaklah cukup dalam pelayanan pemasaran "tiga P" lain yang harus diikutsertakan pada gabungan unsur-unsur pemasaran yaitu *People* (personel), *Phisyical facilities* (fasilitas fisik), dan *Process management* (proses manajemen)". (Kotler: 2003:5) Variabel-variabel bauran pemasaran diatas, dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. *Product* (Produk). Produk merupakan semua yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh dan digunakan atau dikonsumsi untuk

dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berupa fisik, jasa, orang, organisasi dan ide.

2. *Price* (Harga) Harga menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga akan dapat terjangkau oleh konsumen.
3. *Promotion* (Promosi) Menggambarkan berbagai macam cara yang ditempuh perusahaan dalam rangka menjual produk ke konsumen.
4. *Place* (Saluran Distribusi) Tempat dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk.

Manajemen pemasaran akan dipecah menjadi empat kebijakan pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran (marketing mix) atau 4P dalam pemasaran yang terdiri dari empat komponen, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Sedangkan, untuk produk jasa dikenal dengan 7P, sama dengan marketing mix produk tetapi ditambah dengan *process*, *people* dan *physical.*

C. Aspek finansial dalam analisis usaha

Untuk melakukan analisis finansial dalam suatu usaha, digunakan aspek finansial untuk menilai kelayakan industri. Penilaian dari aspek finansial tersebut menyangkut hal-hal berikut

1. Investasi

Jumlah dan investasi apa saja yang diperlukan dalam rencana kegiatan usaha atau proyek yang akan dikerjakan harus jelas, baik menegenai jumlah dan jenisnya, maupun harga dari masing-masing investasi. Biaya investasi adalah biaya biaya yang diperlukan dalam pembangunan usaha, terdiri dari pengadaan tanah, gedung, mesin, peralatan, biaya pemasangan, dan biaya lainnya yang berhubungan dengan pembangunan usaha. Investasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan jumlah biaya pembangunan awal dan modal kerja yang dibutuhkan sampai suatu usaha dapat beropersasi dan menghasilkan produksinya.

2. Penyusutan

Waluyo (2011:120) menjelaskan bahwa masalah penyusutan merupakan masalah yang penting selama masa pemanfaatan aset tetap. Pengertian penyusutan menurut PSAK Nomor 17 adalah alokasi jumlah suatu aset yang dapat disusutkan sepanjang masa manfaat yang diestimasi. Besarnya penyusutan untuk periode akuntansi dibebankan ke pendapatan baik secara langsung maupun tidak langsung. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan besarnya biaya penyusutan adalah saat dimulainya penyusutan, metode penyusutan, kelompok masa manfaat dan tarif penyusutan, dan harga perolehan. Dengan demikian, penyusutan merupakan pengurangan nilai kegunaan aset tetap yang dibebankan secara bertahap sepanjang masa manfaat yang diestimasi.

3. Pendapatan

Pendapatan merupakan arus masuk yang menambah harta bersih (ekuitas) dari seluruh transaksi yang bersifat *peripheral* atas kegiatan operasional dalam satu periode tertentu. Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan seperti penjualan produk atau jasa.

Santoso (2007: 90) menyatakan pendapatan adalah arus masuk atau penambahan aktiva atau penyelesaian suatu kewajiban atau kombinasi dari keduanya yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau aktivitas-aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi inti (*major/central operation*) yang berkelanjutan (*regular*) dari suatu perusahaan.

Skousen dan Stice (2009: 563) menyatakan pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan aktiva lainnya sebuah entitas atau pembentukan utang (atau sebuah kombinasi dari keduanya) dari pengantaran barang atau penghasilan barang, memberikan pelayanan atau melakukan aktivitas lain yang membentuk operasi pokok atau bentuk entitas yang terus berlangsung.

4. Biaya

Biaya merupakan arus keluar yang mengurangi harta bersih (ekuitas) dari seluruh transaksi yang bersifat *peripheral* atas kegiatan operasional pokok entitas dalam satu periode tertentu. Perhitungan biaya ini harus disusun dan dihitung sedemikian rupa sehingga tidak ada unsur biaya yang tertinggal. Biaya operasi dan pemeliharaan terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*), dan biaya semi variabel (*semi vaiable cost*).

1. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu, contohnya adalah biaya depresiasi, asuransi, dan bahan bakar.

2. biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan maka semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan maka semakin rendah pula jumlah biaya variabelnya, contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku. Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding, contohnya adalah biaya listrik. Karena perilaku biaya semi variabel mendekati perilaku biaya tetap, maka biaya semi variabel diasumsikan sebagai biaya tetap.

5. Laba

Laba didefinisikan dengan pandangan yang berbeda-beda. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Menurut Harahap (2001:267) yang dimaksud dengan laba adalah "perbedaan antara realisiai penghasilan yang berasal dari transaksi perusahaan pada periode tertentu dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan penghasilan itu. Sedangkan pengertian laba menurut Suwardjono (2008:464) laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilakan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan

kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang dan jasa).

Jenis – Jenis Laba, Laba adalah salah satu hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan, laba terdiri dari atas beberapa jenis yaitu :

1. Laba kotor, yaitu selisih antara hasil penjualan dengan harga pokok penjualan.
2. Laba opersional, merupakan hasil dari aktivitas-aktivitas yang termasuk rencana perusahaan kecuali ada perubahan-perubahan besar dalam perekonomiannya.
3. Laba sebelum dikurangi pajak atau EBIT (Earning Before Tax), adalah laba operasional ditambah hasil dan biaya di luar operasi biasa perusahaan.
4. Laba setelah pajak atau laba bersih, yaitu laba yang telah dikurangi seluruh pajak yang ada.

Laba adalah keuntungan bersih yang diperoleh dari pengurangan jumlah keseluruhan pendapatan yang diperoleh dengan keseluruhan biaya operasional setiap periodenya. Laba biasanya dinyatakan dalam bentuk persen.

Laba (*benefit*) = Total penjualan/bulan – Biaya operasional/bulan

6. Analisis finansial

Untuk menilai suatu usaha dalam rangka memperoleh suatu tolak ukur yang mendasar dalam kelayakan investasi, telah dikembangkan suatu metode analisis, yaitu dengan kriteria investasi, (Ali Musa Pasaribu, 2012)

(a) *Break event point* (BEP)

Break event point adalah volume penjualan yang dimana penghasilan *(revenue*) sama besar dengan biaya total, sehingga perusahan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian (Riyanto,2010).

BEP juga didefenisikan sebagai titik inpas dalam hal unit yang dihasilkan dan biaya yang di peroleh tanpa mengalami keuntungan maupun kerugian.

Jadi perhitungan Break Even Point (impas) dalam unit atau satuan produk yang dijual adalah sebagai berikut :

$$BEP_{(unit)} = \frac{\text{Total biaya/bulan}}{\text{Harga jual produk}}$$

Sumber : (Purwanti, 2013:247)

Sedangkan rumus perhitungan Break Even Point (impas) dalam rupiah penjualan adalah sebagai berikut :

$$BEP_{(Rp)} = \frac{\text{Total biaya/bulan}}{\text{Jumlah produksi/bulan}}$$

(b) *Benefit Cost Ratio* (BCR)

Benefit Cost Ratio adalah suatu analisis yang digunaakan untuk melihat perbandingan nilai manfaat terhadap biaya, BCR biasa digunakan untuk mengukur usaha untuk menentukan layak atau tidak layaknya suatu usaha dikembangkan atau dilanjutkan.

Perhitungan BCR sesuai dengan petunjuk Kdariah (2001) sebagai berikut:

$$BCR = \frac{\text{Total penjualan/tahun}}{\text{Total biaya/tahun}}$$

Kaidah keputusan :

BCR > 1 artinya usaha tersebut menguntungkan dan layak beroperasi.

BCR < 1 artinya usaha tersebut tidak menguntungkan dan tidak layak beroperasi.

(c) *Payback period (PP)*

Payback Period adalah jangka waktu tertentu yang menunjukan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk *present value.* Semakin kecil periode waktu pengembaliannya, semakin cepat proses pengembalian suatu investasi. (Ratih Iba Gustin, dkk, 2017).

Perhitungan payback Period menurut petunjuk Riyanto (2001) sebagai berikut :

$$PP = \frac{\text{Biaya investasi}}{\text{Kentungan/tahun}}$$

2.2. Penelitian terdahulu

1. Kajian tentang penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai sumber referensi adalah penelitian yang berkaitan dengan analisis kelayakan usaha dari sektor pertanian dan peternakan. Penelitian Eva Christy (2011) adalah penelitian yang membahas tentang kelayakan usaha pada peternakan ayam ras petelur Dian Layer Farm yang berada di kampung kahuripan Kecamatan Darmaga. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kelayakan finansial dan analisis kelayakan non finansial. Analisis kelayakan finansial dilakukan dengan cara menghitung kriteria investasi seperti NPV, IRR, Net B/C dan PP serta laba rugi dan juga Analisis Sensitivitas. Sedangkan analisis kelayakan non finansial meliputi aspek teknis, aspek pasar, aspek manajemen, aspek hukum dan aspek sosial lingkungan.

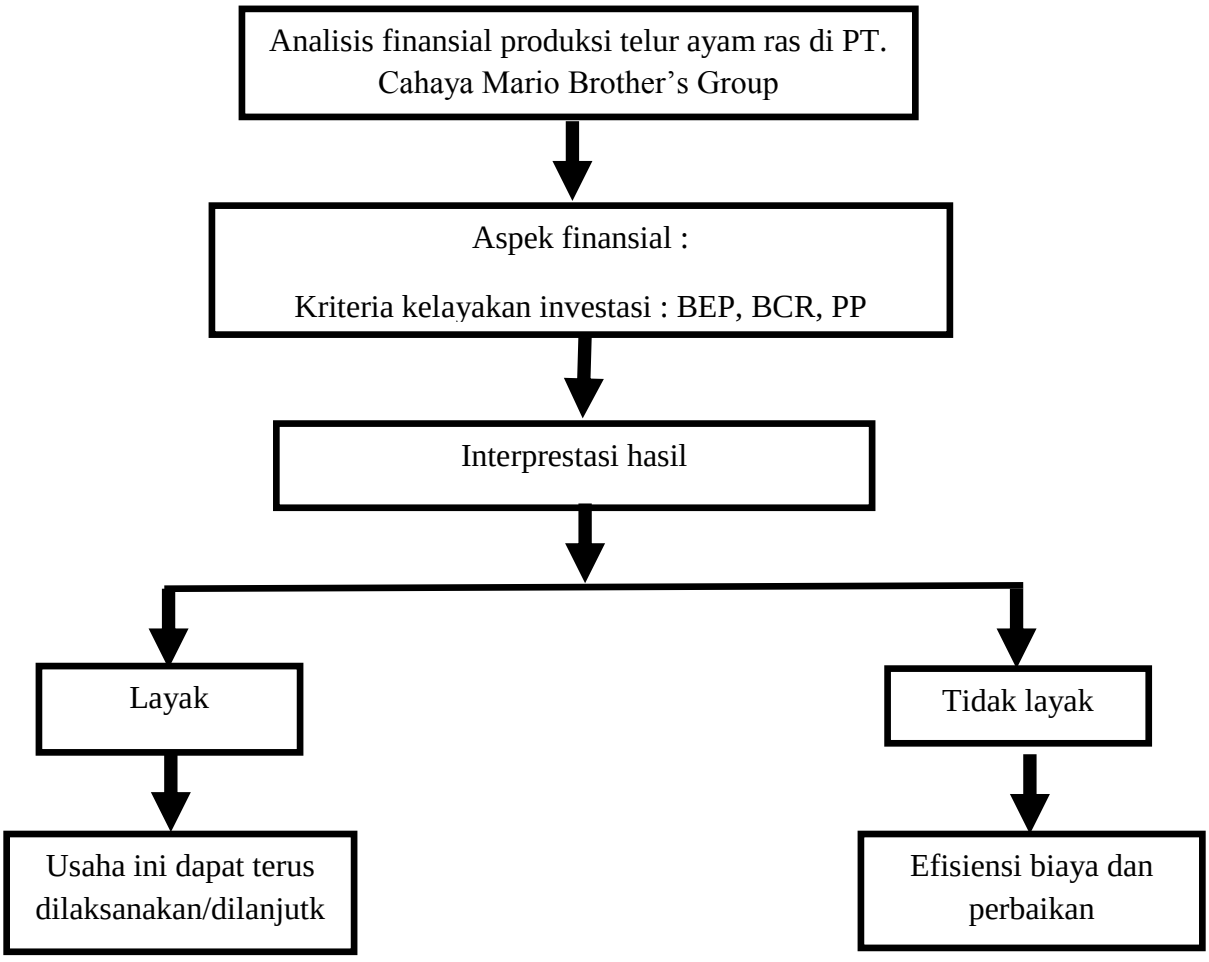
   Persamaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian yang sudah dilakukan terdahulu yaitu oleh Eva Christy (2011) adalah pada komoditinya yaitu ayam ras petelur dan penggunaan analisis yang sama yaitu analisis kelayakan finansial. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva Christy (2011) adalah dari segi alat uji kelayakannya yaitu aspek finansial dan non finansial, penelitian ini menggunakan analisis kelayakan finansial saja, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan analisis kelayakan finansial dan analisis kelayakan non finansial.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mariyah (2010) juga dijadikan perbandingan, dalam penelitian ini berfokus analisis finansial pada usaha budidaya ayam petelur di daerah Kalimantan Timur. Analisis finansial dilalkukan dengan menghitung kriteria investasi seperti NPV, IRR, Net B/C dan PP serta laba rugi dan juga analisis Sensitivitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha kecil ayam petelur berdasarkan aspek finansial di Kalimantan Timur. Persamaan penelitian yang saya lakukan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Mariyah (2010) adalah pada komoditinya yaitu ayam petelur dan penggunaan analisis yang sama yaitu analisis kelayakan finansial. Perbedaan pada

kedua penelitian ini adalah objek penelitian yang berfokus pada budidaya ayam petelur dan produk telur ayam ras.

2.3. Kerangka konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konseptual diharapkan akan memberikan gambaran dan mengarahkan asumsi mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual dapat dilihat pada gambar 2.3



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan waktu

Penelitian ini dilakukan di PT. Cahaya Mario Brother's Group yang berlokasi di Kabupaten Sidenreng Rappang (SIDRAP), Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu mulai Januari sampai April 2021, yang terdiri dari kajian pustaka, pengambilan data di lapangan, pengolahan data dan penyusunan laporan.

3.2 Instrumen penelitian

Alat yang digunakan pada kegiatan penelitian ini yaitu, handphone sebagai alat dokumentasi. Bahan yang digunakan yaitu, pulpen dan kuisioner. Sedangkan bahan untuk penelitian ini yaitu peternakan ayam ras petelur.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian merupakan data kuantitatif yang dianalisis secara deskriptif. Data kuantitatif melalui pengamatan terkait analisis finansial keuangan pada Peternakan Ayam Ras Petelur di PT. Cahaya Mario Brother's Group Kabupaten Sidrap.

Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti yang dianggap relevan dengan penelitian, seperti data yang didapatkan dari wawancara yang dilakukan dilokasi praktek. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti yang bersumber dari buku literatur, penelitian - penelitian terdahulu, jurnal dan artikel yang dikumpulkan dari pencarian di internet yang relevan dengan penelitian, seperti potensi – potensi yang ada dipeternakan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka atau bilangan.

Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dengan cara melakukan wawancara dengan pihak responden,pengamatan langsung (observasi) dan dengan memberikan kuesioner yang akan diolah datanya
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung yang diperoleh dari instansi atau literature - literatur pendukung seperti jurnal, skripsi dan buku

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis/kuisioner kepada responden untuk dijawabnya. Setelah itu, dapat dilanjutkan dengan observasi. Observasi merupakan melakukan kunjungan atau pengamatan langsung di lapangan atau perusahaan PT.Cahaya Mario Brother Group.

3.5 Teknik Analisa data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber kemudian ditabulasi selanjutnya dianalisis dengan menggunakan model analisis finansial dengan pendekatan analisis proyek:

(a) *Break event point* (BEP)

Break event point adalah volume penjualan yang dimana penghasilan *(revenue*) sama besar dengan biaya total, sehingga perusahan tidak mendapatkan keuntungan atau menderita kerugian (Riyanto,2010). BEP juga didefenisikan sebagai titik inpas dalam hal unit yang dihasilkan dan biaya yang di peroleh tanpa mengalami keuntungan maupun kerugian.

Jadi perhitungan Break Even Point (impas) dalam unit atau satuan produk yang dijual adalah sebagai berikut :

$$BEP_{(unit)} = \frac{\text{Total biaya/bulan}}{\text{Harga jual produk}}$$

Sumber : (Purwanti, 2013:247)

Sedangkan rumus perhitungan Break Even Point (impas) dalam rupiah penjualan adalah sebagai berikut :

$$BEP_{(Rp)} = \frac{\text{Total biaya/bulan}}{\text{Jumlah produksi/bulan}}$$

(b) Rasio Biaya Manfaat (BCR)

Benefit Cost Ratio adalah suatu analisis yang digunaakan untuk melihat perbandingan nilai manfaat terhadap biaya, BCR biasa digunakan untuk mengukur usaha untuk menentukan layak atau tidak layaknya suatu usaha dikembangkan atau dilanjutkan.

Perhitungan BCR sesuai dengan petunjuk Kdariah (2001) sebagai berikut:

$$BCR = \frac{\text{Total biaya/bulan}}{\text{Harga jual produk}}$$

Kaidah keputusan :

BCR > 1 artinya usaha tersebut menguntungkan dan layak beroperasi.

BCR < 1 artinya usaha tersebut tidak menguntungkan dan tidak layak beroperasi.

(c) Periode Pengembalian (PP)

Payback Period adalah jangka waktu tertentu yang menunjukan terjadinya arus penerimaan secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk *present value.* Semakin kecil periode waktu pengembaliannya, semakin cepat proses pengembalian suatu investasi.(Ratih Iba Gustin, dkk, 2017).

Perhitungan payback Period menurut petunjuk Riyanto (2001) sebagai berikut :

$$PP = \frac{\text{Total biaya/bulan}}{\text{Harga jual produk}}$$

3.6 Definisi Operasional Variabel

Beberapa devinisi operasional variabel, berikut ini menjelaskan definisi yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

1) Ayam ras petelur, merupakan ternak unggas yang diteliti serta dipelihara untuk menghasilkan telur dan diperjual belikan untuk mendapatkan keuntungan
2) Pemasaran, adalah suatu sistem dan kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.
3) Analisis finansial, adalah suatu analisis yang membandingkan antara biaya dan manfaat untuk menentukan apakah suatu bisnis akan mengungkan selama umur bisnis.
4) Analisis laba rugi, adalah laporan yang berisi tentang total penerimaan pengeluaran dan kondisi keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan dalam satu tahun produksi.
5) Titik Impas (BEP), adalah volume penjualan yang dimana penghasilan sama besar dengan biaya total, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian
6) Rasio Biaya Manfaat (BCR), adalah digunakan untuk mengukur usaha dan menentukan layak atau tidak layaknya suatu usaha
7) Periode Pengembalian (PP), merupakan metode yang mengukur sebera pa cepat investasi kembali karena itu satuan hasilnya bukan presentase, tetapi satuan waktunya adalah bulanan.