

# jurnal

*by* Hana Nur Eritrina

---

**Submission date:** 14-Sep-2022 01:58PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1899491484

**File name:** Publikasi\_Jurnal\_Hana\_Nur\_Eritrina\_KUB\_2022.pdf (412.33K)

**Word count:** 4437

**Character count:** 27562

## Analisis Kelayakan Usaha Ternak Kambing Pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) Mondroguno

Hana Nur Eritrina

<sup>1</sup> Politeknik Pembangunan Pertanian Malang  
email: hana84kemt@gmail.com

*This research was conducted on goat farming at KUB Mondroguno, Desa Rowomarto, Kecamatan Patianrowo, Kabupaten Nganjuk. The purpose of this research is to conduct a business feasibility analysis on the goat business of KUB Mondroguno. The research method chosen is descriptive with case studies. The analysis conduct by analyzing technical aspects, social environment and socio-cultural aspects, financial aspects, juridical aspects, and marketing aspects. Based on the feasibility analysis of technical aspects, the business running well. Apects of human resources who become business managers are also sufficiency to run this micro-scale business. Environmentally and socio-culturally, this business can provide example of entrepreneurial practices to the community. Goat dung can be used as organic fertilizer and compost for agriculture. The succes of the business is supported by juridical and legal aspects that have been fulfilled by KUB Mondroguno. Based on calculation of R/C ratio the business is feasible shown by  $R/C = 1,351$  above the criteria. Marketing aspects analysis of KUB Mondroguno was conducted by mapping the marekt to be two category. The firs is business such as restaurant, catering, and other agency that need goat meet as the ingredient for his menu. By analyzing these five aspects, it can be infered that goat farming business by KUB Mondroguno is feasible.*

**Keywords:** business feasibility analysis, technical aspects, financial aspects, R/C ratio.

### Pendahuluan

Praktek Usaha agribisnis telah lama dijalankan oleh masyarakat. Saat ini masyarakat sudah mulai melirik usaha agribisnis karena dinilai memiliki peluang dan pasar yang cukup bagus. Permintaan pasar akan kebutuhan kambing cukup tinggi sehingga dapat dikatakan untuk peluang pasar tersedia cukup besar. Pada umumnya usaha yang dijalankan untuk mendapatkan laba. Tujuan perusahaan atau sebuah usaha mendapatkan keuntungan yang optimal. Produktivitas perusahaan ditunjukkan oleh pendapatan yang semakin tinggi dimana semakin tinggi efisiensi proses produksi maka semakin rendah biaya yang dikeluarkan sehingga laba yang diperoleh pun semakin tinggi (Prasetyo et al., 2017).

Namun demikian pada usaha mikro upaya untuk mengetahui apakah usaha itu layak atau tidak masih jarang dilakukan. KUB Mondroguno adalah Kelompok Usaha Bersama yang sudah lama berdiri dan bertahan sampai dengan saat ini. KUB ini telah memberikan contoh bagi masrakat dalam melakukan praktek wirausaha. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis kelayakan usaha pada KUB

Mondroguno. Apakah usaha penggemukan kambing pada KUB Mondroguno layak untuk dijalankan. Hasil analisis dapat memperkuat penjelasan mengapa peternakan kambing ini diteruskan atau tidak. Dengan demikian diharapkan manfaat dari usaha yang dilakukan dapat lebih besar lagi.

*Feasibility study* merupakan sebuah kajian yang dilakukan dalam menilai apakah suatu usaha membawa manfaat dari kegiatan usaha yang dijalankan (Rosalina, 2015). Aspek yang akan diteliti meliputi Aspek teknis, aspek lingkungan dan sosial budaya, aspek yuridis, aspek keuangan, dan aspek pemasaran. Untuk dapat dikatakan layak suatu usaha harus memenuhi beberapa aspke dan tidka hanya salah satu aspek saja (Purnamasari & Hendrawan, 2013). Selain itu juga dilakukan kajian mengenai prospek pengembangan usaha ternak kambing tersebut untuk dapat memberikan masukan bagi usaha ternak kambing KUB Mondroguno.

### Analisis Aspek teknis

Aspek teknis adalah aspek pengelolaan manajemen meliputi

perencanaan, pengorganisasian, staffing, pengawasan operasional usaha (Purnamasari & Hendrawan, 2013). Aspek teknis meliputi bagaimana prosedur usaha dijalankan mencakup teknologi yang digunakan. Seorang pelaku usaha yang telah memiliki dan menguasai teknologi yang diperlukan dalam agribisnis telah memenuhi aspek teknis. Adapun analisisnya dapat mencakup pengalaman, ketersediaan teknologi, serta akses terhadap teknologi tersebut.

#### **Analisis Aspek Lingkungan dan Sosial Budaya,**

Aspek lingkungan sangat perlu diperhatikan dalam beragribisnis, agar azas kelestarian yang berkelanjutan tetap terjaga dan penjaminan keamanan pangan tetap terjadi. Dalam hal ini pelaku usaha mempunyai kewajiban dalam beragribisnis, misal pada on farm diberlakukannya *Good Agriculture Practices (GAP)* pada sektor atau *Good Farming Practices (GFP)* pada sektor peternakan. Lebih khusus lagi untuk produk peternakan diperlukan kepatuhan terhadap *Good Animal Husbandary Practices (GAHP)*. Suatu produk peternakan yang dihasilkan harus dipastikan bahwa cara untuk menghasilkan adalah benar dengan tidak menimbulkan kerusakan lingkungan, kesehatan, serta menjamin keselamatan dan kesejahteraan pekerjanya. Sehingga dengan demikian produk yang dihasilkan pun aman dikonsumsi dengan kualitas yang sesuai bagi konsumen. (Pindari et al., 2019).

Aspek Sosial Budaya adalah aspek yang harus diperhatikan dalam menjalankan sebuah bisnis. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa usaha yang dilakukan tidak melanggar adat istiadat, budaya dan tatanan sosial di lingkungan baik berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan usaha agribisnis (Arta et al., 2014).

#### **Analisis Aspek Yuridis**

Aspek ini biasa disebut aspek hukum antara lain kebijakan atau program pemerintah, bentuk kelembagaan ekonomi (UD, CV, PT, koperasi dsb.), jenis komoditas atau barang yang diperdagangkan (bibit/benih pertanaman, komoditi susu, daging, telur dsb.),

segmentasi agribisnisnya (sarana, bahan baku, hasil olahan produk pertanian, peternakan, dsb.) level tingkat operasional modalnya (kelompok mikro, kecil, menengah atau usaha besar).

#### **Aspek Keuangan,**

Aspek keuangan atau analisis finansial, yang menganalisis unsur keuangan dan perekonomian serta perdagangan. (Purnamasari & Hendrawan, 2013). Sebelum melakukan analisis maka dilakukan perhitungan terhadap investasi, biaya tetap, dan biaya variabel yang ada pada usaha. Uritan langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis adalah menetapkan rencana atau skala produksi; menghitung biaya (*cost*) usaha; menghitung penerimaan usaha; menghitung pendapatan (*income*) usaha; (menghitung kelayakan usaha).

Pertimbangan baik secara teknis maupun ekonomis diperlukan dalam menentukan skala usaha. Skala usaha merupakan rencana yang meliputi volume skala serta jenis usaha yang akan dilaksanakan. Penentuan skala usaha berkaitan dengan kebutuhan modal dimana semakin besar skala usaha tentu saja modal yang harus disiapkan juga semakin besar. Selain itu penentuan skala usaha juga menyngkut biaya dimana semakin besar maka biaya semakin kompleks.

Yang dimaksud dengan biaya tetap adalah biaya dimana biaya tersebut jumlahnya tetap, serta tidak dipengaruhi jumlah produk yang dihasilkan. Biaya usaha dapat diartikan sebagai Biaya Tetap (*Fixed Cost*). Cara penghitungannya dengan menghitung penyusutan dari investasi. Dimana suatu investasi harta tetap diperhitungkan masa ekonomisnya, dianggap bahwa suatu saat harta tersebut akan tidak dapat digunakan lagi sehingga perlu diganti tinggal nilai akhirnya. Jadi rumus yang digunakan adalah nilai awal dikurangi nilai akhir dibagi masa ekonomis diperoleh nilai penyusutan. Nilai inilah yang diperhitungkan sebagai biaya, karena biaya tersebut setiap tahun diperhitungkan maka masuk sebagai biaya tetap.

Adapun biaya variabel juga harus diperhitungkan yaitu semua biaya yang harus diharus dikeluarkan dalam proses

produksi untuk menghasilkan suatu produk yang besarnya tidak tetap dan dipengaruhi oleh jumlah produk yang dihasilkan. Biaya variable biasa dikenal dengan biaya produksi. Contoh biaya tersebut antara lain biaya bahan baku, bibit, pakan, obat-obatan, sewa alat, tenaga kerja tidak tetap (harian), bahan bakar. Penjumlahan biaya tetap dan biaya variable merupakan biaya total. Yang juga dapat dikatakan bahwa biaya total adalah biaya usaha ditambah biaya produksi.

Penghitungan lain yang dilakukan adalah penerimaan yang merupakan nilai uang (rupiah) seluruh produk yang laku terjual. Penerimaan usaha merupakan perkalian harga dan jumlah barang yang terjual, dengan demikian tidak termasuk barang yang cacat, rusak ataupun dikonsumsi sendiri. Harga pasar menjadi penentuan harga.

Setelah itu baru dilakukan analisis kelayakan yang merupakan penilaian terhadap modal kerja yang digunakan, resiko yang ditanggung, serta tingkat keuntungan yang diharapkan. Ada beberapa perhitungan yang sering digunakan yaitu R/C dan BEP. R/C ratio merupakan nilai perbandingan antara Penerimaan usaha ( $Revenue = R$ ) dengan Total Biaya ( $Cost = C$ ). Secara umum dapat dipahami bahwa suatu usaha akan mendapatkan keuntungan apabila penerimaan lebih besar dibandingkan dengan biaya usaha. Dengan tiga kemungkinan kriteria yaitu :  $R/C = 1$ ;  $R/C > 1$  dan  $R/C < 1$  (Santosa et al., 2013).

**Titik Pulang Pokok (Break Event Point/BEP)**, BEP adalah titik impas dimana sebuah usaha tidak mendapatkan keuntungan tetapi juga tidak menderita kerugian. Untuk meningkatkan keakuratan analisis biasanya ditambahkan perhitungan BEP ini, suatu usaha pada titik BEP tidak mengalami kerugian secara finansial namun rugi secara waktu karena tidak mendapatkan keuntungan dan mungkin saja hanya membuang waktu dalam melakukan usaha. (Hety, 2021)

Ada 2 (dua) pendekatan penetapan BEP, yaitu : BEP Unit dan BEP harga. BEP unit/satuan merupakan produksi (unit) yang dihasilkan dimana produsen pada posisi tidak rugi dan tidak untung. BEP

Harga merupakan besarnya harga per unit suatu produk yang dihasilkan produsen pada posisi tidak untung dan tidak rugi. BEP harga merupakan harga minimal dari suatu produk yaitu sama dengan Harga pokok penjualan.

### Aspek Pemasaran

Kejelasan pasar merupakan aspek yang penting dalam sebuah usaha. Aspek pemasaran meliputi analisis potensi pasar serta strategi pemasarannya. (Purnamasari & Hendrawan, 2013). Beberapa hal yang harus dideskripsikan dalam pasar dan pemasaran adalah : apakah konsumen ada, berapa besar pasar tersebut, bagaimana peta kondisi pesaing (terutama untuk produk sejenis, bagaimana perilaku konsumen atas produk kita, kemudian strategi apa yang digunakan. Strategi mengkolaborasi secara efektif di antara variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran dalam menghasilkan respon yang positif di kalangan konsumen perlu dilakukan oleh pemasar. (Youjell et al., 2020). Strategi pemasaran dalam ekonomi Agribisnis adalah suatu cara mengoptimalkan unsur bauran pemasaran produk Agribisnis agar mendapatkan respon positif dari konsumen.

### Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada KUB Mondroguno Desa Rowomarto, Kecamatan Patianrowo, Kabupaten Nganjuk Penelitian dilaksanakan pada Bulan Agustus - Oktober 2021 dengan tahap persiapan dilaksanakan pada Bulan Agustus 2021. Tahap pengambilan data pada Bulan September – Oktober 2021. Setelah itu dilakukan analisis data pada bulan Oktober 2021.

Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode studi kasus yaitu penelitian mendalam mengenai suatu kasus dengan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan mendeskripsikan, melukiskan, menggambarkan keadaan yang terlihat terhadap objek atau subjek penelitian berdasarkan fakta-fakta atau sebagaimana adanya kemudian diambil

suatu kesimpulan .(Math Asnavy , Mohd Harisudin, 2017)

#### **Analisa Data**

Data penelitian dianalisa secara *deskriptif* dan *kuantitatif*. Analisa *deskriptif* adalah untuk menggambarkan objek penelitian kemudian dianalisa sehingga menjadi data kuantitatif yang menunjukkan keadaan yang sebenarnya mengenai objek penelitian (Nawawi, Hadari.2005). Analisa *kuantitatif* merupakan salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk jumlah angka-angka sehingga dapat ditarik kesimpulan atas objek yang diteliti (Kothari, 2004) Penelitian dapat dilakukan dengan kombinasi kuantitatif dan kualitatif. Hal ini dilakukan untuk menjelaskan hasil perhitungan yang diperoleh (Dwiastuti, 2017). Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan prospek pengembangan usaha.

#### **Hasil Dan Pembahasan**

##### **Gambaran Umum Usaha**

Besarnya peluang pasar kambing khususnya penggemukan serta semakin meningkatnya permintaan akan daging kambing merupakan alasan dibukanya usaha penggemukan kambing oleh KUB Mondroguno. Kelompok Tani Mondroguno berdiri sejak tahun 2005, kemudian mendapatkan pengesahan dari Kemenkumham pada tahun 2016. Selain itu kelompok ini juga telah melakukan reorganisasi pengurus pada tahun 2021. Beranggotakan 20 orang termasuk ketua, sekretaris, dan bendahara, kelompok ini dapat bertahan hingga saat ini. KUB Mondroguno bergerak pada penggemukan kambing dengan visi menyediakan kambing sehat secara berkelanjutan untuk kehidupan yang lebih baik dan menjadi penyedia kambing yang berkembang dan maju bersama di pasar global. Target pasar yang dibidik adalah *warung sate, rumah makan, RPH, instansi yang membutuhkan kambing serta end user yaitu masyarakat yang membutuhkan kambing aqiqoh, kurban, dan acara-acara tasyakuran*. KUB Mondroguno berharap dapat membesarkan usaha penggemukan kambing yang dimiliki dan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain yang lebih luas lagi.

#### **Analisis Kelayakan usaha**

##### **Analisis Aspek Teknis**

Aspek yang pertama yang diteliti pada KUB Mondroguno adalah aspek teknis. Kambing yang dimiliki saat ini adalah 25 ekor. Lokasi kandang yaitu di Desa Rowomarto, Kecamatan Patianrowo, Kabupaten Nganjuk merupakan lokasi dengan ketersediaan sumber pakan hijauan, ketersediaan sumber air, akses transportasi mudah, serta pemasaran yang mudah. Secara teknis lokasi penggemukan layak dari segi kebersihan dan pemeliharaannya. Dalam pemeliharaannya dilakukan secara bergantian oleh anggota kelompok. Serta satu orang tenaga kerja yang bertugas mencari pakan sekaligus memberi pakan kambing pada pagi dan sore hari. Adapun beberapa teknis pemeliharaan kambing antara lain:

- **Pemberian pakan**

Rekayasa pemberian pakan ditujukan agar kambing tidak kelaparan atau kekenyangan. Pengaturan pemberian pakan dilakukan dengan pengaturan perminggu sebagai diberikan konsentrat bertahap mulai 1/5 - 2 ons per hari/ekor kambing pada minggu pertama, kemudian dinaikkan perminggu sampai dengan minggu keempat menjadi 4 ons. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh hasil yang optimal pada penggemukan.

- **Menjaga kesehatan ternak**

Sejak awal kedatangan kambing perlu dipelihara dengan baik yaitu dengan menjaga pemeliharaan sebagai berikut:

1. Menjaga lingkungan dari hal-hal yang dapat membuat kambing stress.
2. Melakukan pengobatan pencegahan pada saat bibit baru datang sebelum dimasukkan ke kandang
3. Cukur bulu kambing untuk mencegah serta membasmi tumbuhnya bibit penyakit kutu serta parasit. Dengan cara tersebut hasil penggemukan bisa terlihat bagus dan mahal untuk harga jualnya.
4. Memandikan kambing yang sudah dicukur, sampai semua kotoran yang melekat hilang.
5. Memberikan suntikan antibiotik dan obat cacing.

- **Menjaga kebersihan kandang kambing**

Kebersihan kandang dilakukan dengan membersihkannya secara rutin. Dalam pemeliharaan kandang yang menggunakan pakan fermentasi tidak perlu memakai masker karena kotoran tidak bau. Lingkungan juga tidak terganggu dengan bau yang biasa muncul pada peternakan kambing. Selain itu kambing dimandikan satu bulan satu kali.

Dalam menjalankan usaha penggemukan kambing bukan tidak ada resiko tetapi KUB Mondroguno telah melakukan antisipasi teknis terkait hal tersebut antara lain dengan antisipasi hijauan pakan ternak pada musim kemarau, melakukan vaksinasi pada ternak untuk mencegah penyakit ternak.

Aspek teknis yang lain adalah sumber daya manusia yaitu analisis kompetensi pengelolaan usaha. Struktur yang utama adalah ketua kelompok yang merupakan tingkatan manajemen usaha yang paling tinggi dikelompok tersebut. Ketua kelompok ini yang bertanggungjawab terhadap berjalannya usaha. Ketua juga merupakan penentu keputusan-keputusan kelompok berdasarkan kepentingan anggota. Pada KUB Mondroguno peran ketua berjalan dengan baik, hal ini ditunjukkan dengan respon ketua terhadap kebutuhan-kebutuhan kelompok berkaitan dengan usaha. Sekretaris kelompok pada kelompok ini berperan mendukung administratif yang harus dijalankan oleh kelompok, sekretaris kelompok yang masih relatif muda dapat menjadi kekuatan kelompok agar tidak lemah dalam administratif. Bendahara kelompok juga memegang peran penting dalam mengatur keuangan usaha, melakukan pencatatan terhadap pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan. Selain itu juga ada bagian pemasaran yang melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar, apabila harga sedang turun maka dilakukan penundaan penjualan agar tidak mengalami kerugian. Bagian pemasaran juga melakukan perencanaan analisis pasar untuk mendapatkan pasar yang tepat, melakukan identifikasi dan

membangun jaringan serta antisipasi terhadap penurunan permintaan.

#### **Aspek lingkungan dan sosial budaya**

Aspek yang kedua adalah aspek lingkungan. Adanya usaha penggemukan kambing oleh KUB Mondroguno ini memberikan pengaruh positif terhadap lingkungan. Tersedianya bahan untuk pupuk organik dan kompos dari kotoran kambing dapat memberikan multiplier efek pada masyarakat sekitar yang juga petani sayuran cabai. Desa Rowomarto merupakan sentra penghasil cabai di Nganjuk khususnya dan Jawa Timur pada umumnya. Dampak usaha pada masyarakat sekitar adalah dapat merekrut tenaga kerja dari masyarakat sekitar dan menjadi contoh sehingga masyarakat termotivasi untuk berwirausaha.

#### **Aspek yuridis (aspek hukum)**

Dalam menjalankan usahanya KUB Mondroguno telah memenuhi legalitas sebagai kelompok usaha yaitu dengan pengukuhan kelompok oleh Bupati Nganjuk pada tahun 2005, Selain itu juga telah mendapat pengukuhan dari Kemenkumham pada tahun 2016.

#### **Aspek Keuangan**

Analisis Aspek keuangan dilakukan untuk satu periode penggemukan (100 hari) sebagai berikut :

Tabel 1 . Skala Usaha

Harga bakalan	Rp 65.000/kg berat hidup
Berat awal	15 kg
Pertumbuhan berat	0,1 kg/hari/ekor
Angka kematian	5 %
Populasi	25 ekor

\*)1 tahun 3 kalipanen

Pada tabel 1 terlihat bahwa skala usaha peternakan kambing KUB Mondroguno adalah 25 ekor dengan masa pemeliharaan empat bulan sehingga dalam satu tahun panen tiga kali.

Tabel 2. Biaya-biaya

1. INVESTASI Kandang 25 ekor x 0.75m x 1m x Rp 150.000,-  Peralatan kandang 1 paket Total Investasi	:	Rp. 2.812.500,-  <u>Rp. 300.000,-</u> <b>Rp. 3.112.500,-</b>
2. BIAYA TETAP Penyusutan kandang dan peralatan Penyusutan Kandang x peralatan 5 tahun x 3 MP (3.112.500 : 15)  Gaji 100 hari x 25 ekor x Rp. 1500,-  Total Biaya Tetap	:	15 tahun Rp. 207.500,-  <u>Rp. 3.750.000,-</u> <b>Rp. 3.957.500,-</b>
3. BIAYA TIDAK TETAP Bakalan kambing 25 ekor x 15 kg x Rp 65.000,-  Pengadaan Konsentrat 25 ekor x 100 hari x 0,2 kgxRp.2.700 Obat-obatan 25 ekor x Rp. 15.000,-  Total Biaya Tidak tetap	:	Rp.24.375.000,-  Rp. 1.350.000,- <u>Rp. 375.000,-</u> <b>Rp. 26.100.000,-</b>

Pada tabel 2 terlihat bahwa dari investasi sebesar Rp. 3.112.500 dapat ditetapkan biaya penyusutan sebesar Rp. 207.500 , ditambahkan dengan biaya gaji Rp 3.750.000,- maka diperoleh total biaya tetap

Rp.3.957.500,- . Untuk Biaya tidak tetap berupa bakalan, konsentrat dan obat-obatan seluruhnya berjumlah Rp. 26.100.00,-

Tabel 3. Pendapatan

Penjualan kambing 25 ekor x 15 kg berat awal	=	375 kg
ADG 0,1 kg x 25 kg ekor x 100 hari	=	250 kg
Berat akhir	=	625 kg
Perhitungan 625 kg x Rp. 65.000,-		<b>Rp. 40.812.500,-</b>
Keuntungan per periode Rp. 40.812.500 - (Rp. 26.100.000- Rp. 3.957.500,	=	<b>Rp. 10.755.000,-</b>

Pada tabel 3 terlihat bahwa Pendapatan sebesar Rp 40.812.500, sehingga keuntungan yang diperoleh yaitu pendapatan dikurangi biaya, sebesar Rp 10.755.000,-.

#### Menghitung BEP

##### BEP Unit

BEP unit adalah titik dimana usaha mengalami impas atau tidak untung dan tidak rugi. BEP unit dari usaha penggemukan kambing KUB Mondroguno sebagai berikut:

$$\frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Unit}} = \frac{\text{Rp. 3.957.500}}{25} = \text{Rp. 158.300,-}$$

$$\frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Unit}} = \frac{\text{Rp. 26.100.000}}{25} = \text{Rp. 1.044.000,-}$$

Untuk mencari BEP Unit:  
BEP Unit =  $\frac{\text{Rp. 3.957.500,-}}{\text{Rp. 1.625.000-Rp. 1.044.000}}$  = **7 unit**

Jadi KUB harus menjual 7 unit kambing agar mencapai BEP Unit.

Kemudian BEP rupiah :

$$\text{BEP Rupiah} = \frac{\text{Rp. 3.957.500}}{1 - \frac{26.100.000}{46.812.500}} = \text{Rp. 6.281.745,-}$$

Jadi agar mencapai BEP KUB harus mendapatkan omset sebesar **Rp. 6.281.745,-**.

### Menghitung R/C Rasio

Perhitungan yang kedua adalah R/C rasio sebagai berikut:

**R/C rasio**, yaitu nilai yang memperlihatkan hasil perbandingan penerimaan usaha dan total biaya.

$$\text{R/C ratio} = \frac{\text{Rp. 40.625.000,-}}{\text{Rp. 30.057.000,-}} = 1,351$$

Dari penjelasan sebelumnya maka usaha dikatakan layak jika  $R/C > 1$ .

Dari perhitungan tersebut usaha dengan  $R/C = 1,351$  layak untuk dilakukan.

### Aspek Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan antara lain: *Personal Selling*, media sosial, dan poster dengan memperhatikan bauran pemasaran 4P. *Product, Price, Place & Promotion* merupakan Bauran Pemasaran yang biasa digunakan oleh pemasar. Penjelasan bauran pemasaran yang pertama *Place* bahwa usaha ini memiliki tempat yang strategis tidak terlalu jauh dari pemukiman tetapi juga tidak mengganggu pemukiman dalam pelaksanaan budidayanya. Bauran pemasaran Produk dengan penjelasan bahwa produk yang dihasilkan adalah kambing sehat yang dipelihara dan diberi pakan yang sehat berupa hijauan dan konsentrat. Sedangkan bauran pemasaran *price* pada usaha ini dapat dijelaskan bahwa harga yang digunakan adalah harga pasar sehingga dapat mendapatkan keuntungan dan menutup biaya pemeliharaan. Produk utama yang dihasilkan adalah kambing jantan berat 25-30 kg dengan kisaran harga Rp. 2.000.000 - Rp. 2.500.000 sesuai dengan kondisi karena pada musim tertentu harga

kambing akan mengalami kenaikan seperti pada saat hari raya Idul Adha. Selain itu usaha ini juga menerapkan bauran pemasaran *Promotion*, dalam strategi promosi, pemasar melaksanakan kegiatan memperkenalkan produk yang hendak ditawarkan kepada konsumen. Oleh karena itu KUB Mondroguno dengan gencar melakukan promosi melalui media sosial dan poster.

Mereka juga memetakan sasaran menjadi dua sebagai berikut:

1. Konsumen dari usaha atau bisnis lain yaitu rumah makan, warung sate, usaha catering, instansi yang membutuhkan;
2. Konsumen akhir yaitu rumah tangga yang membutuhkan untuk acara-acara aqiqoh, kurban, dan acara tasyakuran.

### Prospek Pengembangan Usaha

Berdasarkan analisis aspek-aspek tersebut maka dapat dipetakan prospek pengembangan usaha ternak kambing KUB Mondroguno. Cara pengembangan usaha kambing yang prospektif dimasa



depan adalah perbanyakkan bibit (Maesya & Rusdiana, 2018). Dengan melakukan penambahan dan peningkatan kapasitas usaha secara bertahap akan diperoleh keuntungan yang lebih besar sehingga meningkatkan kesejahteraan kelompok. Dari analisis aspek teknis masih dapat dikembangkan dari budidaya penggemukan menjadi penggemukan dan pembibitan. Hal ini dapat dilakukan karena Secara nasional usaha temakkambing

domba telah banyak dilaksanakan oleh peternak kecil (Wibowo dkk., 2016). Hal kedua yang dapat dilakukan adalah dengan pengembangan bioteknologi pakan dan reproduksi. Rencana pengembangan yang ditawarkan secara bertahap disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.  
 Rencana Pengembangan Usaha Ternak

Tahapan	Kegiatan
Tahun Pertama	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian Bibit</li> <li>2. Pembelian bakalan @ 18 ekor per bulan</li> <li>3. Rehabilitasi kandang</li> <li>4. Pembibitan Kambing hingga menghasilkan anakan yang akan dijadikan bibit dan bakalan.</li> <li>5. Penggemukan bakalan</li> <li>6. Penyuluhan tata laksana peternakan kambing</li> </ol>
Tahun kedua	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penambahan / perluasan</li> <li>2. Pembibitan kambing hingga menghasilkan anakan yang akan dijadikan bibit dan bakalan</li> <li>3. Pembelian bakalan @26 ekor per bulan</li> <li>4. Penggemukan bakalan hasil dari pembelian dan anakan</li> <li>5. Upaya peningkatan kualitas anakan</li> </ol>
Tahun ketiga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian kambing hingga menghasilkan anakan yang akan dijadikan bibit dan bakalan</li> <li>2. Pembelian bakalan @75 ekor per bulan</li> <li>3. Penggemukan bakalan hasil dari pembelian dan anakan</li> </ol>

Rencana tersebut harus didukung oleh aspek-aspek lain seperti penugasaan teknologi pakan, pengelolaan manajemen keuangan serta kedisiplinan pengelolaan kelompok. Selanjutnya dapat mulai melakukan identifikasi kerjasama dengan pihak lain terkait baik instansi pemerintah maupun dunia usaha dan industri dapat berupa perguruan tinggi ataupun industri peternakan kambing yang lebih besar dan lebih dahulu beroperasi. Berbagai pola kemitraan dapat diidentifikasi untuk

meningkatkan skala usaha ternak kambing yang dilakukan. Selain untuk pengembangan, kemitraan ini dapat dilakukan untuk menjamin kelangsungan hidup usaha serta kontinuitas pasokan serta daya serap pasar terhadap produk yang dihasilkan

Dalam aspek pemasaran pasar kambing ini masih terbuka luas untuk pasar domestik, kebutuhan akan daging didukung oleh trend kuliner dari bahan daging kambing terus berkembang. Untuk

usaha kambing sudah tepat dengan memilih intervensi pasar kepada konsumen akhir sebagai sasarannya (Suharno, 2020). Berbagai media promosi baik konvensional maupun promosi online menggunakan media sosial dapat dilakukan oleh KUB Mondroguno. Selain bergerak pada budidaya, usaha peternakan sebenarnya dapat dikembangkan dengan edukasi melalui pengalaman yang diperoleh dapat berbagi informasi melalui media sosial, sehingga manfaat yang diberikan lebih banyak lagi. Cara tersebut dapat menjadi efek domino terhadap kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan dan pada akhirnya menjadikan usaha lebih dikenal serta pemasarannya dapat diperluas.

Prospek pengembangan pasar dari usaha ternak kambing adalah dengan menghasilkan produk dengan kualitas tertentu misalkan daging kambing tanpa aroma, sebagai mana diketahui bahwa konsumsi kambing kurang diminati karena aromanya. Pasar yang khusus ini membuka peluang bagi penyediaan protein hewani, khususnya di era informasi 4.0 ini dimana pemasaran dapat dilakukan secara lebih inovatif dan kreatif (Math Asnavy, Mohd Harisudin, 2017).

Selain itu berdasarkan observasi dan wawancara saat pertemuan dan kunjungan ke kelompok dapat diperoleh informasi bahwa usaha ternak kambing telah disinergikan dengan peluang pada usaha lain. Untuk mengoptimalkan penggunaan lahan kelompok usaha telah melakukan usaha penjualan pakan ternak. Lokasi yang mendukung yaitu pinggir jalan utama sangat membuka peluang berkembangnya usaha penjualan pakan ternak ini. Sumber daya anggota kelompok sangat dimanfaatkan oleh kelompok usaha dengan memfasilitasi penjualan bahan bakar untuk diesel pada usaha pertanian di desa tersebut. Dari hasil penjualan bahan bakar tersebut dapat menopang dan menutup operasional harian kelompok usaha. Peluang lainnya adalah akan mengembangkan penjualan gedebog pisang yang saat ini sedang naik daun. Walaupun tidak berkaitan langsung dengan visi utama usaha namun peluang ini bisa menambah pendapatan kelompok

yang kedepannya bisa semakin meningkatkan kesejahteraan kelompok usaha.

### **Kesimpulan**

Usaha peternakan kambing KUB Mondroguno layak untuk dilaksanakan. Berdasarkan analisis kelayakan aspek teknis, usaha telah memiliki keterampilan pemeliharaan kambing yang baik yaitu dengan pemberian pakan, penjagaan kesehatan, dan kebersihan kandang serta hewan ternak. Aspek sumber daya manusia yang menjadi pengelola usaha juga sudah cukup memadai untuk menjalankan usaha skala mikro ini. Secara lingkungan dan sosial budaya, usaha ini dapat memberikan contoh praktek wirausaha kepada masyarakat sekitar, kotoran kambing dapat dijadikan pupuk organik dan kompos bagi pertanian disekitarnya. Keberhasilan usaha karena didukung aspek yuridis dan hukum yang sudah dipenuhi oleh usaha KUB Mondroguno. Berdasarkan perhitungan R/C dikatakan layak dengan  $R/C = 1,351$  diatas kriteria yaitu  $>1$ . Untuk aspek pemasaran usaha KUB Mondroguno telah melakukan analisis pasar dengan memetakan sesuai bauran pemasaran 4P serta membagi pasar menjadi dua kategori yaitu usaha atau bisnis lain serta konsumen akhir atau rumah tangga. Dengan melakukan analisis terhadap lima aspek tersebut maka dapat dikatakan bahwa Usaha penggemukan kambing yang dilakukan KUB Mondroguno layak untuk dilakukan.

Prospek pengembangan usaha ternak kambing dapat dilakukan dengan perluasan usaha pada pembibitan, penerapan teknologi pakan, kerjasama dengan instansi terkait dan dunia dan dunia industri, serta peningkatan kemampuan pengelolaan usaha baik sisi teknis maupun manajemen usaha. Berdasarkan hasil penelitian juga dapat diberikan saran bahwa usaha tersebut dapat menjadi contoh penerapan wirausaha pada umumnya serta usaha ternak kambing pada khususnya. Usaha yang sejenis dapat diterapkan pada lokasi lain sehingga dapat mendorong tumbuhnya wirausahawan bidang

peternakan serta dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

### Referensi

- Arta, I. ketut G., Suda, I. K., & Sanjaya, I. B. (2014). Modernisasi Pertanian: Perubahan Sosial, Budaya, dan Agama. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Dwiastuti, R. (2017). *Dwiastuti, R. (2017). Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian: Dilengkapi Pengenalan Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi Kuantitatif-kualitatif. Universitas Brawijaya Press.*
- Hety, H. H. dan D. N. (2021). *Analisis Break Even Point (BEP) sebagai Dasar Pengambilan Keputusan dalam Pemilihan Tungku pada UKM Keripik Tempe. 21(2014), 58–64.*
- Kothari, C. . (2004). *Research Methodology*. New Age International Publiser.
- Maesya, A., & Rusdiana, S. (2018). Prospek Pengembangan Usaha Ternak Kambing dan Memacu Peningkatan Ekonomi Peternak. *Agriekonomika, 7(2), 135.* <https://doi.org/10.21107/agriekonomik.a.v7i2.4459>
- Math Asnavy , Mohd Harisudin, N. S. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Kambing Etawa Farm Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Math Asnavy, Mohd Harisudin, Nuning Setyowati. 5(2), 1–11.*
- Pinardi, D., Gunarto, A., & Santoso, S. (2019). Perencanaan Lanskap Kawasan Penerapan Inovasi Teknologi Peternakan Prumpung Berbasis Ramah Lingkungan. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu, 7(2), 251.* <https://doi.org/10.23960/jipt.v7i2.p251-262>
- Prasetyo, A. J., A.K, N. O., & Setyowati, S. (2017). Analisis Break Even Point Usaha Penggemukan Kambing Milik Bapak Sulton Desa Sidorejo Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar. *AVES: Jurnal Ilmu Peternakan, 11(1), 5.* <https://doi.org/10.35457/aves.v11i1.320>
- Purnamasari, D., & Hendrawan, B. (2013). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam Dewi. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 3(1), 83–87.*
- Rosalina, D. (2015). Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Ikan Lele di Kolam Terpal di Desa Namang Kabupaten Bangka Tengah. *Maspari Journal, 6(1), 79–88.* <https://core.ac.uk/download/pdf/267822022.pdf>
- Santosa, S. I., Setiadi, A., & Wulandari, R. (2013). Analisis Potensi Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Perah Dengan Menggunakan Paradigma Agribisnis Di Kecamatan Musuk Kabupaten Boyolali. *Buletin Peternakan, 37(2), 125.* <https://doi.org/10.21059/buletinpeternak.v37i2.2431>
- Suharno, B. (2020). Prospek Peternakan Di Era Normal Baru Pasca Pandemi Covid-19 (Sudut Pandang Media). In *Prosiding Seminar Teknologi dan Agribisnis Peternakan.* <http://jnp.fapet.unsoed.ac.id/index.php/psv/article/view/467>
- Youjell, Y., Pt, D. I., & Muda, I. (2020). *Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Yoghurt " Youjell " Di Pt . Insan Muda.*

# jurnal

---

## ORIGINALITY REPORT

---

**21** %  
SIMILARITY INDEX

**18** %  
INTERNET SOURCES

**7** %  
PUBLICATIONS

**4** %  
STUDENT PAPERS

---

## MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

7%

★ [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

Internet Source

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On