

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Permintaan pasar akan produk peternakan semakin meningkat seiring kemajuan teknologi dan peningkatan pendapatan serta pendidikan masyarakat. Kesadaran masyarakat tentang gizi yang berasal dari protein hewani semakin meningkat sehingga menuntut para peternak untuk meningkatkan produksinya. Pengembangan peternakan sangat penting untuk mendukung terpenuhinya permintaan produk peternakan yang mengandung protein hewani. Salah satu usaha peternakan untuk memenuhi kebutuhan pasar akan protein hewani adalah peternakan ayam petelur.

Peternakan pada umumnya telah memiliki kemajuan. Hal ini dapat dilihat dengan adanya pembangunan peternakan dengan tanggung jawab bersama antara pemerintah, masyarakat dan swasta. Pemerintah menyelenggarakan pengaturan, pembinaan, pengendalian dan pengawasan terhadap ketersediaan produk peternakan yang cukup, baik jumlah maupun mutuhnya, aman, bergizi, beragam dan merata. Sedang swasta dan masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan seluas-luasnya dalam mewujudkan kecukupan produk peternakan, dapat berupa melaksanakan produksi, perdagangan dan distribusi produk ternak. Telur sebagai salah satu produk ternak unggas memiliki protein yang sangat berperan dalam tubuh manusia karena protein berfungsi sebagai zat pembangun yaitu bahan pembentuk jaringan baru di dalam tubuh, zat pengatur yaitu mengatur sebagai sistem di dalam tubuh, dan sebagai bahan bakar, protein akan di bakar ketika kebutuhan energy tubuh tidak dapat dipenuhi oleh hidrat arang dan lemak.

Ayam petelur merupakan salah satu ternak yang sangat banyak dipelihara oleh banyak peternak. Prospek usaha peternakan ayam petelur di Indonesia dinilai sangat baik, jika ditinjau dari banyak sisi penawaran dan permintaan. Di sisi penawaran, kapasitas produksi peternakan ayam petelur di Indonesia masih belum mencapai kapasitas produksi yang sesungguhnya. Permintaan saat ini produksi telur ayam ras baru mencukupi kebutuhan pasar

dalam negeri sebesar 65%. Sisanya dipenuhi dari ayam kampung, itik dan puyuh. Iklim perdagangan global yang mulai terasa saat ini, semakin memungkinkan produksi ayam petelur di Indonesia untuk dipasarkan ke luar negeri. Meskipun potensi usaha budidaya ayam petelur sangatlah menarik, namun sejumlah tantangan bisa jadi penghambat usaha yang bisa mengubah potensi keuntungan menjadi kerugian (Rustan, 2002).

Permintaan akan telur sangat erat kaitannya dengan harga karena dengan adanya harga yang sesuai maka masyarakat dapat menjangkau sesuai dengan pendapatan mereka. Meningkatkan pendapatan sangat berpengaruh terhadap permintaan telur. Apabila pendapatan berubah maka jumlah permintaan akan telur pun akan berubah sehingga dapat mempengaruhi kegiatan produksi dan perdagangan telur. Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula (Rustan, 2002).

Secara garis besar, budidaya ternak ayam petelur adalah pemeliharaan ayam yang memang bertujuan untuk menghasilkan telur. Seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan telur itu sendiri membuat bisnis satu ini akan sangat menjanjikan bagi siapapun yang menjalankannya. Budidaya ternak ayam petelur berisikan ayam-ayam betina dewasa yang dapat menghasilkan telur dalam jumlah besar, kemudian telur-telur tersebut dijual di pasaran. Data menunjukkan bahwa produksi telur pada tahun 2017 mencapai 455.810.537 kg, pada tahun 2018 mencapai 477.703.548 kg, dan pada tahun 2019 mencapai 346.499.697 kg (Disnak Jatim, 2019).

Industri perunggasan memiliki nilai strategis khususnya dalam penyediaan protein hewani untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri, disamping peranannya dalam memanfaatkan peluang kesempatan kerja. Salah satu industri perunggasan yang memiliki peran penting dalam penyediaan protein hewani masyarakat adalah peternakan ayam ras petelur yang menghasilkan produk telur konsumsi. Salah satu peternakan yang dikembangkan untuk menunjang protein hewani adalah peternakan ayam ras petelur. Populasi dan produksi ayam ras petelur Provinsi Jawa Timur terus

mengalami peningkatan, pada tahun 2017 sampai tahun 2018 populasi ayam petelur meningkat dari 46.900.576 ekor menjadi 49.509.791 ekor dan produksi telur ayam ras sebesar 455.810.537 kg menjadi 477.703.545 kg. Sehingga usaha pemeliharaan ayam ras petelur memiliki prospek yang baik pada dunia peternakan khususnya untuk mencukupi kebutuhan telur di Jawa Timur (Badan Statistik Indonesia, 2019).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2019) menyatakan Kabupaten Banyuwangi adalah kabupaten yang terletak di ujung paling timur pulau Jawa dengan ibu kota yaitu Kota Banyuwangi. Banyuwangi merupakan kabupaten terluas di Jawa Timur sekaligus menjadi yang terluas di Pulau Jawa, dengan luas wilayahnya yang mencapai 5.782,50 km<sup>2</sup>. Total penduduk Kabupaten Banyuwangi sebanyak 1.745.675 jiwa. Populasi ayam ras petelur di kabupaten Banyuwangi terus mengalami peningkatan, pada tahun 2017 sampai tahun 2018 populasi ayam petelur meningkat dari 951.550 ekor menjadi 1.005.185 ekor. Peningkatan populasi menandakan bahwa usaha peternakan ayam ras petelur di Kabupaten Banyuwangi bertambah luas.

Peternakan ayam petelur CV. Waybe Farm merupakan produsen telur yang berada di Kabupaten Banyuwangi. Sebagai produsen penyedia telur ayam ras, kedua peternakan tersebut memiliki saluran pemasaran yang efisien guna menghasilkan laba yang sesuai dengan yang diharapkan. Proses pemasaran membutuhkan biaya pemasaran semakin tinggi sejalan dengan semakin panjangnya saluran pemasaran sehingga mempengaruhi jumlah keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran. Biaya pemasaran dapat diukur menggunakan margin pemasaran. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen (Pabbo, 2016). Disamping itu, analisis kelayakan juga memiliki pengaruh yang besar dalam memaksimalkan usaha telur ayam ras tersebut. Analisis kelayakan adalah pembelajaran yang dilakukan untuk menilai suatu usaha layak atau tidak layak untuk dijalankan. Besaran margin pemasaran tergantung pada perubahan biaya pemasaran, keuntungan pedagang perantara, harga konsumen akhir, harga yang diterima produsen, serta kelayakan usaha.

Dari hal diatas maka dibutuhkan analisis distribusi dan margin pemasaran di dua peternakan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa macam pola saluran pemasaran telur ayam ras di kedua produsen tersebut. Untuk menganalisis perbedaan margin pemasaran antar saluran pemasaran dan untuk mengetahui saluran pemasaran telur ayam ras yang mempunyai efisiensi paling tinggi serta mencari strategi pengembangan peternakan ayam ras petelur di Kabupaten Banyuwangi. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian di CV. Waybe Farm.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dirumuskan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Apakah faktor-faktor produksi mempengaruhi pendapatan peternak ayam ras petelur di Waybe Farm ?
2. Berapa besar total pendapatan yang di peroleh oleh peternakan petelur CV. Waybe Farm di Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis besar biaya produksi yang dikeluarkan oleh peternakan ayam petelur CV. Waybe Farm
2. Untuk menganalisis total persentase keuntungan yang di peroleh oleh peternakan ayam petelur CV. Waybe Farm di Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi.

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Mengembangkan peternakan ayam petelur yang ada di Kabupaten Banyuwangi.
2. Sebagai sarana informasi bagi masyarakat di Kabupaten Banyuwangi yang ingin mengembangkan usaha ternak ayam petelur.
3. Sebagai informasi kepada masyarakat tentang peluang usaha khususnya beternak ayam petelur.