

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu bidang usaha sektor pertanian yang memiliki peran sebagai penyedia kebutuhan pangan. Bahan pangan asal peternakan berupa daging, susu, telur, yang berguna untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Salah satu ternak yang dapat dijadikan usaha dalam bidang peternakan yaitu ayam ras petelur. Usaha ayam petelur ini merupakan sebuah upaya yang digunakan untuk meningkatkan nilai manfaat ternak khususnya produk telur sebagai produk utama, dan daging sebagai produk akhir setelah ayam mengalami penurunan produksi atau disebut sebagai ayam afkir. Menurut Dirjen Peternakan dan Kesehatan Hewan, (2021) populasi ayam petelur di Indonesia pada tahun 2019 sebanyak 263.918.004 ekor, dan meningkat ditahun selanjutnya sebanyak 345.181.214 ekor, dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2021 sebanyak 368.191.874 ekor.

Berdasarkan data tersebut populasi ayam petelur di Indonesia tiap tahunnya mengalami peningkatan, sehingga secara tidak langsung akan menyebabkan peningkatan pula terhadap jumlah ayam petelur afkir di Indonesia, hal ini dapat dijadikan alternatif untuk memenuhi kebutuhan protein hewani berupa daging dari ayam ras petelur. Ayam petelur akan mengalami masa afkir ketika umur berada diatas 90 minggu, hal ini akan ditandai dengan penurunan produksi telur, dan apabila tidak dilakukan penanganan (panen afkir) akan menyebabkan peningkatan biaya produksi namun tidak seimbang dengan telur yang dihasilkan, sehingga menyebabkan kerugian peternak. Oleh sebab itu peternak harus memahami kapan ayam memproduksi dan kapan ayam harus diafkir, sehingga peternak dapat melakukan persiapan untuk memasarkan ayam ketika memasuki masa afkir.

Ayam petelur afkir tersebut harus melalui beberapa proses pengelolaan agar bisa sampai ke tangan konsumen dalam kualitas yang baik. Peternak yang

merupakan pelaku utama dalam usaha ini didorong untuk lebih memahami wawasan agribisnis yang dapat mengoptimalkan usahanya sebagai sumber penghasilan.

Pemasaran ayam petelur afkir dari produsen ke konsumen pastinya melewati lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran yang berperan dalam rantai pemasaran adalah produsen, pedagang besar, pedagang pengumpul, pengecer dan pedagang luar daerah (Rizal, 2018). Komponen-komponen tersebut saling berhubungan dalam sebuah saluran pemasaran dan mempunyai cara dan sistem biaya pemasaran yang berbeda-beda sehingga hal tersebut yang berpengaruh terhadap perbedaan harga jual ayam petelur afkir.

Dalam usaha peternakan ayam petelur, harga ayam petelur afkir yang diterima oleh produsen mengalami penurunan dan harga yang diterima oleh konsumen mengalami kenaikan menyebabkan peternak mengalami kesulitan dalam memasarkan ayam petelur afkir. Pola distribusi ayam petelur afkir perlu diidentifikasi agar mengetahui margin pemasaran. Margin pemasaran dihitung untuk mengetahui perbedaan harga antara harga yang diterima produsen dengan harga yang diterima oleh konsumen. Adapun yang mempengaruhi margin pemasaran adalah fluktuasi harga dan resiko kerusakan. Perubahan penawaran dan permintaan membuat harga barang mengalami penurunan hingga peningkatan yang berfluktuasi (Purwanto dkk. 2020).

Peternak ayam ras petelur di Kabupaten Jember memiliki rata-rata populasi ayam ras petelur sebanyak 10.000 ekor. Pemasaran yang efektif dan efisien diperlukan untuk persaingan antar peternak dalam memasarkan ayam petelur afkir. Hal ini diperlukan karena semakin menunda masa afkir ayam akan mengakibatkan pembengkakan dalam biaya produksi dan menurunnya produktifitas ayam petelur. alat ukur pemasaran bisa dikatakan efektif dan efisien bisa dilihat dari alat ukur marketing margin yakni strategi, jalur pemasaran. Berdasarkan uraian diatas perlu dilakukan penelitian mengenai pemasaran ayam petelur afkir, yang bertujuan untuk memberikan referensi terhadap peternak di Kabupaten Jember untuk mengoptimalkan proses pemasaran ayam petelur afkir.

1.2. Rumusan Masalah

1. Berapa dan bagaimana saluran pemasaran ayam petelur afkir di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran dan *farmer share* ayam petelur afkir di Kabupaten Jember?

1.3. Tujuan

1. Mengetahui dan mengidentifikasi jumlah saluran pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran ayam petelur afkir di Kabupaten Jember.
2. Menganalisis efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran dan *farmer share* pada ayam petelur afkir di Kabupaten Jember.

1.4. Manfaat

Manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini adalah sebagai sumber wawasan dan pengalaman bagi mahasiswa mengenai pemasaran ayam petelur afkir di Kabupaten Jember serta sebagai bahan pertimbangan peternak untuk mengambil keputusan mengenai pemasaran ayam petelur afkir.