

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri peternakan di Indonesia saat ini berkembang begitu pesat. Hal ini dikarenakan kebutuhan daging dan telur dimasyarakat semakin meningkat. Kondisi tersebut menuntut perusahaan dibidang perunggasan untuk tetap menghasilkan daging dan telur dengan kualitas serta kuantitas yang tinggi. Telur puyuh merupakan salah satu komoditas ternak yang menunjukkan adanya peningkatan produksi. Hal ini dapat dilihat dari kenaikan produksi yang signifikan dari 8.2% di tahun 2011 menjadi 20.6% di tahun 2015 (Direktorat Jendral Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2015). Tercatat di tahun 2015 jumlah produksi telur puyuh di Provinsi Jawa Timur mencapai 3,390,938 Kg (Dinas Peternakan Jawa Timur, 2017). Pesatnya perkembangan produksi telur puyuh ini dapat menjadi peluang usaha yang kompetitif bagi pelaku usaha.

Salah satu faktor keberhasilan usaha budidaya telur puyuh juga dipengaruhi oleh harga. Harga merupakan salah satu bagian penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri atas produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*). Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang memberikan pendapatan dan berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya. Hal itu menyebabkan penetapan harga jual mempengaruhi pendapatan total dan biaya total. Horngren, dkk. (2008) mengatakan bahwa penerapan biaya produk dengan menggunakan sistem tradisional untuk menentukan harga pokok produk masih banyak digunakan oleh perusahaan. Metode ini tidak sesuai dengan jenis produk yang bervariasi, sehingga tidak memberikan informasi biaya yang akurat. Hal ini yang mengakibatkan berbagai macam masalah karena produk yang dihasilkan tidak sebenarnya menggambarkan biaya yang sesungguhnya terjadi dalam proses produksi yang berakibat pada munculnya harga pokok produksi pada produk, yaitu biaya yang terlalu rendah dan biaya yang terlalu tinggi.

Pada tingkat harga tertentu, penetapan harga jual telur puyuh yang terlalu tinggi menyebabkan penjualan akan menurun sedangkan jika harga jual telur puyuh terlalu rendah, maka menyebabkan keuntungan peternak akan menurun. Hal ini yang menyebabkan metode penetapan harga jual telur puyuh penting untuk dapat memaksimalkan laba dan mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan serta meraih pangsa pasar yang besar dan mengatasi persaingan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dirumuskan masalah:

- a. Bagaimana perhitungan harga pokok penjualan telur puyuh oleh peternak di Kabupaten Jember?
- b. Apa saja metode yang dipakai oleh peternak dalam menetapkan harga pokok penjualan telur puyuh di Kabupaten Jember?
- c. Bagaimana pengaruh metode penetapan harga pokok penjualan telur puyuh terhadap harga jual telur puyuh?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui perhitungan harga pokok penjualan telur puyuh oleh peternak di Kabupaten Jember.
- b. Mengetahui metode-metode yang dipakai oleh peternak dalam menetapkan harga pokok penjualan telur puyuh di Kabupaten Jember.
- c. Mengetahui pengaruh metode penetapan harga pokok penjualan telur puyuh terhadap harga jual telur puyuh.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai sumber pengetahuan bagi peneliti dan salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir D IV Manajemen Bisnis Unggas.
- b. Sebagai sumber informasi bagi masyarakat khususnya peternak dan calon peternak puyuh petelur dalam menetapkan harga pokok penjualan telur puyuh.
- c. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian berikutnya.