

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor peternakan rakyat di Indonesia menjadi salah satu sektor strategis karena kontribusinya yang besar dalam memenuhi kebutuhan protein hewani, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat perekonomian pedesaan (Widiati & Kusumastuti, 2017). Di antara berbagai subsektor peternakan yang ada, usaha penggemukan dan penjualan kambing memiliki pangsa pasar yang terus tumbuh dan relatif stabil dari tahun ke tahun (Posumah et al., 2021). Momen Hari Raya Idul Adha menjadi salah satu titik paling strategis dalam siklus penjualan kambing, karena permintaan kambing sebagai hewan kurban mencapai puncaknya pada periode tersebut. Kondisi ini menciptakan peluang ekonomi yang menjanjikan, baik bagi peternak maupun pelaku usaha pemasaran hewan kurban, termasuk usaha Kerabat Ternak Tuban.

Kerabat Ternak Tuban adalah usaha peternakan yang berfokus pada penggemukan dan penjualan kambing kurban beserta produk peternakan lainnya. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha ini memperlihatkan potensi pertumbuhan yang cukup baik, sejalan dengan meningkatnya minat masyarakat untuk membeli hewan kurban yang sehat, berkualitas, dan sesuai ketentuan syariat. Perkembangan teknologi digital dan media sosial turut membuka peluang baru bagi usaha peternakan untuk memperluas segmentasi pasar, membangun kepercayaan konsumen, serta memperkuat citra usaha melalui keterbukaan dalam pengelolaan ternak (Ramadhani et al., 2025). Momen Idul Adha memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan pendapatan usaha peternakan, khususnya bagi usaha yang secara khusus menangani penjualan hewan kurban. Permintaan kambing kurban umumnya melonjak tajam pada bulan Dzulhijjah, sehingga dibutuhkan manajemen produksi, perencanaan stok, dan strategi pemasaran yang tepat. Persaingan antarpengjual juga semakin ketat seiring bertambahnya pelaku usaha baru yang turut memanfaatkan peluang tersebut. Karena itu, analisis usaha

yang menyeluruh menjadi penting untuk mengukur tingkat keberhasilan usaha (Kusumastuti et al., 2018).

Selain faktor permintaan musiman, perubahan pola perilaku konsumen turut memengaruhi dinamika pasar kambing kurban (Sudirman S et al., 2025). Masyarakat saat ini tidak lagi hanya mencari kambing yang memenuhi syarat fisik dan syariat, tetapi juga mempertimbangkan kesehatan ternak, sistem pemeliharaan, dan kejelasan harga. Sebagian konsumen bahkan mulai memanfaatkan platform digital, baik untuk memesan maupun memantau kondisi ternak sebelum membeli. Kondisi ini menuntut pelaku usaha seperti Kerabat Ternak Tuban untuk terus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman melalui peningkatan kualitas pelayanan, inovasi pemasaran, dan penguatan manajemen operasional.

Secara ekonomi, usaha penjualan kambing kurban memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap pendapatan masyarakat pedesaan (Hamid, 2024). Peternak tidak hanya mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan, tetapi juga memperoleh peluang untuk mengembangkan usaha melalui kemitraan, akses permodalan, dan pelatihan manajemen ternak yang lebih baik. Sebagai pelaku usaha lokal, Kerabat Ternak Tuban berpotensi menjadi pusat pemberdayaan bagi peternak di sekitarnya melalui skema kemitraan atau pembelian ternak dari peternak kecil. Dengan demikian, keberadaan usaha ini tidak hanya menguntungkan pemiliknya, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat sekitar.

Meskipun demikian, sektor peternakan kambing juga tidak lepas dari berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga pakan, penyakit ternak, ketidakpastian cuaca, serta ketergantungan pada momentum musiman tertentu (Mujahid et al., 2024). Kenaikan biaya operasional dapat menggerus margin keuntungan apabila tidak dikelola secara tepat. Persaingan harga antarpengjual pada musim kurban juga sering memaksa pelaku usaha menetapkan strategi harga yang cermat agar tetap mampu bersaing tanpa mengurangi kualitas hewan yang dijual. Oleh sebab itu, analisis mendalam terhadap struktur biaya, potensi pendapatan, dan strategi

pemasaran menjadi hal yang penting untuk meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan usaha.

Kerabat Ternak Tuban juga dituntut untuk memahami perubahan regulasi di bidang peternakan, seperti standar kesehatan hewan, ketentuan karantina, dan aturan transportasi ternak. Faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi kelancaran operasional usaha, terutama saat permintaan melonjak drastis menjelang Idul Adha. Penerapan standar kesehatan dan kebersihan ternak bukan sekadar pemenuhan regulasi, melainkan juga menjadi nilai tambah dalam membangun kepercayaan masyarakat. Konsumen yang merasa yakin terhadap kualitas ternak cenderung menjadi pelanggan setia sekaligus merekomendasikannya kepada orang lain.

1.2 Rumusan Masalah

1. 1. Bagaimana struktur dan komponen biaya produksi serta keuntungan usaha penjualan kambing qurban di Kandang Kerabat Ternak Tuban?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur dan komponen biaya produksi serta keuntungan usaha penjualan kambing qurban di Kandang Kerabat Ternak Tuban.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat umum:

1. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai analisis usaha penjualan kambing qurban, khususnya terkait biaya produksi, pendapatan, dan keuntungan usaha.
2. Menjadi bahan rujukan bagi pihak-pihak yang ingin mengembangkan usaha peternakan kambing qurban.
3. Memberikan gambaran mengenai kelayakan finansial usaha kambing qurban sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha.

4. Memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang peternakan dan agribisnis, khususnya pada usaha kambing qurban.

Manfaat khusus:

1. Bagi pemilik usaha Kandang Kerabat Ternak Tuban, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan untuk meningkatkan efisiensi biaya serta keuntungan usaha penjualan kambing qurban.
2. Bagi peternak kambing qurban lainnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan bahan perbandingan dalam mengelola usaha kambing qurban secara lebih efektif dan menguntungkan.
3. Bagi peneliti dan akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi serta rujukan ilmiah bagi penelitian selanjutnya di bidang agribisnis dan peternakan.
4. Bagi instansi atau pihak terkait lainnya, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pengembangan usaha peternakan rakyat.

