

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha ternak merupakan salah satu usaha subsektor pertanian yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Selain berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, usaha ini juga berperan dalam mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Dengan adanya usaha ternak dapat menambah pendapatan, sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat menjadi meningkat. Tujuan dari adanya usaha peternakan adalah untuk mencukupi kebutuhan protein-hewani masyarakat, membentuk dan mengembangkan industri perdagangan yang berasal dari ternak, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat khususnya masyarakat petani-peternak, memenuhi kebutuhan pekerja pembantu untuk usaha pertanian dan pengangkutan serta meningkatkan nilai guna tanah (Undang-undang No. 6 Tahun 1967 pasal 8).

Komoditas unggas di negara Indonesia mempunyai prospek pasar yang sangat baik karena produk tersebut merupakan salah satu kebutuhan masyarakat. Komoditas ini merupakan penyedia kebutuhan protein hewani. Harga yang relatif murah serta mudah diperoleh merupakan faktor komoditas unggas banyak diminati oleh masyarakat. Jumlah konsumsi yang rendah dan tidak diimbangi dengan banyaknya jumlah penduduk menjadikan usaha unggas memiliki peluang yang tinggi. Selain itu, banyak investor yang berminat dengan bisnis pada komoditas perunggasan serta

penggunaan bibit unggul impor yaitu *Great Grand Parents Stock*. Namun ada beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis, yaitu iklim Indonesia yang lembab dan panas serta adanya persaingan dengan produk luar negeri (Rustanto, 2016).

Produksi telur di Indonesia selalu mengalami perkembangan setiap tahunnya. Perkembangan tersebut tak lepas dari peranan pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk meningkatkan komoditas telur, baik itu penyediaan infrastruktur, investasi serta pelayanan pendidikan maupun penyuluhan. Peningkatan produksi telur di Indonesia disebabkan karena meningkatnya jumlah populasi, meningkatnya kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan hasil produksi ternak serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi. Berikut adalah produktivitas telur ayam ras di Indonesia dari tahun 2013 hingga 2017.

Tabel 1.1
Produksi Telur Ayam Ras di Indonesia Tahun 2013 – 2017

Tahun	Produksi Telur (Ton)
2013	1.224.400
2014	1.244.312
2015	1.372.829
2016	1.485.688
2017	1.527.135

Sumber : Ditjen Peternakan & Kesehatan Hewan (2017)

Berdasarkan tabel tersebut rata – rata produksi telur di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Di tahun 2014, produksi telur mengalami peningkatan sebesar 19.912 ton, di tahun 2015 mengalami

kenaikan yang cukup tinggi yaitu sebesar 128.517 ton, tahun 2016 sebesar 112.859 ton, dan di tahun 2017 sebesar 41.447 ton. Kenaikan produksi telur terbesar terjadi pada tahun 2015 dan kenaikan terkecil terjadi pada tahun 2017.

Telur ayam ras merupakan salah satu sumber protein hewani yang sering dikonsumsi oleh masyarakat. Rasanya yang enak dan mudah diolah merupakan faktor komoditas telur banyak dikonsumsi masyarakat dibandingkan sumber protein hewani lainnya. Komoditas ini mudah ditemukan dan harganya yang relatif lebih murah daripada jenis telur lainnya. Berikut merupakan perbandingan jumlah konsumsi perkapita telur ras dengan jenis telur lainnya pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 1.2
Rata – Rata Perbandingan Konsumsi Telur Perkapita
Tahun 2015-2016

No	Komoditas	Tahun Konsumsi Telur (Butir)	
		2015	2016
1	Telur ayam ras	97.398	99.796
2	Telur ayam kampung	3.754	3.546
3	Telur itik	2.138	1.981
4	Telur puyuh	6.674	7.769

Sumber : Susenas (Maret, 2017)

Berdasarkan tabel tersebut jumlah konsumsi perkapita paling tinggi adalah komoditas telur ayam ras yang mengalami kenaikan sebesar 2.398 butir telur dari tahun 2015 ke tahun 2016. Urutan ke dua adalah telur puyuh yang mengalami kenaikan sebesar 1.095 butir. Urutan ketiga adalah

telur ayam kampung yang mengalami kenaikan sebesar 208 butir. Di urutan terakhir adalah telur itik yang mengalami kenaikan konsumsi sebesar 157 butir. Dengan demikian jenis telur yang banyak dikonsumsi adalah telur ayam ras dan yang kurang diminati oleh masyarakat adalah telur itik.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 75 Tahun 2013 tentang AKG (Angka Kecukupan Gizi), kebutuhan konsumsi terhadap angka kecukupan energi rata-rata penduduk Indonesia adalah 2150 kilo kalori dan 57 gram protein setiap orang per hari. Tujuan dari diujarkannya AKG adalah untuk mengetahui kecukupan gizi yang sudah tercapai dari makanan yang dikonsumsi penduduk, sebagai perencanaan dalam memberikan makanan tambahan serta perencanaan makanan institusi, sebagai perencanaan penyediaan makanan baik itu di tingkat regional dan nasional, sebagai acuan pendidikan gizi serta acuan pencantuman label pangan mengenai informasi gizi. Menurut Kementerian Kesehatan RI (2010), telur merupakan salah satu sumber makanan yang dapat memenuhi kebutuhan empat sehat lima sempurna. Telur banyak mengandung nutrisi lengkap karena banyak mengandung zat gizi yang dibutuhkan tubuh untuk dikonsumsi setiap harinya. Nutrisi yang terkandung dalam telur adalah protein, karbohidrat, kalsium, fosfor dan vitamin A

Harga komoditas telur seringkali mengalami fluktuasi. Menurut Kementerian Perdagangan (2013), ada empat faktor yang mempengaruhi harga telur di Indonesia. Faktor pertama yaitu obat-obatan, terutama

antibiotik. Jika dosis obat – obatan yang dikonsumsi ayam berlebihan maka dapat beresiko pada kematian ayam yang mengakibatkan penurunan produktivitas telur ayam ras. Sebaiknya pemberian obat- obatan pada ayam disesuaikan dengan dosis agar ayam tetap sehat. Faktor kedua adalah cuaca ekstrim yang terjadi di beberapa wilayah yang menjadi pusat peternakan ayam. Cuaca yang terlalu lembab dan terlalu panas tidak cocok untuk suhu pada tubuh ayam sehingga ayam mudah terkena penyakit. Faktor ketiga adalah menurunnya suplai telur ketika musim hari raya karena banyak pekerja yang cuti. Akibatnya pasokan telur berkurang sedangkan permintaan telur meningkat. Faktor keempat adalah adanya dugaan para pedagang yang sengaja menaikkan harga ketika hari raya untuk memperoleh keuntungan yang tinggi yang mengakibatkan terganggunya proses distribusi telur. Berikut adalah perkembangan harga telur ayam ras dan buras di Indonesia tahun 2013 hingga 2017

Tabel 1.3
Perkembangan Harga Konsumen Telur Ayam Ras dan Buras
di Indonesia Tahun 2013 – 2017

Tahun	Jenis Telur	
	Telur Ayam Ras (Rp/Kg)	Telur Ayam Buras (Rp/Kg)
2013	19.013	36.183
2014	20.063	40.416
2015	21.998	41.119
2016	23.384	42.737
2017	22.679	44.258

Sumber : Departemen Perdagangan (2017)

Berdasarkan tabel tersebut perbandingan harga konsumen telur ayam ras dengan telur ayam bukan ras terdapat perbedaan yang signifikan. Harga konsumen telur ayam ras jauh lebih murah dibandingkan dengan harga telur ayam buras. Rata – rata kedua jenis telur ayam tersebut mengalami kenaikan harga setiap tahunnya. Namun di tahun 2017 harga telur ayam ras mengalami penurunan harga sebesar Rp 705.

Telur ayam ras adalah ayam ras betina dewasa yang dipelihara dengan penanganan khusus untuk diambil telurnya. Salah satu keunggulan dari usaha telur ayam ras adalah produksi telurnya lebih tinggi daripada ayam kampung dan telur itik (lihat tabel 1.4). Menjalankan usaha telur ayam ras sendiri memiliki berbagai macam tantangan yang dihadapi. Diantaranya adalah pemeliharaan yang membutuhkan penanganan ayam khusus, adanya fluktuasi harga telur maupun ayam, fluktuasi harga sarana produksi, ketidakpastian waktu dalam penjualan, keuntungan yang rendah, ketergantungan sarana produksi terhadap barang impor serta adanya persaingan baik itu di dalam negeri maupun di luar negeri. Namun semua permasalahan tersebut dapat ditangani jika pelaku usaha menjalankan bisnisnya dengan terstruktur dan menggunakan strategi yang tepat untuk memasarkan hasil produksi. Dengan demikian telur ayam ras dapat memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis. (Rohani dan Susanti, 2011).

Salah satu usaha ternak yang sangat berpotensi dilakukan di wilayah kabupaten Ponorogo adalah usaha telur ayam ras. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat yang tinggal di pedesaan berprofesi

sebagai petani, sehingga banyak lahan yang digunakan untuk usaha pertanian. Dengan demikian usaha telur ayam ras dapat dilakukan sebagai usaha sampingan para petani untuk meningkatkan pendapatan. Lahan yang jauh dari pemukiman merupakan kawasan yang strategis digunakan untuk usaha ini. Kotoran ayam yang dihasilkan dapat digunakan sebagai pupuk oleh para petani sehingga dapat mengurangi polusi udara maupun polusi lingkungan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup (PermenLH) Nomor 13 tahun 2010, peternak ayam yang jumlahnya melebihi 1000 ekor ayam wajib memperoleh izin UKL-UPL dari Dinas Lingkungan Hidup. Di kabupaten Ponorogo sendiri, di tahun 2018, jumlah usaha ternak ayam yang terdaftar di Dinas Pertanian adalah 285 yang tersebar di 21 kecamatan. Jumlah tersebut meliputi 160 peternak ayam petelur yang rata-rata populasinya sebanyak 1000 hingga 2000 ekor ayam, 109 peternak ayam potong yang rata – rata populasinya sebanyak 3000 hingga 50000 ekor ayam ternak serta 16 usaha ayam peternak mandiri yang rata – rata populasinya sebanyak 500 hingga 1000 ekor ayam ternak (Djarmiko, 2018). Sedangkan jumlah populasi ayam petelur di kabupaten Ponorogo tahun 2016 yang tersebar di 21 kecamatan berjumlah 323.146 ekor ayam (BPS Kabupaten Ponorogo, 2018).

Tabel 1.4
Jumlah Produksi Telur Berdasarkan Jenis Unggas di Kabupaten
Ponorogo Tahun 2016

No	Jenis unggas	Jumlah (Kg)
1	Ayam kampung	355.521
2	Ayam ras	2.093.986
3	Itik	374.643

Sumber : BPS Kabupaten Ponorogo (2018)

Berdasarkan data tersebut jumlah produksi telur ayam ras di kabupaten Ponorogo merupakan komoditas yang paling banyak jumlahnya daripada usaha telur ayam kampung dan itik. Kondisi tersebut dapat menjadikan peluang komoditas telur ayam ras sebagai komoditas unggulan di kabupaten Ponorogo. Dengan meningkatkannya produktivitas ini, maka pendapatan daerah juga mengalami peningkatan. Namun kondisi tersebut juga mengakibatkan banyaknya persaingan dalam pemasaran telur di kabupaten Ponorogo.

Suf Ajizah dkk, (2018) melakukan penelitian tentang strategi pengembangan ternak ayam ras petelur di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan variabel internal meliputi sarana dan prasarana, modal Sumber Daya Manusia, manajemen dan pemasaran. Sedangkan variabel eksternal meliputi sosial dan budaya, teknologi, pesaing dan kebijakan pemerintah menghasilkan kesimpulan bahwa usaha ternak ayam ras petelur di kecamatan Gadingrejo dibagi menjadi tiga skala prioritas. Hasil penelitian

ini meliputi prioritas skala besar yaitu dengan meningkatkan kerjasama dengan pemasok tetap. Yang kedua merupakan prioritas skala menengah yaitu dengan mempertahankan pelanggan tetap. Skala prioritas yang ketiga merupakan prioritas skala kecil yaitu dengan mempertahankan lokasi yang strategis.

Fonny Pelafu, dkk. (2018) melakukan penelitian tentang potensi pengembangan peternakan ayam ras petelur di Kabupaten Halmahera Barat. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Variabel internal meliputi lahan, tenaga kerja, modal, kualitas dan pemasaran. Sedangkan variabel eksternal meliputi permintaan, kebijakan pemerintah, kesadaran masyarakat, peluang serta selera. penjabaran dari penelitian ini adalah faktor yang paling berpotensi dalam pengembangan usaha peternakan ayam ras petelur adalah dukungan modal usaha dari Pemerintah Daerah, pemasaran yang mudah serta dukungan pemerintah terhadap industri perunggasan. Sedangkan faktor yang dapat menghambat adalah harga pakan yang fluktuatif serta terbatasnya informasi. Strategi prioritas yang perlu dikembangkan adalah menjalin kerjasama dengan peternak dan pihak swasta maupun perusahaan peternakan.

Dalam menjalankan usaha di bidang perunggasan, terkadang peternak kurang mengetahui gambaran secara mendasar mengenai potensi yang ada serta strategi untuk mengembangkan usahanya ketika dihadapkan pada berbagai ancaman baik itu internal maupun eksternal. Sebagian besar mereka kurang mengetahui besarnya kontribusi faktor produksi seperti

manajemen pengelolaan, strategi pemasaran, keuangan, sistem produksi dan operasi, sumber daya manusia, kondisi ekonomi, sosial budaya, faktor politik, teknologi, pembeli serta pesaing dalam mempengaruhi pemasaran telur ayam ras di kabupaten Ponorogo.

Dalam menjalankan usaha ternak, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi. Pelaku bisnis perlu mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki untuk menyusun strategi dalam memasarkan hasil produksi mereka, sehingga diperlukan adanya analisis pengembangan untuk mengetahui besarnya kontribusi faktor produksi agar pengusaha dapat memaksimalkan keuntungan mereka. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul "*Analisis Ekonomi dan Strategi Pengembangan Usaha Telur Ayam Ras di Kabupaten Ponorogo*". Adapun studi penelitian tersebut dilakukan di tiga kecamatan yaitu kecamatan Balong, kecamatan Jetis dan kecamatan Slahung. Penulis melakukan penelitian di kabupaten Ponorogo karena memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan usaha di bidang perunggasan khususnya usaha telur ayam ras. Penelitian ini juga perlu dilakukan mengingat banyaknya persaingan dalam usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo, sehingga para pelaku usaha memerlukan strategi yang tepat untuk menghadapi kelemahan dan ancaman yang ada.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah hanya pada pengembangan industri telur di kabupaten Ponorogo provinsi Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan di tiga kecamatan yaitu kecamatan Balong, Slahung dan Jetis. Penelitian ini berkaitan dengan gambaran umum usaha telur ayam ras, pemeliharaan ayam petelur, faktor internal perusahaan, faktor eksternal perusahaan, strategi pengembangan usaha ayam ras petelur.

C. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diambil kesimpulan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana profil ekonomi pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo ?
2. Apa yang menjadi kekuatan (*Strenghts*) usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo ?
3. Apa yang menjadi kelemahan (*Weaknesses*) usaha telur ayam ras di kabupaten Ponogo ?
4. Apa yang menjadi peluang (*Opportunities*) usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo ?
5. Apa yang menjadi ancaman (*Threats*) usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo ?

6. Bagaimana strategi pengembangan usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo berdasarkan analisis SWOT ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi profil ekonomi pelaku usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo ?
2. Mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan (*Strenghts*) usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo
3. Mengidentifikasi dan menganalisis kelemahan (*Weaknesses*) usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo
4. Mengidentifikasi dan menganalisis peluang (*Opportunities*) usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo.
5. Mengidentifikasi dan menganalisis ancaman (*Threats*) usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo
6. Merumuskan alternatif strategi dalam pengembangan usaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo berdasarkan analisis SWOT.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis
 - a. Bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dapat digunakan sebagai referensi Tugas Akhir di bidang ekonomi khususnya berkaitan dengan kegiatan usaha produksi telur ayam serta strategi pemasarannya. Penelitian ini juga dapat dijadikan koleksi karya ilmiah untuk perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

b. Bagi Pengusaha Telur Ayam Ras di Kabupaten Ponorogo

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi pengusaha telur ayam ras di kabupaten Ponorogo untuk melihat kondisi pengusaha telur saat ini serta strategi untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti untuk menambah pengetahuan serta memahami kegiatan ekonomi secara langsung yang berfokus pada kegiatan usaha serta strategi pengusaha dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

2. Manfaat Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi pengusaha dalam menentukan keputusan dengan melihat kondisi perusahaan, kondisi lingkungan serta strategi untuk memasarkan produk.