

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan jumlah penduduk yang selalu meningkat dari tahun ke tahun terus diimbangi dengan kesadaran akan arti pentingnya peningkatan gizi dalam kehidupan. Hal ini berimplikasi pada pola konsumsi makanan yang juga akan terus meningkat. Disamping tujuan utama penggunaan makanan sebagai pemberi zat gizi bagi tubuh yang berguna untuk mempertahankan hidup, manusia juga menggunakannya untuk nilai-nilai sosial, karena penggunaan makanan telah melembaga sebagai alat untuk berhubungan dengan orang lain. Oleh karena itu makanan dalam lingkungan masyarakat menyangkut gizi dan aspek sosial.

Telur ayam merupakan jenis makanan bergizi yang sangat populer dikalangan masyarakat yang bermanfaat sebagai sumber protein hewani. Hampir semua jenis lapisan masyarakat dapat mengkonsumsi jenis makanan ini sebagai sumber protein hewani. Hal ini disebabkan telur merupakan salah satu bentuk makanan yang mudah diperoleh dan mudah pula cara pengolahannya. Hal ini menjadikan telur merupakan jenis bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat. Pada dasarnya kebutuhan telur juga

Telur dihasilkan oleh jenis hewan unggas antara lain ayam, bebek, angsa, dan jenis unggas lainnya. Ayam merupakan jenis unggas yang paling populer dan paling banyak dikenal orang. Selain itu ayam juga termasuk hewan yang mudah ditenakkan dengan modal yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan hewan besar lainnya seperti sapi, kerbau dan kambing. Produk ayam (telur dan daging) dan limbahnya diperlukan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Telur dan daging ayam yang diperlukan oleh ratusan juta manusia di dunia ini mengakibatkan tumbuhnya peternakan ayam skala kecil, menengah dan industri ayam modern hampir diseluruh dunia berkembang pesat.

Disamping semakin pentingnya peranan telur ayam ras dalam struktur konsumsi telur, telur ayam ras memiliki sifat permintaan yang *income elastic demand*. Bila Pendapatan meningkat, maka konsumsi telur juga meningkat. Di masa yang akan datang, pendapatan per kapita akan meningkat terutama pada negara-negara yang saat ini negara yang berkembang dan sedang berkembang. Dengan demikian konsumsi telur juga diperkirakan akan meningkat. Indonesia, misalnya menurut perkiraan pada tahun 2005 pendapatan per kapita akan meningkat menjadi Rp 22.500.000 (kurs dolar Rp 9000) dan konsumsi telur diperkirakan akan mencapai 4,07 kg per kapita. Dengan memanfaatkan data proyeksi penduduk tahun 2005 dan proyeksi konsumsi telur per kapita pada tahun yang sama, maka diperkirakan konsumsi telur pada tahun tersebut mencapai 979,70 ribu ton.

Sementara itu, bila dilihat kecenderungan produksi telur ayam ras yang meningkat sebesar 4,50% per tahun atau sekitar 709,72 ribu ton pada tahun 2005, maka peluang pasar telur ayam pada tahun ini mencapai 269,98 ribu ton. Peluang pasar ini diisi oleh telur ayam buras dan telur itik yang pangasanya masing-masing 15% dan selebihnya merupakan peluang pasar telur ayam ras. Peluang pasar ini belum termasuk pasar ekspor, baik dalam bentuk telur segar maupun powder (Poultry Indonesia).

Tabel 1
Tingkat Konsumsi Telur Perkapita di Propinsi DIY

Tahun	Konsumsi Telur Perkapita (kg/kap/thn)
1999	3,4
2000	3,6
2001	3,8
2002	3,9
2003	4,1
2004	4,2
2005	4,3
2006	5,1
2007	5,6

Sumber Data: Dinas Pertanian dan Peternakan DIY

Tingkat konsumsi masyarakat di propinsi DIY terhadap produk telur rata-rata menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Selama periode tahun 1999 sampai dengan 2007 rata-rata konsumsi telur 4,2 kg per kap per tahun. Dengan rata-

tahun 2007 peningkatan konsumsi masyarakat terhadap telur menunjukkan peningkatan lebih besar, yaitu 5,6 persen per tahun.

Secara ekonomi, pengembangan pengusahaan ternak ayam ras petelur di Indonesia memiliki prospek bisnis menguntungkan, karena permintaan selalu bertambah (Cahyono, B. 1994). Hal tersebut dapat berlangsung bila kondisi perekonomian berjalan normal. Lain halnya bila secara makro terjadi perubahan-perubahan secara ekonomi yang membuat berubahnya pasar yang pada gilirannya akan mempengaruhi permodalan, produksi dan pemasaran hasil ternak. Dalam skala lokal (DIY) konsumsi protein hewani dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, setelah pada tahun 1998 mengalami penurunan yang tajam akibat dari krisis moneter.

Perkembangan peternakan ayam ras petelur sangat memprihatinkan terutama pada saat terjadinya krisis moneter tahun 1997/1998 yang sangat merugikan peternak ayam ras petelur. Melonjaknya harga sarana produksi (bibit, pakan, obat-obatan dan peralatan lainnya), tidak diimbangi dengan peningkatan harga jual hasil produksi. Akibatnya banyak peternak yang gulung tikar karena tidak dapat mempertahankan kelangsungan produksinya. Ada juga peternak yang kemudian mengambil langkah pengurangan produksi untuk menjaga agar usahanya dapat terus berjalan. Lain halnya dengan para peternak yang memiliki modal kuat, kondisi tersebut justru dimanfaatkan untuk meningkatkan produksi, dengan asumsi terjadi kekurangan pasokan produksi telur di pasar akibat

banyaknya peternak kecil yang gulung tikar

Besarnya peluang pasar ayam ras petelur ini merupakan kesempatan yang sangat potensial untuk mengembangkan peternakan ayam petelur. Salah satu peternakan yang dikelola cukup baik dan berhasil melewati saat krisis moneter dengan sukses adalah usaha peternakan ayam petelur milik bapak Raharjo di Jogonadan, Triwidadi, Pajangan, Bantul, Yogyakarta. Peternakan ini merupakan salah satu usaha peternakan yang mampu bertahan saat krisis ekonomi terjadi, dimana banyak peternakan kecil dan menengah gulung tikar saat itu. Walaupun sempat menurunkan volume produksi dari 5000 ekor ayam petelur menjadi 3.000 ayam. Namun keputusan saat itu lebih berorientasi pada efisiensi biaya produksi, sehingga sampai saat ini peternakan tersebut masih berproduksi. Kendala lain yang dihadapi bagi peternakan ayam adalah biaya yang digunakan untuk meningkatkan volume ayam petelur dari 3.000 ekor ayam menjadi 6.000 ekor ayam petelur yang relatif membutuhkan banyak modal, sedangkan permodalan yang dimiliki peternak ayam petelur terbatas, apalagi kondisi perekonomian yang tidak menentu menyebabkan harga sarana produksi menjadi tinggi sehingga memerlukan modal yang besar.

Melihat peluang pasar yang begitu besar, pengalaman pengelolaan peternakan, serta potensi lahan disekitar lokasi peternakan yang potensial. Maka timbul gagasan untuk pengembangan usaha peternakan dari 3.000 ekor ayam petelur menjadi 6.000 ekor ayam petelur, sesuai dengan potensi lahan yang masih tersedia. Ditinjau dari peternakan yang sekarang ini telah hadir. Penelitian ini

dilakukan guna menghitung kelayakan pengembangan tersebut dari sisi pemasaran dan keuangan.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan penelitian ini berfokus pada :

Apakah usaha ayam petelur milik Bapak Raharjo di daerah Jogonadan, Triwidadi, Pajangan, Bantul, DIY layak untuk dikembangkan dilihat dari aspek pemasaran dan keuangan?

C. Batasan Masalah Penelitian

Karena keterbatasan waktu dan biaya maka penelitian ini, hanya ditekankan pada aspek pemasaran dan aspek keuangan.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengevaluasi, menghitung, dan menganalisis kelayakan pengembangan usaha peternakan ayam petelur dilihat dari aspek pemasaran dan keuangan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan pada pihak lain yang akan melakukan penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peternak Ayam Petelur

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan untuk mendirikan/pengembangan usaha ayam petelur didaerah Jogonalan, Triwidadi, Pajangan, Bantul, DIY pada khususnya dan di Negara Indonesia pada umumnya.

b) Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bidang penelitian serta sebagai titik awal untuk membuka usaha peternakan ayam petelur.