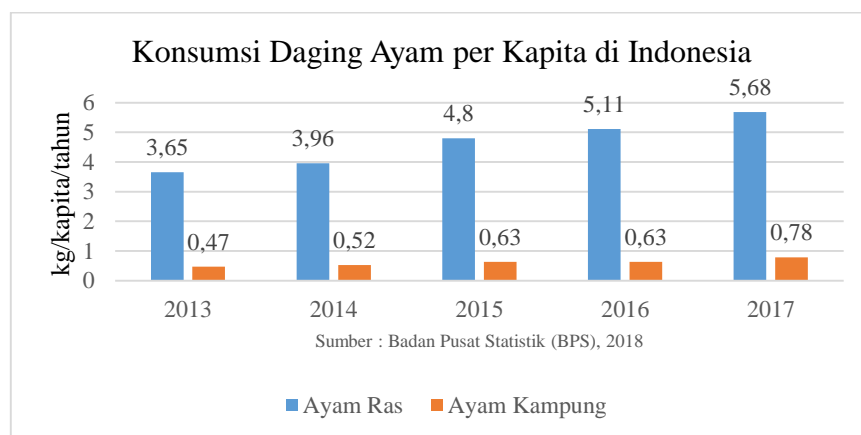


1. PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dari hasil kegiatan tersebut, peternakan tidak terbatas pada pemeliharaan saja namun juga pada tujuan mencari keuntungan dengan penerapan prinsip – prinsip manajemen pada faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal. Peternakan merupakan salah satu dari lima subsektor pertanian didalamnya terdapat kegiatan memelihara hewan ternak untuk dibudidayakan dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut. Kegiatan usaha yang menarik dikaji di subsektor peternakan adalah usaha agribisnis ayam buras atau ayam kampung.



Gambar 1 Konsumsi Daging Ayam per Kapita di Indonesia

Peternakan tak lepas dari melihat konsumsi daging yang diminta oleh konsumen, dengan meninjau keadaan tersebut maka menjadi tolak ukur peternak untuk membudidayakan komoditasnya agar laku di pasaran. Konsumsi daging ayam ras per kapita/tahun masyarakat Indonesia pada 2017 sebesar 5,68 kg per kapita/tahun meningkat dibanding konsumsi tahun

sebelumnya. Sementara untuk konsumsi daging ayam kampung 0,78 kg per kapita/tahun naik dari tahun sebelumnya. Makin menjamurnya kuliner yang berbahan dasar daging ayam, dari warung pinggir jalan hingga di pusat perbelanjaan membuat konsumsi daging ayam mengalami tren kenaikan sepanjang 2013-2017. Sebagai informasi, produksi daging ayam terus menunjukkan peningkatan hingga 2017 (BPS, Data BPS Konsumsi Daging Ayam Per Kapita, 2018)

Ayam kampung dikembangkan karena melihat peningkatan konsumsi daging ayam yang tinggi dan dengan itu berkaitan dengan pendapatan serta selera konsumen. Studi di Ethiopia menemukan bahwa ayam kampung memenuhi banyak peran dalam mata pencaharian rumah tangga, untuk ketahanan pangan dan peningkatan pendapatan. (Emmanuel, 2018)

Ayam kampung merupakan ayam Indonesia yang keberadaannya sangat lekat dengan masyarakat (Natamijaya, Sartika dan Iskandar, 2010). Pemeliharaan untuk mendapatkan daging, telur dan sebagai tabungan. Penampakan fenotipik ayam kampung sangat beragam, demikian pula dengan sifat kualitatif seperti warna bulu dan jengger (Natamijaya, Sartika dan Iskandar, 2010) Saat ini masyarakat telah menyadari bahwa pentingnya protein hewani mulai meningkat, terutama untuk ayam kampung (Almatsier, 2004). Daging ayam kampung disukai oleh masyarakat karena lebih kenyal dan berotot, memiliki kandungan lemak yang lebih rendah dibandingkan ayam broiler, serta memiliki rasa yang gurih. Kadar lemak rendah terutama pada bagian dada, daging ayam kampung banyak disukai masyarakat untuk itu banyak warung dan rumah makan yang menyediakan masakan ayam sebagai

menu utama. Semakin meningkatnya ekonomi masyarakat, pendidikan, dan kesadaran gizi, maka kebutuhan daging ayam juga meningkat.

Ayam kampung mempunyai keragaman yang cukup tinggi baik ditinjau dari performa maupun genetiknya dengan penyebaran yang sangat luas baik di desa maupun perkotaan. Disamping itu ayam kampung mempunyai tingkat adaptasi yang tinggi terhadap lingkungan, khususnya di Indonesia sehingga ayam kampung layak untuk dikembangkan. Pengembangan populasi ayam kampung dapat dilakukan dengan menggunakan sumberdaya lokal baik bibit maupun pakan dengan pemeliharaan yang dapat dilakukan secara ekstensif. Sedangkan budidaya ayam ras perlu mendatangkan bibit, pakan, dan obat-obatan dari pabrik dan pemeliharaan harus intensif. Peternakan ayam kampung mempunyai peranan yang cukup besar dalam mendukung ekonomi masyarakat karena memiliki daya adaptasi yang tinggi terhadap lingkungan dan pemeliharaannya relatif lebih mudah. Ayam kampung merupakan salah satu jenis unggas lokal yang berpotensi sebagai penghasil telur dan daging sehingga banyak dibudidayakan oleh masyarakat terutama yang bertempat tinggal di wilayah pedesaan. Permintaan konsumen akan daging ayam kampung semakin meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data (Peternakan, 2011)

Umumnya peternak tidak menjual hasil produksi mereka langsung kepada konsumen akhir, tetapi cenderung menjual kepada pedagang perantara yang nantinya akan menjualnya kembali di pasar. Hal tersebut yang menyebabkan munculnya pelaku pelaku pemasaran yang mempengaruhi proses penyampaian produk pertanian kepada konsumen. Adanya pedagang perantara tentu memberikan kemudahan dalam menyebarkan kepada konsumen di

berbagai daerah. Menurut (Raharja, 2002) di antara para produsen dan pemakai akhir terdapat sejumlah pedagang perantara yang menjalankan berbagai fungsi. Pedagang perantara tersebut berupa pedagang besar dan pedagang pengecer yang membeli, memiliki hak atas, dan menjual kembali barang yang bersangkutan. Menurut (Sukirno, 2006) pedagang pengecer adalah perusahaan yang menjual barang yang diproduksi oleh pihak lain dan berhubungan langsung dengan konsumen. Pedagang pengecer biasanya melakukan kegiatannya dengan memperlihatkan barangnya di tempat yang dimilikinya atau disewanya. Pembeli dapat melihat sendiri berbagai jenis barang yang akan dibelinya. Jumlah barang yang dibeli oleh pedagang pengecer disesuaikan dengan jumlah modal yang dimilikinya.

Ayam kampung berpotensi besar untuk dikembangkan karena mempunyai peranan yang sangat penting dalam memenuhi kecukupan gizi keluarga, peningkatan pendapatan keluarga dan dijadikan sebagai tabungan bagi peternak. Untuk itu, ayam kampung banyak ditemukan di pasar pasar tradisional agar mudah dijumpai dan sampai pada tangan konsumen, salah satunya di pasar Terban Yogyakarta. Pasar Terban terkenal dengan pusatnya pasar unggas di Yogyakarta, bahkan banyak tengkulak luar kota seperti dari Jawa Tengah dan Jawa Timur yang menjual hasil panen ayam kampung ke Pasar Terban Yogyakarta ini. Selain jual beli ayam hidup di pasar Terban juga terdapat pusat pemotongan ayam. Ayam di pasar Terban dijual ke pedagang-pedagang ayam di Yogyakarta dan luar kota. Pada sejarahnya, pasar Terban tercatat sebagai pasar umum yang ada di wilayah Kota Yogyakarta, namun mulai pada sebelum tahun 2018, pasar Terban menjadi pasar khusus, yaitu

pasar unggas yang tercatat didalam Dinas Industri dan Perdagangan dengan kantor yang berada di Beringharjo. Pasar Terban memiliki Luas tanah 7.838 m², Luas bangunan 5.453 m², Fasilitas umum yang ada di Pasar Terban seperti parkir mobil dan motor, kamar mandi, pemotongan ayam, dan warung makan. pasar Terban buka setiap hari pukul 05.00 – 17.00 WIB, sedangkan untuk tempat pemotongan ayam efektif buka mulai dari pukul 05.00 – 14.00 WIB. Alamat Pasar Terban terletak di jalan C. Simanjutak No.21, Yogyakarta. Di pasar Terban, ada tiga golongan pedagang, diantaranya ada pedagang besar, pedagang sedang, dan pedagang kecil. Pedagang-pedagang tersebut digolongkan berdasar skala penjualannya dan memiliki peran masing-masing dalam berdagang. Pedagang besar adalah pedagang yang pemasarannya hingga luar kota, pedagang sedang dengan skala regional, serta pedagang kecil berdagang di skala lokal.

Alur pemasaran di Pasar Terban menunjukkan bahwa pedagang kecil mendapatkan barang dari produsen dalam hal ini pedagang lain, pedagang sedang mendapatkan barang dari peternak kemudian menjualnya kepada pedagang besar. Sedangkan pedagang besar mendapat barang dari pedagang kecil dan pedagang sedang kemudian menjual barang ke luar kota. Suatu usaha dagang dapat dikatakan berhasil apabila suatu usaha dagang yang dilakukan memberikan keuntungan. Keuntungan atau pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya total. Besar kecilnya keuntungan sangat menentukan ketahanan usaha barang dari produsen yang datang menjual belikan barangnya, besaran harga beli ayam kampung yang variatif dan bersifat fluktuatif menyebabkan harga jual ayam kampung kepada

konsumen terakhir variatif dan fluktuatif juga. Kevariatifan dan naik turunnya harga sangat menentukan besarnya keuntungan dari pedagang, hal tersebut menjadi dasar pentingnya melakukan penelitian terkait keuntungan pedagang ayam kampung di pasar Terban Yogyakarta. Berdasarkan kepentingan menganalisa keuntungan pedagang ayam kampung di pasar Terban Yogyakarta ini yang dinilai sangat variatif dan fluktuatif disebabkan harga dari produsen maka penting dilakukan penelitian dengan judul “Keuntungan Pedagang Ayam Kampung di Pasar Terban Yogyakarta”

B. Tujuan

1. Mengetahui profil pedagang ayam kampung Pasar Terban Yogyakarta
2. Mengetahui keuntungan usaha dagang ayam kampung di Pasar Terban Yogyakarta.

C. Kegunaan

Untuk Pedagang dan masyarakat sebagai konsumen, penelitian ini dapat menjadi informasi terkait keuntungan pedagang ayam kampung di Pasar Terban Yogyakarta. Untuk peneliti berikutnya, diharapkan dapat memberikan informasi terkait pentingnya melakukan penelitian yang lebih detail dalam rangka mengkaji sebaik mungkin masalah dalam biaya dan pendapatan pedagang ayam kampung di pasar Terban Yogyakarta.