

**ANALISIS USAHA TERNAK DAN PEMASARAN BURUNG
PUYUH (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PUYUH
ASHTER) DI DESA JATI MULYA KECAMATAN KERINCI
KANAN KABUPATEN SIAK PROVINSI RIAU**

OLEH :

ASTY NUR RIZKI

164210418

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

**ANALISIS USAHA TERNAK DAN PEMASARAN BURUNG
PUYUH (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PUYUH
ASHTER) DI DESA JATI MULYA KECAMATAN KERINCI
KANAN KABUPATEN SIAK PROVINSI RIAU**

SKRIPSI

**NAMA : ASTY NUR RIZKI
NPM : 164210418
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 07 JULI
2021 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG TELAH
DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT
PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

MENYETUJUI

DOSEN PEMBIMBING



Ir. Hj. SEPTINA ELIDA, M.Si
NIDN : 0009036201

**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**



Dr. Ir. Hj. SITI ZAHRAH, MP
NIDN : 0013086004

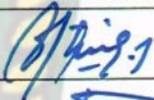
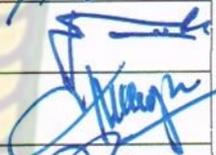
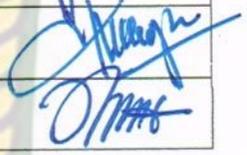
**KETUA PROGRAM STUDI
AGRIBISNIS**



SISCA MAULINA, SP. MP
NIDN : 1021018302

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF DI DEPAN PANITIA SIDANG FAKULTAS
PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 07 JULI 2021

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Ir. Hj. Septina Elida, M.Si	KETUA	
2	Dr. Fahrial, SP., SE., ME., CRBD	ANGGOTA	
3	Khairizal, SP., M.M.A	ANGGOTA	
4	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	NOTULEN	

KATA PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Assalamu’alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh”

Alhamdulillah.. Alhamdulillah.. Alhamdulillahirabbil’alamin, sujud syukurku persembahkan kepadamu ya Allah yang Maha Agung nan Maha Tinggi nan Maha Adil nan Maha Penayang.

Segala puji bagi Allah SWT semesta alam atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunia yang senantiasa dicurahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam kepada Baginda Rasulullah Muhammad S.A.W yang selalu menjadi contoh panutan yang baik dalam segala tingkah dan perbuatan yang kita lakukan sehingga dapat bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Semoga semua hal yang penulis lakukan berkaitan dengan penyelesaian skripsi ini dapat bernilai ibadah di sisi-Nya Aamiin.

Terima Kasih atas nikmat dan rahmat-Mu ya Allah yang telah memberikan jalan kepada hamba dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat tugas akhir pada jenjang studi Strata-1 (S1) untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Semoga pencapaian ini bisa menjadi langkah pertama untuk bekal mengawali cita-cita besar yang telah menjadi harapan dan mimpi kedua orangtuaku. Untuk itu kupersembahkan ungkapan terimakasihku kepada:

***Ayahanda Sudiono dan Ibunda Endang Sumanti tercinta,** yang telah banyak berjasa dalam perjalanan kehidupanku, yang tiada henti memberiku kasih sayang, semangat, limpahan do’a, motivasi, dukungan, nasehat, moril, materil, mengajar dan memberikan tauladan yang begitu berharga bagiku serta pengorbanan yang tak tergantikan. Terima Kasih atas kasih sayang yang*

berlimpah dari mulai penulis lahir hingga sudah sebesar ini serta segala hal yang telah Ayahanda dan Ibunda lakukan, semua yang terbaik sehingga penulis selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepan. Apa yang didapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat dan juga air mata kedua orangtua. Karya ini saya persembahkan untuk Ayahanda dan Ibunda sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah selama ini sehingga saya dapat menggapai cita-cita..

Ku bermohon dalam sujudku pada Mu ya Allah, ampunilah segala dosa-dosa orangtuaku, bukakanlah pintu rahmat, hidayah, rezeki bagi mereka, maafkan atas kekhilafan mereka, jadikan mereka ummat yang selalu bersyukur dan menjalankan perintah-Mu. Dan jadikan hamba Mu ini anak yang selalu berbakti pada orangtua dan dapat mewujudkan mimpi orangtua serta membalas jasa orangtua walaupun jelas terlihat bahwa jasa orangtua begitu besar, takkan terbalas dalam bentuk apapun. Kabulkan do'aku ya Rabb. Aamiin.

Saudara dan keluarga besar yang ku miliki, yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu terimakasih sebesar-besarnya telah banyak sekali memberikan do'a dan dukungannya.

*Untuk kakakku satu-satunya **Dyah Ayuningrum, Amd.Keb**, tiada waktu yang paling berharga dalam hidup selain menghabiskan waktu bersama. Terimakasih telah menjadi kakak yang baik buat adiknya, menjadi kakak yang luar biasa dalam memberikan dukungan dan do'a, suka dan duka telah kita lalui dan rasakan bersama dan Abang Ipar **Sugeng Antariksawan, SE** yang telah membantu dalam bentuk moril maupun materil dan memberikan semangat, motivasi, dukungan serta do'a yang tiada henti sehingga selesai karya ini. Semoga awal dari kesuksesan ini dapat membanggakan kalian. Terimakasih ya kak...Terimakasih ya Mas..*

*Terimakasih juga buat keponakan penulis yang saleh dan saleha, yang lucu, yang pintar, yang selalu bertanya "Kapan Ibu selesai?", "Kapan Ibu Pulang?" **Aisyah Azzahra Antariksa Putri, Hanung El Gibran Antariksa Putra dan Sheezan Safaluna Antariksa Putri** yang selalu mendoakan Ibu juga agar cepat selesai kuliahnya.*

Dosen Pembimbing ku. Ibu Ir. Hj. Septina Elida, M.Si terimakasih sebesar-besarnya yang telah bersedia meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga skripsi terselesaikan dengan baik, terimakasih untuk ilmu yang diberikan serta keikhlasan dan kesabaran dalam membimbing penulis, terimakasih telah memberikan arahan, saran, masukan yang membangun, serta nasehat dalam penyelesaian tugas akhir penulis selama ini. Terimakasih Asty ucapkan, semoga Ibu diberikan kesehatan dan dimudahkan rezekinya. Aamiin.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada **Rektor, Dekan, Ketua Prodi, Dosen penguji Bapak Khairizal, SP., M.M.A dan Bapak Dr. Fahrial, SP., SE., ME.,CRBD** maupun dosen-dosen yang sudah mengajar selama perkuliahan dan **Karyawan Tata Usaha Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau** serta **para staff yang lainnya** terimakasih telah menerima, terimakasih atas bantuan, ilmu yang diberikan dan kemudahan dari awal perkuliahan hingga selesai.

Terimakasih untuk **Bapak Sulaiman** dan keluarga selaku pemilik usaha ternak burung puyuh Ashter beserta pihak-pihak terkait lainnya, yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan ilmunya untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Terimakasih kepada **teman-teman seperantauan di kost, teman-teman seperjuangan, teman-teman kelas AGB D 2016 dan seluruh angkatan 2016, serta senior-senior dan Kak Yusnita Rahmadhani Hamidah Hafsyah, S.Si, Adik Ira Miswara** yang sudah membantu serta mendoakan selama ini dan tak pernah terlupakan **Wenda Rahayu, SP, Halimatun Saddiah, SP** terimakasih atas kebersamaan kita selama ini, terimakasih atas ketulusan kasih sayangnya, terimakasih untuk suka dan dukanya dimasa-masa perkuliahan telah melalui banyak hal bersama kalian. Terimakasih sudah membantu, mendoakan, memberikan semangat. Kalian adalah saksi perjuanganku selama ini sampai detik ini. Terimakasih untuk memori yang kita rajut setiap harinya, atas tawa yang setiap hari kita miliki dan solidaritas yang luar biasa. Semoga saat-saat indah itu akan selalu menjadi kenangan yang paling indah. Suatu kebahagiaan bisa berjuang bersama kalian.

Kepada orang yang spesial M Richi Sumbari, terimakasih telah memberikan kasih sayang, semangat, dukungan, do'a serta bantuan baik moril maupun materil selama menjalani perkuliahan hingga selesai, terimakasih atas kebersamaannya selama ini di saat susah maupun senang.

Penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang mendukung keberhasilan skripsi penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu, memberikan ilmu, motivasi, saran, maupun moril dan materil yang mungkin ucapan terimakasih ini tidak akan pernah cukup untuk membalasnya. Untuk semua pihak yang penulis sebutkan, terimakasih atas semuanya. Semoga Allah membalas setiap kebaikan kalian serta kehidupan kalian semua juga dimudahkan dan diberkahi selalu oleh Allah SWT. Aamiin..

Penulis menyadari bahwa hasil karya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi penulis berharap isinya tetap memberi manfaat sebagai ilmu dan pengetahuan bagi para pembacanya. Atas segala kekhilafan dan kekurangan hanya kata maaf yang bisa diucapkan. Semoga kita tetap menjaga dan menjalin tali silaturahmi.

Hanya untaian dari karya kecil ini yang bisa penulis persembahkan untuk semuanya....

“Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh”

Asty Nur Rizki, SP



BIOGRAFI PENULIS

Asty Nur Rizki atau yang lebih akrab disapa Asty dilahirkan di Pangkalan Kerinci pada tanggal 28 Mei 1997, merupakan anak terakhir dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sudiono dan Ibu Endang Sumanti.

Penulis mengawali pendidikan di TK Global Andalan Pangkalan Kerinci pada tahun 2001-2002 hingga lulus pada tahun 2003 dan melanjutkan pendidikan di SD Global Andalan Pangkalan Kerinci dan lulus pada Tahun 2009, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 2 Pangkalan Kerinci dan lulus pada tahun 2012, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke SMAN 2 Kerinci Kanan dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan dan diterima menjadi mahasiswi di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Alhamdulillah dengan izin Allah SWT penulis menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Analisis Usaha Ternak dan Pemasaran Burung Puyuh (Studi Kasus Pada Perusahaan Puyuh Ashter) di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau” dan melaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 07 Juli 2021 dan dinyatakan lulus dan berhak menyandang gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau dengan nilai A-.

Asty Nur Rizki, SP

ABSTRAK

ASTY NUR RIZKI (164210418), Analisis Usaha Ternak dan Pemasaran Burung Puyuh (Studi Kasus Pada Perusahaan Puyuh Ashter) di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau, di Bawah Bimbingan Ibu Ir. Hj. Septina Elida, M.Si.

Puyuh Ashter merupakan usaha yang memproduksi telur puyuh yang cukup terkenal di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1. Karakteristik pengusaha burung puyuh, tenaga kerja dan pedagang, serta profil usaha ternak burung puyuh di Desa Jati Mulya, 2. Penggunaan sarana produksi usaha burung puyuh, 3. Biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi usaha burung puyuh, dan 4. Kegiatan Pemasaran terkait lembaga, saluran, fungsi, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran burung puyuh. Penelitian ini menggunakan metode survey. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur pengusaha ternak burung puyuh adalah 40 tahun, tenaga kerja 35 tahun dan pedagang 46 tahun. Tingkat pendidikan pengusaha, tenaga kerja dan pedagang yaitu SLTA. Pengalaman pada usaha ternak burung puyuh 3 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga pengusaha sebanyak 4 jiwa, tenaga kerja sebanyak 3 jiwa dan pedagang 4 jiwa. Usaha ternak puyuh tergolong usaha skala kecil, penggunaan modal sebesar Rp 170.000.000, tenaga kerja yang digunakan sebanyak 4 orang. Penggunaan kandang burung puyuh berukuran 180 m² dengan model kandang baterai. Jumlah bibit yang digunakan per periode produksi adalah 5000 ekor, pakan sebanyak 55.114 Kg, obat trimezyn-s sebanyak 3.000 gram, vitamin sebanyak 4.300 gram dan tenaga kerja sebanyak 763.25 HOK. Biaya produksi yang dikeluarkan per proses produksi sebesar Rp 470.231.240 dan produksi telur yang dihasilkan sebanyak 18.097 kg, kotoran sebanyak 91.800 kg dan puyuh afkir sebanyak 4.875 ekor. Pendapatan bersih per periode produksi sebesar Rp 133.526.049 dan RCR sebesar 1,28. Total biaya pemasaran saluran I : Rp 1.006,842, saluran II : 1.544,186 dan saluran III : 589,84. Margin saluran I : Rp 5.000 dan saluran II : Rp 4.000. Keuntungan saluran I : Rp 3.993,158, saluran II : 2.455,814 dan saluran yang efisien adalah saluran ketiga.

Kata Kunci: Usaha Ternak, Burung Puyuh, Pemasaran.

ABSTRACT

ASTY NUR RIZKI (164210418), Analysis of Livestock Business and Quail Marketing (Case Study on Ashter Quail Company) in Jati Mulya Village, Kerinci Kanan District, Siak Regency, Riau Province, under the guidance of Mrs. Ir. Hj. Septina Elida, M.Si.

Quail Ashter is a business that produces quail eggs which is quite well known in Jati Mulya Village, Kerinci Kanan District. This study aims to analyze: 1. Characteristics of quail entrepreneurs, workers and traders, as well as the profile of quail farming in Jati Mulya Village, 2. Use of quail production facilities, 3. Cost, production, income and efficiency of quail business. , and 4. Marketing activities related to institutions, channels, functions, margins, profits and efficiency of quail marketing. This research uses survey method. The data used are primary and secondary data, then analyzed descriptively qualitatively and quantitatively. The results showed that the age of the quail businessman was 40 years, the labor force was 35 years and the traders were 46 years old. The education level of entrepreneurs, workers and traders is high school. Experience in quail farming for 3 years, and the number of dependents of the entrepreneur's family is 4 people, the workforce is 3 people and traders are 4 people. Quail livestock business is classified as a small-scale business, the use of capital is IDR 170,000,000, the workforce used is 4 people. The use of quail cage measuring 180 m² with a model of battery cages. The number of seeds used per production period was 5000 heads, 55.114 kg of feed, 3,000 grams of trimezyn-s medicine, 4,300 grams of vitamins and 763.25 HOK for labor. The production costs incurred per production process are Rp. 470,231,240 and the production of eggs produced is 18,097 kg, manure is 91,800 kg and quail rejected are 4,875 tails. Net income per production period is Rp. 133,526,049 and RCR is 1.28. The total cost of marketing channel I : Rp 1,006,842, channel II : 1,544,186 and channel III : 589,84. Margin for channel I : IDR 5,000 and channel II : IDR 4,000. The profit of channel I : Rp. 3,993,158, channel II : 2,455.814 and the efficient channel is the third channel.

Keywords: Livestock Business, Quail, Marketing.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Usaha Ternak dan Pemasaran Burung Puyuh (Studi Kasus Pada Perusahaan Puyuh Ashter) di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu pembimbing Ir. Hj. Septina Elida, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta arahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Dekan, Ketua Prodi, Dosen dan Karyawan tata Usaha Fakultas Pertanian UIR. Ucapan terimakasih juga saya ucapkan kepada kedua orang tua, rekan-rekan dan semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materil sehingga selesainya penyusunan skripsi ini.

Penulis sudah berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi ini, adapun jika terdapat kesalahan dan kekurangan penulis mengharapkan saran dan kritikan untuk perbaikan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat dijadikan panduan dalam melaksanakan penelitian yang akan dilakukan.

Pekanbaru, September 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
DAFTAR DOKUMENTASI	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Karakteristik Pengusaha.....	8
2.1.1. Umur.....	8
2.1.2. Tingkat Pendidikan.....	9
2.1.3. Pengalaman Usaha.....	9
2.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga	10
2.2. Morfologi dan Fisiologis Burung Puyuh.....	10
2.2.1. Morfologi Burung Puyuh.....	10
2.2.2. Fase Fisiologis Burung Puyuh.....	11
2.3. Usaha Burung Puyuh.....	13
2.4. Profil Usaha.....	17
2.4.1. Bentuk Usaha	17
2.4.2. Skala Usaha	20
2.5. Penggunaan Sarana Produksi	21
2.5.1. Kandang Burung Puyuh.....	21
2.5.2. Bibit Burung Puyuh	22

2.5.3. Pakan Burung Puyuh	24
2.5.4. Vitamin dan Obat-Obatan.....	25
2.6. Analisis Usaha Burung Puyuh	26
2.6.1. Produksi	27
2.6.2. Biaya Produksi.....	28
2.6.3. Pendapatan.....	29
2.6.4. Efisiensi	30
2.7. Pemasaran	31
2.7.1. Pengertian Pemasaran.....	31
2.7.2. Saluran dan Lembaga Pemasaran.....	32
2.7.3. Fungsi Pemasaran	34
2.7.4. Biaya Pemasaran.....	36
2.7.5. Margin Pemasaran	37
2.7.6. Keuntungan Pemasaran	37
2.7.7. Efisiensi Pemasaran.....	38
2.8. Penelitian Terdahulu	39
2.9. Kerangka Pemikiran.....	45
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1. Metode Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.2. Teknik Pengambilan Responden.....	46
3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	47
3.4. Konsep Operasional	47
3.5. Analisis Data	49
3.5.1. Karakteristik dan Profil Usaha Burung Puyuh	49
3.5.2. Penggunaan Faktor Produksi	49
3.5.3. Analisis Usaha Burung Puyuh.....	50
3.5.4. Analisis Pemasaran Burung Puyuh.....	53
BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	56
4.1. Geografi dan Topografi Daerah Penelitian.....	56
4.2. Jumlah Penduduk.....	56
4.3. Umur Penduduk.....	57
4.4. Tingkat Pendidikan Penduduk.....	58

4.5. Mata Pencaharian	59
4.6. Potensi Peternakan.....	60
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	62
5.1. Karakteristik Responden dan Profil Usaha.....	62
5.1.1. Karakteristik Responden	62
5.1.2. Profil Usaha.....	65
5.2. Penggunaan Sarana Produksi Burung Puyuh	66
5.2.1. Kandang Burung Puyuh	67
5.2.2. Bibit Burung Puyuh.....	67
5.2.3. Pakan Burung Puyuh.....	68
5.2.4. Obat-obatan dan Vitamin	68
5.2.5. Tenaga Kerja	69
5.2.6. Peralatan.....	70
5.2.7. Proses Budidaya Burung Puyuh.....	71
5.3. Analisis Usaha Burung Puyuh.....	73
5.3.1. Biaya Produksi	73
5.3.2. Produksi.....	76
5.3.3. Pendapatan	77
5.3.4. Efisiensi.....	77
5.4. Analisis Pemasaran Burung Puyuh.....	78
5.4.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran.....	78
5.4.2. Fungsi Pemasaran.....	79
5.4.3. Biaya Pemasaran, Margin, Keuntungan dan Efisiensi.....	82
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
6.1. Kesimpulan.....	86
6.2. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perbedaan Susunan Protein dan Lemak Telur Unggas	2
2. Perkembangan Populasi Puyuh di Riau Tahun 2014-2018.....	3
3. Produksi Telur Ternak di Kabupaten Siak Tahun 2014-2018	4
4. Jumlah Penduduk Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2020.....	57
5. Jumlah Penduduk Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Berdasarkan Kelompok Umur Tahun 2020.....	57
6. Jumlah Penduduk Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2020.....	58
7. Distribusi Mata Pencaharian Penduduk di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	59
8. Potensi Peternakan di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	60
9. Karakteristik Pengusaha Burung Puyuh, Tenaga Kerja dan Pedagang Meliputi Umur, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Berusaha, Pengalaman Berdagang dan Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020	63
10. Jumlah Penggunaan Rata-rata Sarana Produksi Pada Usaha Ternak Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	66
11. Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Per Periode Produksi Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	70

12. Distribusi Penggunaan Peralatan Usaha Ternak Burung Puyuh Ashter Tahun 2020.....	71
13. Jumlah Penggunaan Biaya, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Ternak Burung Puyuh Per Periode Produksi di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	75
14. Pendapatan Kotor Usaha Ternak Burung Puyuh Ashter di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	77
15. Fungsi-fungsi Pemasaran Telur Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	80
16. Analisis Biaya Pemasaran, Margin, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Telur Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	45
2. Saluran Pemasaran Burung Puyuh	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Pengusaha, Tenaga Kerja dan Pedagang Pada Usaha Ternak Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	92
2. Distribusi Penggunaan Sarana Produksi Pada Usaha Ternak Burung Puyuh Ashter di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	93
3. Distribusi Penggunaan Sarana Produksi Pada Usaha Ternak Burung Puyuh Ashter di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau tahun 2020	94
4. Distribusi Penggunaan Peralatan Pada Usaha Ternak Burung Puyuh Ashter di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020	95
5. Distribusi Pendapatan Kotor Pada Usaha Ternak Burung Puyuh Ashter di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020	96
6. Nilai Efisiensi Pada Usaha Ternak Burung Puyuh Ashter di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	97
7. Pemasaran Telur Burung Puyuh Ashter di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.....	98
8. Biaya Pemasaran Agen, Pedagang Pengecer Telur Burung Puyuh Ashter di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020	99
9. Dokumentasi	100

DAFTAR DOKUMENTASI

Dokumentasi	Halaman
1. Gambar Wawancara dengan Pengusaha.....	100
2. Gambar Pengusaha dengan Peneliti	100
3. Gambar Peneliti dengan Staff di Kantor Desa.....	101
4. Gambar Keranjang Tempat Panen Telur.....	101
5. Gambar Pakan Murni.....	102
6. Gambar TRIMEZYN-S	102
7. Gambar Kandang Burung Puyuh.....	103
8. Gambar Burung Puyuh	103
9. Gambar Telur Puyuh Sudah di Kemas	104
10. Gambar Pemasaran Telur Burung Puyuh	104
11. Gambar Day Old Quail (DOQ)	105
12. Gambar Puyuh Afkir	105

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari kenyataan bahwa sebagian besar rakyat Indonesia hidup dari usaha pertanian. Oleh karena itu, pemerintah memberikan perhatian yang cukup terhadap pembangunan sektor pertanian. Sektor pertanian terdiri dari subsektor tanaman pangan, subsektor hortikultura, subsektor perkebunan, subsektor peternakan, subsektor kehutanan dan subsektor perikanan.

Subsektor peternakan merupakan salah satu sisi sektor pertanian yang mempunyai peran cukup besar kontribusinya dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional, disamping sebagai penopang dalam mensejahterakan rakyat banyak. Keuntungan yang dapat dirasakan langsung dari subsektor peternakan antara lain: sebagai sumber lapangan kerja, serta pendapatan dan sumber bahan pangan hewani yang bernilai gizi tinggi khususnya protein.

Peternakan terdiri dari berbagai macam yaitu ada peternakan sapi, kambing, ikan, ayam, itik, angsa, bebek, burung puyuh dan sebagainya. Usaha peternakan yang diminati oleh masyarakat saat ini salah satunya adalah usaha peternakan unggas. Hal ini dikarenakan peternakan unggas merupakan usaha yang dapat diusahakan mulai dari skala rumah tangga hingga skala usaha besar. Salah satu peternakan unggas yang diminati adalah peternakan burung puyuh, hal ini dikarenakan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh ternak puyuh diantaranya kemampuan produksi telurnya yang cepat dan tinggi (Listiyowati dan

Roospitasari, 2007). Peternakan burung puyuh terdiri atas beberapa jenis unit usaha, yaitu peternakan burung puyuh produksi telur dan peternakan burung puyuh produksi pembibitan. Burung puyuh petelur yang dipelihara dengan tujuan untuk menghasilkan telur. Puyuh betina mampu bertelur saat berumur sekitar 41 hari. Pada masa bertelur, dalam satu tahun dapat dihasilkan 250-300 butir telur dengan berat rata-rata 10 gram/butir, yaitu dalam periode bertelur sekitar 9-12 bulan. Jika ditinjau dari nilai kandungan gizi, telur puyuh tidak kalah penting dengan telur unggas lainnya dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani bagi masyarakat. Informasi perbandingan perbedaan susunan kandungan gizi telur unggas dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbedaan Susunan Kandungan Gizi Telur Unggas.

Jenis Unggas	Protein (%)	Lemak (%)	Karbohidrat (%)	Abu (%)
Ayam ras	12,7	11,3	0,9	1,0
Ayam buras	13,4	10,3	0,9	1,0
Itik	13,3	14,7	0,7	1,1
Angsa	13,9	13,3	1,5	1,1
Merpati	13,8	12,0	0,8	0,9
Kalkun	13,1	11,8	1,7	0,8
Puyuh	13,1	11,1	1,0	1,1

Sumber: Woodar, et al, 1973 dan sastry, et al. 1982 dalam Listiyowati dan Roospitasari (2007)

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa kandungan gizi yang terdapat pada telur unggas adalah protein, lemak, karbohidrat dan abu. Kandungan protein yang terkecil terdapat pada ayam ras, kalkun dan puyuh, sedangkan kandungan protein yang paling besar terdapat pada angsa, dan untuk kandungan lemak puyuh 11,1 %, kandungan karbohidrat 1,0 %, dan kandungan abu 1,1 %, maka semua kandungan gizi yang terdapat pada telur puyuh menempatkan telur puyuh sebagai konsumsi untuk pemenuhan kebutuhan protein hewani bagi masyarakat dalam mendukung tercapainya Pola Pangan Harapan (PPH) masyarakat.

Pada masa yang akan datang populasi penduduk di Riau diperkirakan mengalami pertumbuhan, hal ini diikuti dengan kebutuhan pangannya. Disisi lain telah terjadi perubahan pola konsumsi pangan akibat dari kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi pangan bergizi. Fenomena ini akan menyebabkan kenaikan permintaan terhadap burung puyuh, khususnya telur dan daging puyuh. Hal tersebut menjelaskan bahwa potensi pasar diperkirakan akan mengalami peningkatan pada tahun-tahun yang akan datang. Perkembangan populasi ternak burung puyuh di Riau disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perkembangan Populasi Puyuh di Riau Tahun 2014-2018.

Tahun	Jumlah (Ekor)	Peningkatan(Ekor)	Persentase (%)
2014	123.996	-	-
2015	141.323	17.327	0,14
2016	124.992	16.331	0,11
2017	125.382	390	0,32
2018	130.389	5.007	3,99

Sumber : Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2019

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 sampai tahun 2018 populasi puyuh cenderung meningkat. Jumlah puyuh pada tahun 2014 sebanyak 123.996 ekor dan pada tahun 2015 meningkat menjadi 141.323 ekor (0,14 %), di tahun 2016 mengalami penurunan sebanyak 0,11 %, penurunan populasi ini disebabkan semakin menurunnya jumlah peternak karena gagal dalam menjalankan usaha ternak burung puyuh. Pada tahun 2017 dan tahun 2018 populasi puyuh meningkat sebanyak 0,32 % dan 3,99 %. Peningkatan populasi ini terjadi karena tingginya permintaan konsumen untuk mengkonsumsinya. Hal ini merupakan peluang usaha dan pasar yang dapat dimanfaatkan oleh para peternak puyuh. Salah satu peternakan puyuh yang memanfaatkan peluang ini adalah Usaha Peternakan Puyuh Ashter yang terletak di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau. Usaha Peternakan Puyuh Ashter

merupakan peternakan yang sampai saat ini sedang melakukan pengembangan usaha dengan terus meningkatkan jumlah populasi ternak puyuh yang dikelolanya.

Usaha Peternakan Puyuh Asther berdiri pada tahun 2017, awal mulanya membangun usaha burung puyuh yaitu untuk meningkatkan taraf hidup rumahtangga, sebagai usaha sampingan dan menambah ekonomi keluarga. Jumlah populasi Usaha Peternakan Puyuh Asther berkisar 5000 ekor.

Produksi Telur Ternak di Kabupaten Siak disajikan pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Produksi Telur Ternak di Kabupaten Siak Tahun 2014-2018.

Jenis Ternak	2014	2015	2016	2017	2018
Ayam Buras	184,6	190,7	196,7	221,0	226,9
Ayam Petelur	1.244,3	1.372,8	1.485,7	1.506,2	1.644,5
Itik	273,1	278,5	292,0	302,7	298,9
Burung Puyuh	20,7	22,1	23,6	25,0	24,6
Itik Manila	30,0	31,4	33,2	35,1	33,5

Sumber: Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2019.

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah produksi telur puyuh dari tahun 2014 sampai tahun 2018 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Salah satu penyebab terjadinya kenaikan jumlah produksi puyuh di Kabupaten Siak yaitu adalah kualitas *Day Old Quail*.

Usaha untuk meningkatkan pendapatan peternak yang perlu dilakukan adalah meningkatkan produksi, baik kualitas maupun kuantitas, yang diiringi dengan sistem pemasaran yang baik. Tanpa sistem pemasaran yang baik, sering terjadi peningkatan produksi tetapi pendapatan peternakan malah menurun. Pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain harga produk, biaya produksi. Besar kecilnya biaya produksi seperti bibit, tenaga kerja dan lain-lain. Hal ini nantinya diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi peternak.

Jika suatu usaha peternakan hanya mengharapkan keuntungan saja tidaklah cukup, peternakan juga harus tumbuh. Pada kenyataannya apabila usaha

tersebut tidak tumbuh maka usaha tersebut tidak dapat mempertahankan keuntungan dalam jangka panjang. Para pemilik pengusaha menginginkan terjadinya pertumbuhan penghasilan.

Sampai saat ini usaha Peternakan Puyuh Asther masih terus berjalan dan dikembangkan. Namun pada usaha tersebut ada beberapa kendala terkait dengan modal dan terbatasnya sarana produksi, teknologi kurang tersedia serta terbatasnya pengetahuan mengenai cara beternak burung puyuh. Selain itu peternak juga belum mengetahui secara pasti pendapatan usaha sebenarnya dan masih melakukan perhitungan secara ekonomi, belum secara tertulis.

Dalam usaha ternak, setiap peternak mengharapkan keberhasilan dalam usahanya, parameter yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu usaha adalah tingkat keuntungan yang diperoleh dengan cara pemanfaatan sarana produksi secara efisien. Sarana produksi dalam usaha adalah syarat mutlak untuk memperoleh keuntungan dan faktor yang sangat menentukan tercapainya tingkat keuntungan yang optimal dan ekonomis. Dalam mengelola usaha peternakan, peternak harus memahami tiga unsur penting dalam produksi yaitu: pembibitan, makanan ternak/pakan dan manajemen (pengelolaan usaha peternakan).

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Usaha Ternak dan Pemasaran Burung Puyuh (Studi Kasus Pada Perusahaan Puyuh Ashter) di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik pengusaha burung puyuh, tenaga kerja dan pedagang serta profil usaha burung puyuh di Desa Jati Mulya?
2. Bagaimana penggunaan sarana produksi usaha burung puyuh di Desa Jati Mulya?
3. Berapa besar biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi usaha burung puyuh di Desa Jati Mulya?
4. Bagaimana kegiatan pemasaran terkait lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran di Desa Jati Mulya?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Karakteristik pengusaha burung puyuh, tenaga kerja dan pedagang serta profil usaha ternak burung puyuh di Desa Jati Mulya.
2. Penggunaan sarana produksi usaha burung puyuh di Desa Jati Mulya.
3. Biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi usaha burung puyuh di Desa Jati Mulya.
4. Kegiatan pemasaran terkait lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran burung puyuh di Desa Jati Mulya.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Peneliti

Mengembangkan ilmu yang didapat selama kuliah di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

2. Petani/peternak

Sebagai sumbangan pemikiran dan informasi untuk mengambil keputusan yang tepat dalam perencanaan usaha peternakan burung puyuh yang akan dikembangkan.

3. Pemerintah

Memberikan masukan kepada pengambil keputusan untuk kebijakan dalam pengembangan komoditas burung puyuh di Kampung Jati Mulya.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Usaha ternak burung puyuh Ashter merupakan usaha ternak yang dikelola secara mandiri dan menggunakan modal sendiri. Di dalam usaha ternak burung puyuh Ashter terdapat dua jenis unit usaha yaitu: puyuh produksi telur dan puyuh produksi pembibitan, dalam penelitian ini hanya meneliti unit usaha puyuh produksi telur. Dalam analisis usaha ternak burung puyuh dihitung dari produksi telur, kotoran dan puyuh afkir sedangkan untuk analisis pemasaran hanya diperhitungkan produksi telur. Dan dalam penelitian ini difokuskan menganalisis karakteristik peternak, tenaga kerja dan pedagang (umur, lama pendidikan, pengalaman usaha, jumlah tanggungan keluarga), profil usaha (bentuk usaha, skala usaha), sarana produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan, efisiensi usaha, dan pemasaran terdiri dari saluran, lembaga, fungsi, biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Pengusaha

Menurut Soekartawi (2000), aspek yang mempengaruhi karakteristik internal petani sampel dalam mengelola usahatani. Karakteristik internal tersebut di antaranya usia, pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, penghasilan perbulan, lama pengalaman usahatani, lama menjadi anggota kelompok, dan penguasaan lahan yang meliputi luas lahan dan status kepemilikan lahan.

Karakteristik yang diamati dalam penelitian ini adalah umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga.

2.1.1. Umur

Menurut Hasyim (2006), bahwa umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usaha, umur juga dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal.

Pengusaha yang lebih tua bisa jadi mempunyai kemampuan dalam mengolah usaha yang konservatif muda lelah, sedangkan pengusaha muda mungkin lebih miskin dalam pengalaman dan keterampilan tetapi biasanya bersifat lebih progresif terhadap inovasi baru dan relatif lebih kuat. Dalam hubungan dengan perilaku pengusaha terhadap resiko, maka faktor sikap yang cenderung membentuk nilai perilaku pengusaha usia muda untul lebih berani menanggung resiko (Soekartawi, 2002).

2.1.2. Tingkat Pendidikan

Menurut Hasibuan (2005), mengatakan bahwa pendidikan merupakan indikator yang mencerminkan kemampuan seseorang agar dapat menyelesaikan suatu pekerjaan. Individu akan dianggap mampu menduduki suatu jabatan tertentu dengan latar belakang pendidikan yang tinggi dan jelas.

Menurut Andrew E. Sikula dalam Mangkunegara (2003) tingkat pendidikan adalah suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum. Dengan demikian Hariandja (2002) menyatakan bahwa tingkat pendidikan seorang karyawan dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan memperbaiki kinerja perusahaan.

2.1.3. Pengalaman Berusaha

Pengalaman bekerja biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu (misalnya lamanya seseorang bekerja sebagai pengusaha) hal ini disebabkan karena semakin lama orang tersebut bekerja, berarti pengalaman bekerjanya tinggi sehingga akan mempengaruhi pendapatan (Suwita, 2011).

Belajar dengan mengamati pengalaman pengusaha sangat penting, karena merupakan cara yang lebih baik untuk mengambil keputusan daripada dengan cara mengolah sendiri informasi yang ada. Misalnya seorang pengusaha dapat mengamati dengan seksama dari pengusaha lain yang lebih mencoba sebuah inovasi baru dan ini menjadi proses belajar secara sadar. Mempelajari pola perilaku baru, bisa juga tanpa disadari (Soekartawi, 2002).

2.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Hasyim (2006) menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan untuk memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong pengusaha untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya.

Semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau harus dipenuhi. Jumlah tanggungan keluarga akan mempengaruhi keputusan pengusaha dalam usahanya (Soekartawi, 2003).

2.2. Morfologi dan Fisiologis Burung Puyuh

2.2.1. Morfologi Burung Puyuh

Burung puyuh (*Coturnix-coturnix japonica*) adalah spesies burung dari genus *Coturnix* yang tersebar luas di seluruh daratan Eropa, Asia dan Afrika. Burung puyuh Jepang merupakan jenis burung puyuh yang berasal dari hutan dan mulai pertama kali dternakkan di wilayah Jepang. Di Indonesia burung puyuh mulai dikenal dan dibudidayakan akhir tahun 1979. Burung puyuh merupakan salah satu komoditi unggas yang sudah berkembang luas dan banyak dternakkan serta dapat dimanfaatkan sebagai sumber protein hewani dari produksi telur dan dagingnya.

Ternak burung puyuh termasuk ternak dengan produktivitas yang relatif tinggi. Siklus hidup burung puyuh yang singkat menyebabkan unggas ini cepat berproduksi. Sejak permulaan investasi sampai pemungutan hasilnya berlangsung dalam waktu singkat. Keadaan ini menimbulkan semangat bagi peternak dibandingkan dengan ayam ras tau ayam kampung (Topan, 2007).

Adapun taksonomi dari burung puyuh adalah sebagai berikut:

Kingdom : *Animalia*
Filum : *Chordata*
Kelas : *Aves*
Famili : *Phasianidae*
Ordo : *Galiformes*
Genus : *Coturnix*
Spesies : *Coturnix japonica*

2.2.2. Fase Fisiologis Burung Puyuh

Fase fisiologis burung puyuh dibagi menjadi 3, yaitu Fase *Starter*, *Grower* dan *Layer* atau *Finisher*.

a. Fase *Starter*

Fase *starter* merupakan fase pemeliharaan burung puyuh dari umur 1 hari *Day Old Quail* (DOQ) sampai umur 2-3 minggu. Pemeliharaan fase *starter* perlu memperhatikan persiapan pemeliharaan, pemilihan anak puyuh, perkandangan meliputi kandang, *brooder*, suhu, kelembaban dan kepadatan kandang. Pilihlah anak puyuh yang kondisi fisik sehat, kaki normal, dan dapat berdiri tegak tampak segar dan aktif, tidak dehidrasi, tidak ada kelainan bentuk dan tidak cacat fisik, warna bulu seragam sesuai dengan warna galur (*strain*) dan kondisi bulu kering dan jaminan kematian DOQ maksimal 2%. Fase *starter* merupakan fase penting untuk keberlanjutan pada fase-fase berikutnya, sebab penanganan yang salah pada fase ini akan berdampak pada fase *grower* dan *layer*.

b. Fase *Grower*

Fase *grower* dimulai saat burung puyuh berumur 3-6 minggu. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemeliharaan fase *grower*, meliputi perkandangan, pakan dan pencegahan penyakit. Pada fase ini masih berada pada kandang indukan, kebutuhan panas untuk puyuh dan jumlah puyuh harus dikurangi. Pada umur 16-21 hari dilakukan proses pemisahan antara jantan dan betina, sebab pada umur tersebut jenis kelamin betina dan jantan sudah dapat dibedakan dengan mudah. Cara penentuan jenis kelamin adalah dengan melihat warna bulu dada. Burung puyuh jantan memiliki bulu dada berwarna polos, sedangkan pada burung puyuh betina terdapat bintik-bintik berwarna hitam. Selain itu pada puyuh jantan terdapat tonjolan berupa titik berbentuk bulat atau lonjong dan jika ditekan mengeluarkan cairan putih kental, sedangkan puyuh betina pada bagian kloaka tidak terdapat tonjolan hanya berupa garis lurus (Wuryadi, 2011).

c. Fase *Layer*

Fase *layer* atau *finisher*, yaitu fase burung puyuh yang berumur 6 minggu ke atas dan sudah mulai memproduksi atau bertelur. Pada umur 42 hari burung puyuh dapat mencapai berat badan sekitar 120 gram/ekor. Tanda burung puyuh sedang memproduksi dapat dilihat dari kemampuan pertama bertelur, berat badan burung puyuh pada saat tersebut sekitar 140 gram/ekor. Salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam pemeliharaan fase *layer* adalah program pencahayaan, sebab dapat mempengaruhi produksi telur. Kandang untuk burung puyuh dalam fase produksi biasanya berupa kandang *layer*, sebab kandang *layer* memiliki banyak kelebihan. Kelebihan menggunakan kandang *layer* yaitu memudahkan

dalam hal pengawasan untuk memantau tumbuh dan kembang puyuh dan pencegahan penyakit, pemberian pakan yang mudah, praktis dalam hal menampung telur puyuh serta kotoran yang dihasilkan mudah dibersihkan.

2.3. Usaha Burung Puyuh

Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian (2016) mengatakan bahwa usaha peternakan adalah suatu usaha pembibitan atau budidaya peternakan dalam bentuk perusahaan peternakan atau peternakan rakyat yang diselenggarakan secara teratur dan terus menerus pada suatu tempat dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan komersial atau sebagai usaha sampingan, untuk menghasilkan ternak bibit atau ternak potong, telur, susu serta menggemukkan suatu jenis ternak termasuk mengumpulkan, mengedarkan dan memasarkannya.

Peternakan merupakan salah satu bagian dari subsektor pertanian. Mahasuci Allah dengan segala FirmanNya yang telah menciptakan beraneka macam hewan ternak dan beragam produk ternak yang sangat bermanfaat bagi manusia. Seperti dalam kutipan surat Allah sebagai berikut:

وَإِنَّ لَكُمْ فِي الْأَنْعَامِ لَعِبْرَةً ۖ نُسْقِيكُمْ مِمَّا فِي بُطُونِهَا وَلَكُمْ فِيهَا مَنَافِعُ كَثِيرَةٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ

Artinya: "Dan sesungguhnya pada binatang-binatang ternak, benar-benar terdapat pelajaran yang penting bagi kamu, Kami memberi minum kamu dari air susu yang ada dalam perutnya, dan (juga) pada binatang-binatang ternak itu terdapat faedah yang banyak untuk kamu, dan sebagian daripadanya kamu makan" (QS: Al-Mu'minun:21).

Dari surat tersebut dapat dilihat betapa pentingnya hewan ternak bagi manusia karena, produk utama ternak (susu, daging, telur dan madu) merupakan bahan pangan hewani yang memiliki gizi tinggi dan dibutuhkan manusia untuk

hidup sehat, cerdas, kreatif dan produktif. Selain itu, ternak merupakan sumber pendapatan, sebagai tabungan hidup (tabungan untuk membiaya sekolah dan untuk naik haji), sebagai tenaga kerja pengolah lahan, alat transportasi, penghasil biogas, pupuk organik dan sebagai hewan kesayangan. Hewan ternak juga bermanfaat dalam ritual keagamaan, seperti dalam pelaksanaan ibadah qurban, menunaikan zakat (zakat binatang ternak) dan sebagai dam pada saat melakukan ibadah haji.

Melihat banyaknya ayat yang menggunakan nama-nama hewan ternak ini patut menjadi bahan renungan. Hewan ternak merupakan sumber pelajaran yang penting di alam karena terdapat banyak hikmah dalam penciptaannya. Lihatlah bagaimana Allah memberikan kemampuan pada ternak ruminansia (sapi, kambing, domba dan kerbau) yang mampu mengubah rumput menjadi daging dan susu. Atau kemampuan yang dimiliki lebah madu dalam mengubah cairan nektar tanaman menjadi madu yang bermanfaat dan berkhasiat obat bagi manusia. Sedemikian besarnya peran usaha peternakan dalam kehidupan, maka sudah semestinya subsektor peternakan harus mendapat perhatian serius dari para pemimpin di negeri ini.

Peternakan dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu ternak besar, ternak kecil dan ternak unggas. Ternak besar adalah peternakan yang diusahakan dengan memelihara hewan yang berukuran besar seperti sapi, kerbau dan kuda. Ternak kecil adalah peternakan yang diusahakan dengan memelihara hewan yang berukuran kecil seperti kelinci, babi, domba dan kambing. Ternak unggas adalah peternakan yang diusahakan dengan memelihara hewan yang bersayap atau

sebangsa burung seperti ayam, itik, angsa dan burung puyuh (Achmanu dan Muharlien, 2011).

Menurut Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian (2016), ternak unggas merupakan ternak yang mempunyai potensi dikembangkan karena produknya cepat menghasilkan dan mengandung nilai gizi yang baik. Unggas dikelompokkan menjadi dua, yaitu unggas sebagai komoditas dan unggas sebagai sumberdaya. Ternak unggas sebagai komoditas dapat dimanfaatkan daging maupun telurnya. Ternak unggas sebagai sumberdaya dapat diperbaharui melalui reproduksi. Ternak unggas mempunyai prospek pasar yang baik, karena didukung oleh karakteristik produk unggas yang dapat diterima oleh masyarakat Indonesia. Komoditas unggas merupakan pendorong utama dalam penyediaan protein hewani nasional.

Agribisnis komoditas ternak unggas diarahkan untuk menghasilkan pangan protein hewani sebagai salah satu upaya dalam mempertahankan ketahanan pangan nasional, meningkatkan kemandirian usaha, melestarikan dan memanfaatkan secara sinergis keanekaragaman sumber daya lokal, untuk menjadi usaha peternak yang berkelanjutan dan mendorong serta menciptakan produk yang berdaya saing dalam upaya meraih perluasan ekspor (Saragih, 2010).

Menurut Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 33/Permentan/OT.140/22014, burung puyuh merupakan salah satu komoditas unggas yang mempunyai peran penting dalam menghasilkan telur dan daging untuk memenuhi kebutuhan protein hewani yang murah bagi masyarakat. Selain itu, kotorannya dapat dimanfaatkan sebagai pupuk organik. Sejalan dengan pertumbuhan penduduk dan pendapatan masyarakat, permintaan telur dan daging burung puyuh terus meningkat.

Budidaya burung puyuh mempunyai keunggulan antara lain: 1) telah menjadi salah satu bidang usaha yang diterima dan dikembangkan oleh masyarakat; 2) teknologi budidaya telah dikuasai; 3) pada usia 40 hari sudah bertelur; 4) perputaran modal relatif cepat; 5) telur dan daging burung puyuh mempunyai nilai gizi yang tinggi; 6) kotoran burung puyuh sebagai pupuk organik; 7) dan dapat menampung tenaga kerja terutama di kawasan pedesaan. Dengan berbagai keunggulan tersebut, budidaya burung puyuh perlu dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan peternak, perusahaan peternakan dan masyarakat.

Manfaat ternak burung puyuh antara lain: 1) Telur, saat ini telur puyuh sudah memasyarakat. Parameter tersebut dilihat dari mudahnya ditemukan penjual telur puyuh, baik pedagang sayur keliling, warung, toko, supermarket, bahkan asongan dijalan, dalam pesta pun hidangan berbahan telur puyuh dapat ditemui dengan mudah; 2) Daging puyuh, tidak kalah dengan daging ternak lainnya, mempunyai rasa yang enak, gurih dan nilai gizinya tinggi; 3) Kotoran, bau kotoran puyuh lebih menyengat dibandingkan dengan kotoran ayam atau unggas lainnya, apalagi bila puyuh diberi pakan berkadar protein tinggi. Namun, kotoran puyuh dapat dimanfaatkan sebagai pupuk yang sangat baik untuk tanaman sayur, tanaman hias, dan campuran bahan pakan (konsentrat) lemak; 4) Bibit, ternak puyuh dapat dijadikan sebagai tabungan, dari beternak puyuh, peternak dapat memperoleh telur, bibit dan apkiran. Bibit puyuh banyak dicari oleh peternak puyuh pemula untuk memulai bisnisnya.

2.4. Profil Usaha

Pengertian profil usaha menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah gambaran atau pandangan mengenai kegiatan-kegiatan usaha yang dilakukan oleh seorang pengusaha. Kegiatan usaha ini mengarah pada kegiatan dibidang perdagangan maupun jasa dengan maksud mencari keuntungan. Profil usaha meliputi: sejarah usaha, bentuk usaha, skala usaha, manajemen, modal dan tenaga kerja. Profil usaha peternakan yang diteliti dalam penelitian ini adalah: bentuk usaha dan skala usaha.

2.4.1. Bentuk Usaha

Dominick Salvatore (1989), menyatakan bentuk usaha adalah suatu organisasi yang mengkombinasikan dan mengkoordinasikan sumber daya untuk tujuan memproduksi atau menghasilkan barang-barang atau jasa untuk dijual. Sementara menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia bentuk usaha merupakan sekumpulan orang dan modal yang mempunyai aktivitas yang bergerak di bidang perdagangan atau perusahaan.

Ada beberapa bentuk usaha yaitu :

a. Perusahaan perseorangan

Perusahaan perseorangan adalah sebuah usaha yang hanya dimiliki oleh seseorang saja. Pemiliknya bertanggung jawab penuh atas semua kegiatan usaha termasuk resiko usahanya. Karena itu, harta pribadi dan harta perusahaan kerap disebut sebagai kekayaan perusahaan. Kelebihan bentuk usaha ini adalah kebebasan bergerak, tidak ada pemungutan pajak perusahaan, pajak dibebankan kepada pemilik saja serta pemilik punya kuasa penuh pada bidang usaha dengan

kerahasiaan yang terjamin dan proses pengambilan keputusan yang cepat. Namun kekurangannya keterbatasan keuangan, manajerial dan karyawan terbatas.

b. Firma

Firma adalah kerjasama menjalankan usaha yang dilakukan oleh 2 orang atau lebih dengan nama bersama. Masing-masing anggota firma memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas. Meskipun anggotanya punya kesatuan nama dalam menjalankann usahanya, melainkan firma bukanlah badan hukum, melainkan hanya sebutan dari anggota bersama-sama. Kelebihan bentuk usaha ini adalah penguasaan keuntungan yang tinggi meskipun harus dibagi dengan anggotanya serta penanganan aspek hokum minimal. Sedangkan kekurangannya adalah rentan konflik karena pembagian keuntungan dan strategi bisnis.

c. CV (Persekutuan Komanditer)

CV adalah bentuk perjanjian kerjasama dalam mendirikan usaha antara orang yang bersedia mengatur dan bertanggung jawab penuh dengan kekayaan pribadinya dengan orang yang hanya memberikan modal tapi tidak bersedia memimpin perusahaan tersebut, tanggung jawab yang dipikulnya terbatas pada besarnya modal yang ditanamkan. Kelebihan dari bentuk usaha ini adalah prosesnya mudah dan statusnya setara dengan PT, pemisahan kekayaan CV dan sekutu juga dilakukan, serta manajemennya jauh lebih baik. Kekurangannya adalah bidang usaha terbatas, bila sekutu pasif menjadi sekutu aktif maka akan bertanggung jawab pribadi.

d. PT (Perseroan Terbatas)

PT adalah badan usaha sekaligus badan hukum yang terdiri dari para pemegang saham yang disebut stockholder dengan tanggung jawab terbatas terhadap utang-utang perusahaan sebesar modal yang mereka tanamkan. Kelebihan PT adalah asset dan harta yang dimiliki sebagai pribadi lebih aman dan terlindungi, kekurangannya adalah adanya potongan pajak yang tinggi, serta laba yang dibagi kepada pemegang saham dikenakan pajak.

e. Persero (Perseroan Terbatas Negara)

Persero adalah bentuk perusahaan milik negara yang sebelumnya bernama perusahaan negara. Umumnya persero ini terjadi dari perusahaan negara yang kemudian diadakan penambahan modal yang ditawarkan kepada pihak swasta. Kelebihan bentuk usaha ini adalah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh kebutuhan hidup berupa barang dan jasa, membuka dan memperluas lapangan pekerjaan bagi penduduk angkatan kerja. Kekurangannya adalah sering mengalami kerugian karena sifat usaha yang mengutamakan kepentingan publik dibandingkan pertimbangan ekonomi.

f. Koperasi

Koperasi adalah perkumpulan orang-orang yang memiliki tujuan untuk mengadakan kerjasama. Koperasi bertujuan untuk menampung kegiatan perekonomian pada tingkat lapisan bawah. Kelebihan koperasi adalah sukarela dan terbuka, mengutamakan persatuan, mengusung asas persamaan, hubungan dan kerjasama, membina dan mendidik anggota. Kekurangannya adalah tidak semua anggota memiliki kesadaran penuh dan sama dalam menjalankan prinsip-prinsip dan kegiatan berkoperasi dengan baik.

2.4.2. Skala Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan serta menumbuhkan dan mengembangkan usahanya menjadi usaha yang tangguh, mandiri dan meningkatkan peran usaha dalam penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki kriteria sebagai berikut: 1) Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000.-(lima puluh juta rupiah) diluar tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000.-(tiga ratus juta rupiah). 2) Usaha Kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000.-(lima puluh juta rupiah) sampai Rp 500.000.000.-(lima ratus juta rupiah) diluar tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000.-(tiga ratus juta rupiah) sampai Rp 2.500.000.000.-(dua milyar lima ratus juta rupiah) dan 3) Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000.-(lima ratus juta rupiah) sampai Rp 10.000.000.000.-(sepuluh milyar rupiah) diluar tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000.-(dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai Rp 50.000.000.000.-(lima puluh milyar rupiah). Selain itu skala usaha juga ditentukan dari kriteria jumlah tenaga kerja, skala usaha mikro menggunakan tenaga kerja 1 sampai 3 orang, usaha kecil menggunakan tenaga kerja 4 sampai 19 orang sedangkan untuk usaha menengah menggunakan tenaga kerja 20 sampai 99 orang. Kemudian berdasarkan jumlah

ternak yang dipelihara menurut skala usaha mikro dan kecil berjumlah 250 sampai 5000 ekor dan untuk skala menengah berjumlah 6.000 sampai 8.000.

2.5. Penggunaan Sarana Produksi

2.5.1. Kandang Burung Puyuh

Pada dasarnya kandang burung puyuh sama dengan kandang ayam lainnya. Kandang burung puyuh yang dibuat sebaiknya memperhatikan lingkungan seperti, sirkulasi udara yang masuk dalam kandang, cukup mendapat sinar matahari tetapi tidak secara langsung, tidak lembab, jauh dari tempat penyimpanan bahan-bahan kimia yang menghasilkan bau, hindari suara gaduh atau suara bising, tempat pijakan sebaiknya terbuat dari kawat, rotan, bamboo atau anyaman.

Kandang burung puyuh adalah tempat hidup burung puyuh yang dapat memberikan perlindungan yang cukup, hidup di lingkungan yang sehat dan dapat efisiensi penggunaan tenaga kerja.

Kandang untuk burung puyuh digolongkan menjadi dua kandang, diantaranya kandang litter (lantai sekam) dan kandang sangkar (baterai). Tipe kandang sistem litter merupakan alas lantai sebuah kandang yang terbuat dari serbuk atau butiran-butiran benda yang mampu menyerap air dan bersifat lembut.

Sedangkan kandang tipe sangkar (baterai) merupakan tipe umum dan banyak ditemui di Indonesia. Umumnya ada kandang baterai yang disusun lurus keatas dengan ukuran kandang 60 x 50 x 30 cm dengan daya tampung kurang lebih 12 ekor puyuh per sekat kandang dan ada kandang baterai yang disusun miring membentuk huruf V dan W. Keuntungan sistem baterai dapat memudahkan pembersihan,

Adapun kandang yang biasa digunakan dalam budidaya burung puyuh, diantaranya adalah 1) kandang untuk induk pembibitan yaitu kandang yang berpengaruh langsung terhadap produktifitas dan kemampuan menghasilkan telur yang berkualitas, 2) kandang untuk induk petelur yaitu berfungsi sebagai kandang untuk induk pembibit, 3) kandang untuk fase starter yaitu kandang bagi anak puyuh mulai umur satu hari sampai 2-3 minggu 4) kandang untuk fase grower yaitu kandang untuk puyuh berumur 3-6 minggu, 5) kandang fase layer yaitu kandang untuk puyuh lebih dari 6 minggu.

2.5.2. Bibit Burung Puyuh

Bibit burung puyuh merupakan faktor utama dalam usaha ternak burung puyuh untuk menunjang keberhasilan suatu usaha dalam meningkatkan produktivitas yang tinggi.

Pemilihan bibit burung puyuh disesuaikan dengan tujuan pemeliharaan. Secara umum cara pemilihan bibit burung puyuh sama dengan pemilihan bibit pada ayam atau itik, yaitu dipilih berdasarkan kemampuan induknya seperti kemampuan produksi, kemampuan untuk tumbuh, serta penampilan fisik yang tidak cacat, sehat dan lincah. Ciri induk puyuh betina yang baik antara lain bentuk badan lebih besar dari jantan, lebih galak, tidak suka berlari-larian, bulu dada beraneka warna, terhias oleh titik dasar coklat, sedangkan induk jantan yang baik antara lain bertubuh lebih kecil dari betina, bulu dada berwarna coklat muda yang merata, suka berkelahi, lincah suka berlari-lari.

Burung puyuh yang sudah cukup umur akan mencari pasangan dan perkawinan terjadi di siang hari. Puyuh juga bisa bertelur tanpa harus dikawinkan dengan si pejantan, karena bila ingin memelihara burung puyuh hanya untuk

menghasilkan telur untuk dikonsumsi maka hanya dipelihara burung puyuh betina.

Sebagian telur yang dihasilkan perlu ditetaskan untuk mendapatkan induk baru atau untuk mendapatkan daging yang baru. Agar sukses dalam penetasan yang baik, maka perlu diketahui ciri-ciri telur yang baik untuk dikonsumsi maupun untuk ditetaskan. Ciri untuk telur yang dikonsumsi adalah mutunya baik, tidak ada keretakan, besarnya rata. Sedangkan untuk telur puyuh yang akan ditetaskan mempunyai ciri-ciri antara lain: warna dasarnya tidak menyolok kecoklatan, bintik-bintik atau garis belangnya cukup kelihatan, kulitnya tidak retak, tidak tersimpan lebih dari 4 hari.

Penetasan telur puyuh tanpa dierami dengan induknya sudah banyak digunakan dalam berbagai cara maupun alat, yang pada umumnya memakai alat atau mesin tetas. Telur yang baik untuk ditetaskan adalah hasil dari induk dan pejantan yang sehat, jumlah antara betina dan jantan berbanding 1:3 dalam setiap kandang, kondisi puyuh dan kandang dalam keadaan baik, betina dan jantan cukup mendapatkan makan yang merupakan bibit-bibit unggulan, telur dalam keadaan bersih, tidak retak, warna kulitnya tidak menyolok gelap atau terang, berat telur puyuh minimal 10 gram. Cara penetasan yang baik dilakukan dengan bantuan mesin tetas. Dengan cara ini ratusan telur bisa sekaligus ditetaskan secara bersamaan. Hasilnya anak puyuh akan berukuran seragam dengan usia sama dan kualitas sama. Namun bila mesin tetas tidak ada, maka induk puyuh akan menggantikan mesin tetas.

2.5.3. Pakan Burung Puyuh

Pakan adalah pakan murni atau campuran, baik yang diolah maupun yang tidak diolah, yang diberikan kepada burung puyuh untuk kelangsungan hidup, berproduksi dan berkembang biak. Pakan untuk burung puyuh perlu memperhatikan beberapa hal seperti kebutuhan nutrisi sesuai dengan fase pertumbuhan atau umur burung puyuh serta ketersediaan dan kualitas bahan pakan yang digunakan.

Fungsi pakan burung puyuh yaitu untuk pertumbuhan anak burung puyuh menjadi burung puyuh dewasa, untuk mempertahankan hidup artinya walau pertumbuhannya sudah optimal, tetapi didalam hidupnya burung puyuh masih membutuhkan makanan untuk produksi dimana produk utama dari burung puyuh adalah telur dan daging.

Puyuh membutuhkan beberapa unsur nutrisi untuk kebutuhan hidupnya. Unsur-unsur tersebut adalah protein, energi, vitamin, mineral dan air. Kekurangan unsur-unsur tersebut dapat mengakibatkan gangguan kesehatan dan menurunkan produktivitas. Semua kebutuhan puyuh harus dipenuhi, seluruh unsur gizi digunakan untuk kebutuhan hidupnya, untuk menggantikan bagian-bagian tubuh yang rusak dan untuk pembentukan telur (Rasyaf, 2003).

Kebutuhan nutrisi untuk ternak puyuh setiap harinya berbeda, tidak boleh disamakan. Pakan ini dibedakan menjadi pakan untuk burung puyuh fase *starter*, fase *grower*, dan fase *finisher*.

Pemberian pakan pada DOQ dapat diberi pakan dalam bentuk *mash* (tepung) yang ditaburkan di atas lantai untuk merangsang dan mengenalkan pakan. Selain itu air minum harus tersedia di dalam kandang. Sedangkan pada

fase *starter*, pakan dapat diberikan dalam wadah nampan lebar di dalam kandang. Wadah yang datar bertujuan untuk mempermudah puyuh memakan pakan. Permukaan nampan dapat ditutup dengan kawat ram berukuran 1 inch agar puyuh tidak mengais-ngais dan menumpahkan pakan ke kandang. Pakan harus diganti setiap hari dan sisa pakan sebaiknya jangan diberikan kembali kepada puyuh. Kebutuhan pakan tiap ekor burung puyuh/hari yaitu umur 7 hari adalah 3,95 gram dan untuk umur 14 hari adalah 7,15 gram (Slamet, 2014).

Untuk fase *grower* kebutuhan pakan burung puyuh berumur 21-28 hari adalah 11,15 gram dan untuk umur 29-35 hari adalah 20,67 gram. Pada fase *grower*, pakan dapat diberikan dalam wadah nampan lebar di dalam kandang. Pakan diberikan dalam kondisi kering (Slamet, 2014).

Fase *finisher* berumur 42 hari kebutuhan pakan burung puyuh adalah 22,77 gram. Jika burung puyuh berada dalam fase pertumbuhan dan fase bertelur, maka konsumsi pakan semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan energi metabolisme per hari (Wahju, 2004).

2.5.4. Vitamin dan Obat-obatan

Dalam melakukan usaha ternak burung puyuh, penyakit merupakan faktor yang selalu menghantui para peternak, bila ternak puyuh mengalami penyakit maka hampir seluruh populasi puyuh akan mengalami kematian. Sebelum melakukan usaha ternak burung puyuh maka perlu mempersiapkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kelangsungan dan keberhasilan produksi usaha burung puyuh.

Vitamin yang diberikan dalam proses usaha ternak burung puyuh dilakukan untuk mencegah agar burung puyuh tidak terserang penyakit. Namun

jika puyuh terserang penyakit, puyuh harus diberikan pengobatan yang sesuai dengan penyakit puyuh tersebut. Vitamin dan obat diberikan sesuai dengan dosis yang telah ditentukan secara teratur. Vitamin dapat diberikan melalui tetes mata atau air minum.

2.6. Analisis Usaha Ternak Burung Puyuh

Usaha ternak burung puyuh adalah ilmu yang mempelajari tentang cara peternak mengolah input atau faktor-faktor produksi. Dengan efektif, efisien dan kontiniu untuk menghasilkan produksi yang tinggi sehingga pendapatan peternak meningkat. Usaha ternak adalah ilmu yang mempelajari norma-norma yang dapat diperoleh pendapatan setinggi-tingginya (Vink, 1949) dalam Abd. Rahim, dan Diah Retno Dwi Hastuti (2008).

Ada tiga data yang sering dipakai dalam melakukan analisis usahatani. Data tersebut meliputi biaya, penerimaan dan pendapatan usahatani. Cara analisis terhadap tiga variabel ini sering disebut dengan analisis anggaran arus uang tunai (*cash flow analysis*). Biaya usahatani diklasifikasikan menjadi dua, biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variabel cost*). Biaya tetap umumnya didefinisikan biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Contoh biaya tetap: pajak, sewa tanah, alat pertanian dan iuran irigasi. Biaya tidak tetap atau variabel cost didefinisikan sebagai biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh. Contohnya biaya untuk sarana produksi, jika menginginkan produksi yang tinggi, maka tenaga kerja perlu ditambah, pupuk juga perlu ditambah dan sebagainya, sehingga biaya ini sifatnya berubah-ubah tergantung dari besar

kecilnya produksi yang diinginkan. Pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan semuanya biaya (Soekartawi, 2006), dalam (Notarianto, 2011).

Dalam melakukan usaha pertanian seorang petani akan selalu berfikir bagaimana ia dapat mengalokasikan input yang dimiliki seefisien mungkin untuk dapat memperoleh produksi yang maksimal (Soekartawi, 2002). Tujuan dari analisis usahatani adalah untuk mengetahui berapa besar pendapatan yang diterima oleh petani dan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan setiap panen, sehingga tingkat pendapatan petani diketahui.

Dalam pelaksanaan penghitungan pendapatan usahatani perlu diketahui tentang (1) pendapatan kotor usahatani merupakan nilai total produksi usahatani dalam jangka waktu tertentu baik dijual maupun tidak dijual, (2) pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total pengeluaran usahatani, (3) pengeluaran total usahatani yaitu semua masukan yang habis dipakai dalam proses produksi tidak termasuk tenaga kerja dalam keluarga petani (Soekartawi, 2006).

2.6.1. Produksi

Pembangunan pertanian diartikan sebagai salah satu proses yang ditunjukkan untuk meningkatkan produksi pertanian, mempertinggi pendapatan dan produktivitas usahatani untuk menuju kehidupan yang lebih baik. Meningkatnya produksi petani adalah sebagai akibat dari pemakaian teknologi dalam usahatani. Penggunaan teknologi dalam intensifikasi bertujuan agar ada peningkatan hasil yang tidak merugikan petani. Usaha intensifikasi menghendaki lebih banyak menggunakan faktor produksi, tenaga kerja dan modal atas sebidang tanah untuk mencapai produksi yang tinggi (Mubyarto, 2000).

Tanah sebagai sumber daya alam yang digunakan dalam usaha pertanian lebih dikenal sebagai lahan pertanian. Lahan merupakan faktor produksi utama dalam usaha pada sektor pertanian, disamping modal, tenaga kerja dan manajemen. Hal ini dapat dibuktikan dari besarnya balas jasa yang diterima dari faktor produksi lahan dibandingkan dengan faktor produksi lainnya. Tanpa adanya lahan, usaha pertanian menjadi sulit dilakukan (Mubyarto, 2001).

Selain tanah dan tenaga kerja, hal yang paling penting adalah modal. Modal dalam artian adalah uang atau barang yang bersama faktor produksi lainnya menghasilkan barang-barang baru yaitu hasil pertanian. Bagi negara-negara yang sedang berkembang yang sering menjadi kendala adalah modal, sehingga sulit untuk mengembangkan perluasan wilayah pertanian. Cara yang paling mudah dan tepat untuk memajukan pertanian dan peningkatan produksi adalah dengan memperbesar bunga modal. Hal inilah yang menjadi dasar usaha intensifikasi pertanian dengan penggunaan bibit unggul, pestisida, pupuk dan lainnya (Mubyarto, 2001).

Tenaga kerja merupakan faktor produksi kedua setelah tanah, dimana faktor yang mempengaruhi tenaga kerja antara lain adalah umur, pendidikan, keterampilan serta pengalaman berusahatani dan tingkat kesehatan (Hernanto, 2007).

2.6.2. Biaya Produksi

Biaya yaitu sejumlah pengeluaran perusahaan atau petani untuk keperluan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran (badan perantara) dan laba (profit) yang diterima oleh lembaga yang bersangkutan (Hanafiah dan Saifuddin, 2006).

Biaya dapat dikategorikan menjadi empat yaitu biaya tetap, biaya variabel, biaya tunai dan biaya tidak tunai. Biaya tetap adalah besar kecilnya biaya tidak dipengaruhi oleh skala produksi, seperti biaya penyusutan alat. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya sangat tergantung pada besar skala usaha, seperti biaya sarana produksi dan biaya tenaga kerja. Biaya tunai adalah biaya langsung yang dikeluarkan pada waktu pemakaian faktor produksi, sedangkan biaya tidak tunai adalah biaya yang tidak langsung dikeluarkan pada saat pemakaian sarana produksi.

2.6.3. Pendapatan

Pendapatan seseorang adalah jumlah penghasilan yang diterima dalam periode tertentu misalnya satu bulan, satu tahun dan lain-lain. Pendapatan rumahtanga petani dapat dibagi menjadi dua yaitu pendapatan yang berasal dari usahatani dan pendapatan yang berasal dari luar usahatani (Kadariah, 2002). Sedangkan menurut Sukirno (2010), pendapatan dapat bersumber dari penjualan barang dan jasa yang dibeli atau yang digunakan oleh konsumen.

Besar kecilnya pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: (1) efisiensi biaya produksi, produk yang efisien akan meningkatkan pendapatan bersih pengusaha, karena proses produksi yang efisien akan menyebabkan biaya produksi akan semakin rendah, (2) efisiensi pengadaan sarana dan faktor-faktor produksi (Mubyarto, 2001).

Pendapatan bersih usaha adalah selisih antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. Penerimaan usaha adalah nilai produk total usaha dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Penerimaan dihitung dengan mengalikan total produk dengan harga yang berlaku di pasar.

Sedangkan pengeluaran total usaha adalah nilai semua masukan yang bisa dipakai atau dikeluarkan dalam proses produksi. Pendapatan bersih berguna untuk mengukur imbalan yang diperoleh dari penggunaan faktor-faktor produksi (Soekartawi, 2006).

Besar kecilnya pendapatan dan keuntungan yang diterima petani tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan dan biaya-biaya yang dikeluarkan namun harga output merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan. Dalam hal ini pasar memegang peranan penting terhadap harga yang berlaku, sedangkan produsen selalu ada posisi yang paling lemah kedudukannya dalam merebut peluang pasar (Soekartawi, 1993).

Pelaksanaan penghitungan pendapatan usahatani perlu diketahui tentang (1) pendapatan kotor usahatani merupakan nilai total produksi usahatani dalam jangka waktu tertentu baik dijual maupun tidak dijual, (2) pengeluaran total usahatani, yaitu semua masukan yang habis dipakai dalam proses produksi tidak termasuk tenaga kerja dalam keluarga petani, (3) pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total pengeluaran usahatani.

2.6.4. Efisiensi

Dalam melakukan usaha pertanian seorang petani akan selalu berpikir bagaimana ia dapat mengalokasikan input yang ia miliki seefisien mungkin untuk dapat memperoleh produksi yang maksimal. Di pihak lain petani dihadapkan pada keterbatasan biaya dalam melaksanakan usahatannya, namun, petani tetap mencoba bagaimana meningkatkan pendapatan dan keuntungan dengan input yang terbatas (Soekartawi, 2002).

Untuk mencapai efisiensi produksi secara ekonomis dapat dilakukan dengan membandingkan penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, dan faktor-faktor produksi. Analisis efisiensi, suatu usaha perlu diperhatikan faktor-faktor produksinya agar tercapai tujuan yang diharapkan seperti keuntungan (Assauri, 2013).

2.7. Pemasaran

2.7.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial yang manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain (Kotler, 2010). Pemasaran merupakan subsistem dalam sistem agribisnis yang mencakup kegiatan pendistribusian produksi ke tangan konsumen. Petani tidak dapat menjual langsung menjual sendiri produksinya kepada konsumen, mereka memerlukan pihak lain untuk membantu memasarkan produk yang dihasilkan. Dengan demikian muncullah istilah pedagang pengumpul, pedagang perantara, pedagang pengecer, pemborong dan sebagainya. Karena masing-masing lembaga pemasaran ini ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran itu berbeda. Jadi di tingkat petani akan lebih rendah dari pada harga ditingkat pedagang pengumpul akan lebih rendah dari pada harga ditingkat pedagang perantara, maka harga ditingkat pedagang perantara juga akan lebih rendah dari pada tingkat pengecer (Soekartawi, 1993).

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi,

sedangkan menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan (Swastha, 2005).

Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan, (Sunarto, 2004).

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai (Kotler, 2005). Sedangkan menurut Kartajaya (2002), pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya.

2.7.2. Saluran dan Lembaga Pemasaran

1. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk dikonsumsi (Kotler, 2006). Sedangkan Bayu Swastha (2002), mendefinisikan saluran pemasaran merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen perantara dan sampai pada konsumen.

Panjang pendeknya saluran pemasaran dalam pendistribusian barang atau jasa tergantung pada faktor yaitu: skala produksi, jarak antara produsen ke konsumen, banyak sedikitnya jasa yang ditambahkan pada komoditi tersebut dan

sarana pengangkutan dan pergudangan dan juga dipengaruhi oleh jasa yang diberikan.

Saluran pemasaran adalah kelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Dari definisi tersebut dapat diketahui adanya beberapa unsur penting yaitu: (1) saluran pemasaran merupakan sekelompok lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan, (2) karena anggota kelompok terdiri atas beberapa pedagang dan beberapa agen, maka ada sebagian yang ikut memperoleh nama dan sebagian yang lain tidak. Tidak perlu bagi setiap saluran untuk menggunakan sebuah agen, tetapi pada prinsipnya setiap saluran untuk menggunakan sebuah agen, tetapi pada prinsipnya setiap saluran harus memiliki seorang pedagang alasannya adalah bahwa hanya pedagang saja yang di anggap tepat bagi sebagai pemilik untk memindahkan barang atau produk dalam hal ini distribusi fisik merupakan kegiatan yang penting, (3) tujuan dari saluran pemasaran adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu. Jadi pasar merupakan tujuan akhir dari kegiatan saluran, (4) saluran pemasaran melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan. Penggolongan produk menunjukkan jumlah dari berbagai keperluan produk yang dapat memberikan kepuasan pada pasar. Jadi barang atau jasa merupakan bagian dari penggolongan produk dan masing-masing produk mempunyai jumlah harga tertentu (Swastha, 2005).

2. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran untuk menyalurkan komoditas dari produsen ke konsumen (Rahim dan Retno, 2008).

Lembaga pemasaran yaitu badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dimana barang-barang yang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen. Lembaga pemasaran itu antara lain: (1) golongan produsen atau kelompok orang yang tugas utamanya menghasilkan barang-barang atau produksi, misalnya petani, (2) pasar atau sarana tempat jual beli lainnya, seperti pengecer, kedai, toko, agen-agen, pedagang perantara, (3) lembaga jasa pemerintah ataupun swasta yang membantu kelancaran alur pemasaran, seperti bank, asuransi, sarana telekomunikasi, periklanan dan lembaga jasa lainnya yang memberikan jasa untuk memperlancar fungsi tataniaga, dan (4) sarana dan pemasaran transportasi seperti jalan raya, bandara, pelabuhan dan sebagainya (Hanafiah dan Saefuddin, 2006).

2.7.3. Fungsi Pemasaran

Pemasaran suatu barang atau jasa memerlukan keterlibatan berbagai pihak seperti produsen, konsumen, maupun lembaga perantara. Pemasaran penyaluran barang atau jasa dari produsen ke tangan konsumen akhir memerlukan berbagai kegiatan fungsional pemasaran yang ditujukan untuk memperlancar proses penyaluran barang atau jasa secara efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kegiatan fungsional disebut fungsi-fungsi pemasaran.

Menurut Gumbira dan Harizt Intan (2004), fungsi pemasaran dapat didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan fungsional yang dilakukan oleh

lembaga-lembaga pemasaran, baik aktivitas proses fisik maupun aktivitas jasa, yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan arah penambahan kegunaan bentuk, waktu, tempat dan kepemilikan terhadap suatu produk.

Seperti yang dijelaskan oleh Sudiyono (2002) bahwa aliran produk pertanian dari produsen sampai kepada konsumen akhir disertai peningkatan nilai “guna” komoditi-komoditi pertanian tersebut. Peningkatan nilai “guna” ini terwujud hanya apabila terdapat lembaga-lembaga pemasaran yang melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran atas komoditi pertanian tersebut. Adapun fungsi-fungsi pemasaran dapat dikelompokkan tiga fungsi, yaitu:

1. Fungsi Pertukaran (*Exchange Function*)

Fungsi ini meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan pemindahan hak milik suatu barang atau jasa melalui suatu proses pertukaran. Proses pertukaran tersebut dapat terjadi apabila antara pembeli dan penjual menemukan kesepakatan dan menyetujui suatu nilai atau tingkat harga tertentu terhadap suatu jumlah unit tertentu dari suatu barang atau jasa yang akan diperjualbelikan. Fungsi pertukaran terdiri atas dua fungsi, yaitu usaha pembelian dan usaha penjualan. Lembaga pemasaran yang melakukan proses penjualan biasanya melibatkan makelar penjualan (*selling broker*), sedangkan lembaga pemasaran yang melakukan proses pembelian melibatkan makelar pembelian (*buying broker*).

2. Fungsi Fisik (*Physical Function*)

Fungsi ini meliputi semua aktivitas untuk menangani, menggerakkan dan mengubah produk-produk secara fisik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Fungsi-fungsi fisik tersebut meliputi penyimpanan, pengangkutan dan

pengolahan. Dengan demikian, fungsi fisik sangat terkait dengan kegiatan fungsional pemasaran yang menimbulkan kegunaan waktu, tempat dan bentuk.

3. Fungsi Fasilitas (*Facilitating Function*)

Fungsi fasilitas pemasaran mencakup semua kegiatan yang dapat membantu kelancaran proses pemasaran. Fungsi ini merupakan usaha-usaha perbaikan sistem pemasaran untuk meningkatkan efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga. Fungsi fasilitas dalam sistem pemasaran pertanian terdiri atas standarisasi dan pengelolaan mutu, pembiayaan, penanggungan resiko dan penyediaan informasi pasar.

2.7.4. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi: biaya angkutan, biaya pengeringan, pungutan retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lainnya, disebabkan karena: (a) macam komoditi, (b) lokasi pemasaran, (c) macam lembaga pemasaran serta efektifitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2002).

Mempertegas dalam mengenai sistem pemasaran pembiayaan merupakan fungsi mutlak yang harus diperlukan. Tinggi rendahnya biaya pemasaran akan berpengaruh terhadap harga eceran dan harga di tingkat produsen. Untuk mengukur biaya pemasaran biasanya dilihat dari margin pemasaran yaitu perbedaan harga yang diterima oleh penjual dan harga yang dibayar oleh pembeli akhir.

2.7.5. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu segi harga dan biaya pemasaran. Pada analisis pemasaran sering menggunakan konsep margin yang dipandang dari sisi harga. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima petani (produsen). Dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran ini, maka dapat dianalisis distribusi margin pemasaran di antara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2001).

Margin adalah perbedaan harga yang dibayar kepada penjual pertama dan harga yang dibeli oleh pembeli terakhir. Apabila margin dinyatakan dalam persentase, maka didapat apa yang disebut mark-up. Mark-up yaitu suatu persentase margin (margin dalam bentuk persentase) yang dihitung atas dasar harga pokok penjualan (*cost of goods solds*) atau harga penjualan.

Besar kecilnya margin pemasaran dipengaruhi oleh perubahan biaya pemasaran, keuntungan perantara, harga yang dibayarkan oleh konsumen dan harga yang diterima oleh produsen. Selain faktor itu, sifat barang yang diperdagangkan dan tingkat pengolahan juga mempengaruhi besarnya margin pemasaran. Variasi margin juga dipengaruhi pula oleh jarak daerah produsen ke konsumen, sifat barang yang secara keseluruhan akan menambah biaya pemasaran.

2.7.6. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan ekonomis ialah perbedaan antara penerimaan total dengan biaya total. Total penerimaan didapat dari hasil perkalian antara jumlah output

dengan harga produk. Manfaat dari analisis keuntungan ialah untuk melihat sejauh mana perusahaan menggunakan sumber daya langka dengan sebaik-baiknya. Tingginya tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan digunakan sebagai parameter tingkat efisiensi perusahaan dalam penggunaan sumberdaya yang dimiliki.

Besar kecilnya pendapatan dan keuntungan yang diterima petani tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan dan biaya-biaya yang dikeluarkan namun harga output merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan. Dalam hal ini pasar memegang peranan penting terhadap harga yang berlaku, sedangkan produsen selalu ada posisi yang paling lemah kedudukannya dalam merebut peluang pasar (Soekartawi, 1993).

2.7.7. Efisiensi Pemasaran

Sistem pemasaran dikatakan efisien jika telah memenuhi dua syarat yaitu : (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan (2) mampu melakukan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditi tersebut. Efisiensi terjadi jika : (a) dapat menekan biaya pemasaran sehingga keuntungan pemasaran lebih tinggi, (b) persentase perbedaan harga yang dibayarkan tidak terlalu tinggi, (c) tersedianya fasilitas fisik pemasaran, dan (d) adanya suatu persaingan atau kompetisi yang sehat.

Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjualan produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Sebaliknya konsumen menganggap sistem

pemasaran efisien apabila konsumen mudah mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang rendah.

Menstabilkan harga efisiensi pemasaran dapat dibedakan atas efisiensi : (a) teknis, dan (b) efisiensi ekonomi. Efisiensi teknis berarti pengendalian fisik dari pada produk dan dalam “*term*” ini mencakup hal-hal : prosedur teknis dan besarnya skala usaha, dengan tujuan penghematan fisik seperti mengurangi kerusakan (*waste*, mencegah merosotnya mutu produk, dan menghemat tenaga kerja. Sedangkan efisiensi ekonomis berarti bahwa perusahaan atau industri dengan teknik, skill, dan pengetahuan yang ada, dapat bekerja atas dasar biaya yang murah dan memperoleh profit (Saefuddin dan Hanafiah, 2006).

2.8. Penelitian Terdahulu

Muhibbin, M.M. dan Fuad, I.L. (2018), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Usaha Ternak Ayam Broiler (Studi Kasus Di Ternak Ayam Kunto Dewo Dusun Damar Desa Sekarmojo). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem produksi usaha peternakan ayam broiler, biaya produksi, penerimaan dan pendapatan bersih usaha, dan analisis efisiensi usahatani peternakan ayam broiler di ternak ayam Kunto Dewo. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Data kuantitatif dikumpulkan dan diolah kemudian dijelaskan secara deskriptif dan selanjutnya disajikan menggunakan model analisis efisiensi.

Hasil penelitian menunjukkan sistem produksi usaha ayam broiler di peternakan Kunto Dewo meliputi empat tahap yaitu persiapan kandang, pemberian pakan dan minum, pencatatan, dan tahap terakhir proses pemanenan. Untuk biaya produksi pada peternakan ayam broiler Kunto Dewo sebesar Rp

422,526,612. Sedangkan total penerimaan sebesar Rp 438,641,400. Hasil perhitungan BEP penerimaan sebesar Rp 114.536.532,26. untuk nilai BEP produksi sebesar 6.865,43 Kg, sedangkan nilai BEP harga Rp 16.251,02/Kg, dan Nilai BEP luas sebesar 2416,1 m². Perhitungan laba rugi peternakan Kunto Dewo mengalami keuntungan karena nilai penerimaan, hasil produksi, harga jual ayam, dan luas melebihi nilai perhitungan BEP. Sedangkan untuk nilai R/C Ratio sebesar 1.038 yang artinya bahwa usaha peternakan Kunto Dewo mendapatkan keuntungan karena nilai R/C ratio > 1 untuk hasil perhitungan B/C Ratio sebesar 3,813 yang artinya bahwa usaha peternakan Kunto Dewo berdasarkan hasil perhitungan B/C Ratio dikatakan tidak layak karena nilai B/C Ratio < dari bunga bank yang berlaku, bunga bank yang berlaku saat ini adalah 4,50%.

Mandak. Y dkk (2017), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Margin Pemasaran Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Manado. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, berapa besar margin dan keuntungan, berapa besar tingkat efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran ayam broiler di pasar tradisional Kota Manado. Model analisis data menggunakan pendekatan analisis deskriptif yaitu untuk mengkaji bentuk pemasaran ayam broiler dan analisis matematis untuk mengetahui jumlah margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian diperoleh bahwa rata-rata harga beli ayam broiler pada pedagang pengumpul adalah sebesar Rp 19.500 per kilogram dengan rata-rata harga jual sebesar Rp 27.000 per kilogram dan rata-rata total biaya pemasaran adalah sebesar Rp 3.903. Sedangkan rata-rata harga beli ayam broiler pada pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 26.182 per kilogram dengan rata-rata

harga jual sebesar Rp 29.364 per kilogram dan rata-rata total biaya pemasaran adalah sebesar Rp 1.789. Pasar bersehati dan pinasungkulan memiliki dua saluran pemasaran yakni : (1) Peternak ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen. (2) Peternak ke pedagang pengumpul ke konsumen. Jumlah margin dan keuntungan yang diperoleh berbeda pada tiap saluran, pada saluran pertama sebesar Rp 9.864 dan pada saluran dua jumlah margin yang diperoleh sebesar Rp 7.500, sedangkan keuntungan yang diperoleh dari saluran I yaitu sebesar Rp 4.172 dan pada saluran II mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 3.597. Saluran pemasaran ayam broiler sudah berlangsung secara efisien karena tingkat efisiensi pada kedua saluran pemasaran tersebut berada antara 0-33% yaitu saluran I sebesar 19,39 % dan saluran II sebesar 14,45 %.

Khaliq. A (2011), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong (Sapi Bali) di Kabupaten Polewali Mandar. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran sapi potong (sapi bali) di Kabupaten Polewali Mandar. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode deskriptif, kualitatif, dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat pola saluran pemasaran yaitu: 1) peternak-konsumen, 2) peternak-pedagang lokal-konsumen, 3) peternak-pedagang lokal-pedagang pemotong-konsumen, 4) peternak-pedagang lokal-pedagang besar-konsumen. Margin pemasaran disetiap lembaga pemasaran yaitu: pedagang lokal sebesar Rp 500.000/ekor, pedagang pemotong sebesar Rp 800.000/ekor dan pedagang besar sebesar Rp 800.000/ekor. Tingkat efisiensi pemasaran yang paling baik adalah tipe saluran I dengan nilai 0,38%, selanjutnya

saluran pemasaran II dan III masing-masing dengan nilai 0,74% dan 0,62%. Dan tipe saluran pemasaran IV merupakan saluran yang paling tidak efisien dengan nilai 1,73%.

Prasetyo dkk (2015), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang, penelitian ini bertujuan mengetahui saluran dan sistem pemasaran sapi potong di Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang, metode analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, analisis pemasaran meliputi biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, dan *farmer's share*. Hasil analisis menunjukkan bahwa analisis pemasaran penelitian ini menghasilkan saluran pemasaran yang paling banyak digunakan oleh peternak sapi potong di Kecamatan Sawangan adalah (peternak, pedagang pengumpul, konsumen) sebanyak 53 responden atau 88,4 %. Saluran pemasaran sapi potong di Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang yang paling efisien yaitu terdapat pada saluran pemasaran pertama (peternak, konsumen) karena mempunyai margin pemasaran paling rendah dan nilai *farmer's share* paling tinggi.

Soli. M (2020), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pendapatan Usaha Ternak Burung Puyuh di Kelurahan Dendang Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya pendapatan usaha ternak burung puyuh di Kelurahan Dendang Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat dan kelayakan ternak burung puyuh dengan melihat RCR. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode deskriptif, kuantitatif dan kualitatif.

Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa pendapatan peternak burung puyuh di Kelurahan Dendang Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat adalah

sebesar Rp. 226.631.500, yang terdiri dari penerimaan sebesar Rp 1.082.212.500 dan total biaya produksi sebesar Rp 858.581.000. Usaha ternak burung puyuh layak jika dilihat dari RCR, dimana RCR pada usaha ternak burung puyuh adalah 1,26.

Panekenan. J.O. dkk (2013), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Keuntungan Usaha Beternak Puyuh di Kecamatan Sonder Kabupaten Minahasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besarnya keuntungan dan biaya produksi burung puyuh. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode deskriptif, kualitatif, dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya tetap dalam usaha ini adalah sebesar Rp 76.721.125/periode produksi dengan rata-rata responden mengeluarkan biaya tetap sejumlah Rp 6.393.427/periode produksi. Biaya variabel mengeluarkan biaya sejumlah Rp 1.876.017 sejumlah Rp 168.936.844.25/periode produksi dengan rata-rata /periode produksi dengan rata-rata responden mengeluarkan biaya variabel sebesar Rp 168.936.844. Keuntungan yang didapat peternak sebesar Rp 611.849.525/periode produksi dengan rata-rata peternak memperoleh keuntungan sebesar Rp 50.987.460/periode produksi.

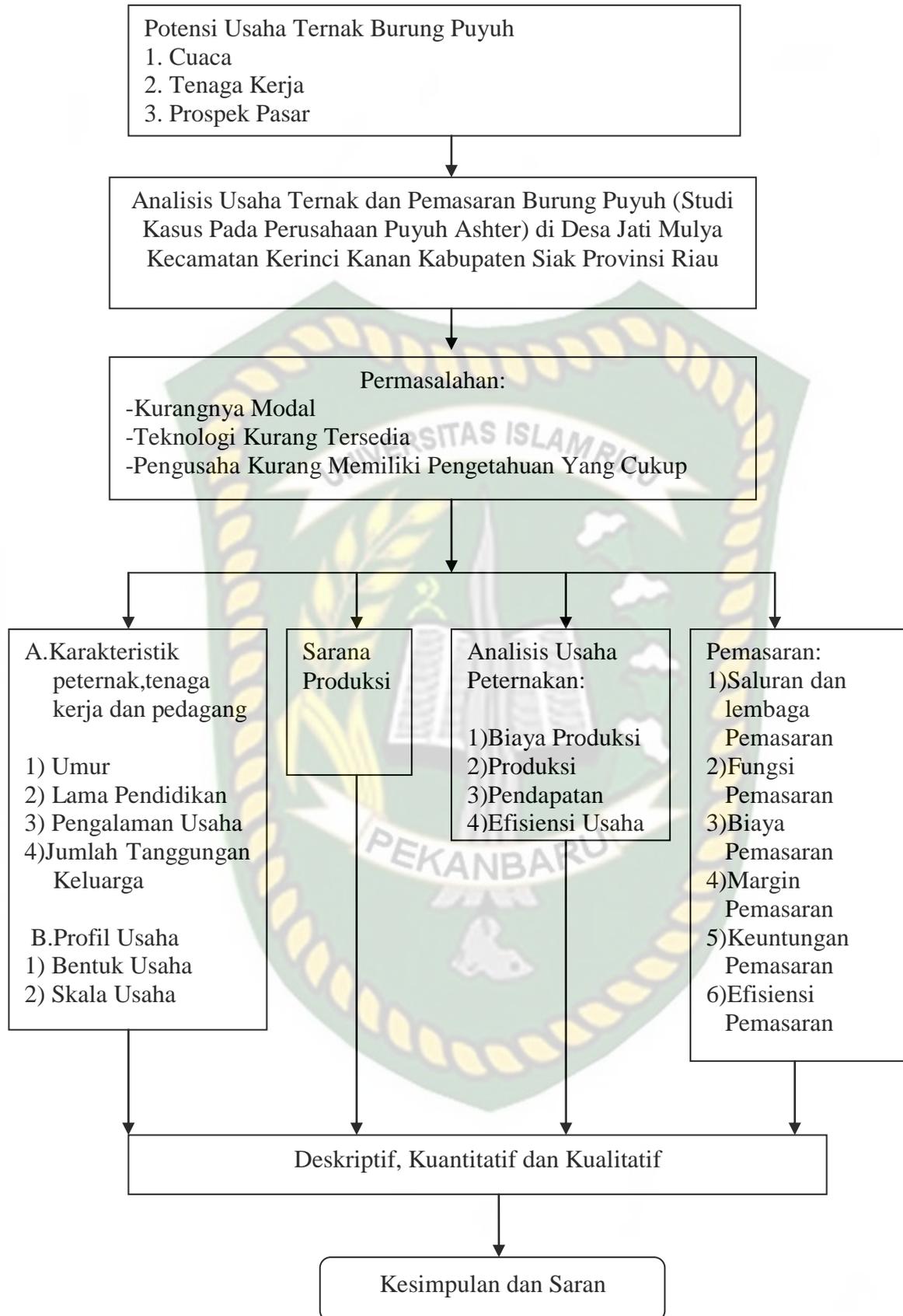
Nafik dkk (2020), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Keuntungan Pedagang Ayam Broiler di Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana analisis keuntungan pedagang pengecer ayam broiler, berapa tingkat keuntungan pedagang pengecer ayam broiler di pasar kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan. Metode penelitian ini menggunakan metode sampling. Data diperoleh dengan menggunakan observasi dan wawancara dengan para pedagang yang berperan

dalam pemasarannya. Kemudian data dianalisis secara deskriptif, kuantitatif dan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alur distribusi yang terbentuk terdapat I pola di antara nya pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen. Pendapatan yang diperoleh sebesar Rp 13.395.000 dan keuntungan adalah Rp 4.040.223.

2.9. Kerangka Pemikiran

Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak merupakan salah satu Desa yang memiliki potensi untuk pengembangan usaha burung puyuh. Pada Desa ini terdapat usaha ternak burung puyuh yang menghasilkan. Adapun potensi usaha ternak burung puyuh sebagai berikut: alam, tenaga kerja, prospek pasar. Tujuan dari usaha burung puyuh di Desa ini adalah untuk memperoleh keuntungan. Peternakan burung puyuh Ashter perlu mengidentifikasi dan mengetahui struktur biaya produksi dan penerimaan yang didapat dari usaha burung puyuh tersebut untuk mencapai tujuan. Biaya produksi peternakan adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam penggunaan faktor-faktor sarana produksi selama proses pemeliharaan berlangsung dan akan berpengaruh pada keuntungan yang didapatkan, sedangkan penerimaan usaha di dapat dari penghasilan penjualan output. Hasil dari identifikasi biaya dan penerimaan tersebut kemudian digunakan untuk menghitung besarnya tingkat pendapatan yang diperoleh usaha peternakan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian tentang Analisis Usaha Ternak dan Pemasaran Burung Puyuh Asther.

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey pada usaha ternak yang bertempat di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau. Pemilihan lokasi tersebut dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut terdapat usaha peternakan burung puyuh. Disamping itu, analisis usaha ternak dan pemasaran burung puyuh belum pernah dilakukan. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dimulai dari bulan Februari sampai bulan Juli 2021. Kegiatan penelitian meliputi penyusunan proposal, pengumpulan data dari lapangan, tabulasi data, analisis data, penyusunan laporan serta perbanyakan laporan.

3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik usaha ternak burung puyuh Asther, tenaga kerja dan pedagang. Pada usaha ternak burung puyuh Ashter terdapat 1 orang pemilik, 4 orang tenaga kerja dan diambil secara sensus atau keseluruhan serta 1 orang sebagai agen dan pedagang berjumlah 4 orang diambil secara sengaja (*purposive sampling*) dengan kriteria pedagang tersebut kontiniu dalam memasarkan hasil produk usaha peternakan puyuh Asther. Sehingga sampel keseluruhan berjumlah 10 orang.

3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan melalui wawancara. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer meliputi: identitas responden (umur, pendidikan, tanggungan keluarga, pengalaman berusaha), lembaga pemasaran, saluranpemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran dan harga.

Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait yang meliputi: kedaan penduduk, daerah penelitian dan data lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.4. Konsep Operasional

Untuk menyeragamkan persepsi tentang variabel dalam penelitian ini maka disajikan beberapa konsep operasional yang diuraikan sebagai berikut:

1. Usaha ternak burung puyuh adalah usaha yang mampu mengolah input atau faktor-faktor produksinya untuk menghasilkan produksi daging, telur dan juga bisa menghasilkan bibit dan kotoran.
2. Satu periode produksi adalah lamanya kegiatan pemeliharaan burung puyuh yang dilakukan oleh peternak mulai dari puyuh dara sampai masa puyuh afkir yaitu selama 18 bulan.
3. Sarana produksi peternakan adalah semua kebutuhan untuk sarana produksi habis pakai seperti bibit puyuh *Day Old Quail* (DOQ), pakan, obat-obatan serta sarana penunjang lainnya (Rp/Periode Produksi).
4. Bibit puyuh (DOQ) adalah burung yang berumur 1-5 hari yang dipelihara dalam satu tahun (Ekor/Periode Produksi).

5. Jumlah Pakan adalah banyaknya pakan yang dibutuhkan dalam proses produksi burung puyuh. (Kg/Periode Produksi).
6. Jumlah obat-obatan, vitamin adalah banyaknya obat-obatan dan vitamin yang digunakan dalam periode produksi (Gram atau Liter).
7. Biaya produksi adalah seluruh biaya yang dialokasikan dalam proses usaha peternakan burung puyuh mulai dari persiapan sampai panen (Rp/Periode Produksi).
8. Biaya tetap adalah biaya yang tidak habis di pakai dalam satu kali proses produksi dan tidak terpengaruh terhadap besar produksi yang dihasilkan seperti penyusutan peralatan (Rp/Periode Produksi).
9. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan dan habis digunakan dalam sekali proses produksi (Rp/Periode Produksi).
10. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh dari jumlah produksi dikalikan dengan harga produk (Rp/Periode Produksi).
11. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh dari selisih pendapatan kotor dengan biaya produksi (Rp/Periode Produksi).
12. Efisiensi usaha peternakan burung puyuh adalah perbandingan antara penerimaan dengan pengeluaran dalam satu kali proses produksi (%).
13. Biaya pemasaran adalah semua jenis biaya yang dikeluarkan untuk produksi telur burung puyuh (Rp/Periode Produksi).
14. Penerimaan adalah hasil penjualan burung puyuh yang diperoleh dari jumlah telur yang dijual.

15.Keuntungan adalah seluruh hasil penerimaan dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan. Biaya tersebut terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap (Rp/Periode Produksi).

16.Margin pemasaran adalah selisih harga hasil produksi telur yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima peternak (Rp).

17.Efisiensi pemasaran adalah hasil bagi total biaya pemasaran dengan total nilai produksi yang dipasarkan (%).

3.5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah mendeskripsikan data apa adanya dan menjelaskan data atau kejadian dengan kalimat-kalimat penjelasan secara umum yang hanya ditunjukkan untuk mendapatkan informasi tentang berbagai kondisi lapangan dan kondisi lingkungan sosial ekonomi. Data yang telah didapat kemudian dikumpulkan untuk ditabulasi, kemudian dianalisis dengan menggunakan berbagai perhitungan.

3.5.1. Karakteristik dan Profil Usaha Peternak Burung Puyuh

Karakteristik dan profil usaha peternak burung puyuh dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif meliputi: umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, dan jumlah tanggungan keluarga. Sedangkan untuk profil usaha berupa bentuk usaha dan skala usaha.

3.5.2. Penggunaan Sarana Produksi

Untuk menganalisis penggunaan sarana produksi yang digunakan dalam usaha burung puyuh digunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan menggunakan kuesioner yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pengusaha.

Selanjutnya hasil wawancara akan ditabulasi dan kemudian dianalisis guna penyusunan data yang diperlukan dalam penelitian.

3.5.3. Analisis Usaha Burung Puyuh

Untuk analisis usaha meliputi biaya produksi, pendapatan dan efisiensi dianalisis dengan deskriptif kuantitatif.

3.5.3.1. Biaya Produksi

Untuk menghitung biaya produksi usaha ternak burung puyuh digunakan rumus umum menurut Soekartawi (2000), sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC \dots \dots \dots (1)$$

$$TC = TFC + PX_1.X_1 + PX_2.X_2 + PX_3.X_3 + PX_4.X_4 + PX_5.X_5 \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

TC = Total Biaya (Rp/Periode Produksi)

TVC = Total Biaya Variabel (Rp/Periode Produksi)

TFC = Total Biaya Tetap (Rp/Periode Produksi)

PX₁ = Harga DOQ (Rp/Periode Produksi)

X₁ = DOQ (Ekor/Periode Produksi)

PX₂ = Harga Pakan (Rp/Periode Produksi)

X₂ = Pakan (Kg/Periode Produksi)

PX₃ = Harga Vitamin Obat-obatan (Rp/Periode Produksi)

X₃ = Vitamin Obat-Obatan (Gram/Periode Produksi)

PX₄ = Harga Tali Plastik (Rp/Periode Produksi)

X₄ = Tali Plastik (Gulungan/Periode Produksi)

PX₅ = Harga Tray Telur (Rp/Periode Produksi)

X₅ = Tray Telur (Lembar/Periode Produksi)

Biaya penyusutan alat dihitung dengan metode garis lurus (*straight line method*) menurut Hermanto (2003), sebagai berikut:

$$D = \frac{NB-NS}{UL} \dots\dots\dots(3)$$

Dimana:

- D = Nilai Penyusutan Alat (Rp/Periode Produksi)
- NB = Nilai Beli Alat (Rp/unit)
- NS = Nilai Sisa 20 % dari harga beli (Rp/Unit/Periode Produksi)
- UL = Masa Pakai Alat (Periode Produksi)

3.5.3.2. Pendapatan

a) Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor usaha peternakan burung puyuh didapatkan dari produk utamanya telur burung puyuh baik yang terjual maupun yang belum terjual dan produk untuk dikonsumsi oleh keluarga peternak dalam jangka waktu tertentu. Produk sampingan terdiri atas burung puyuh yang sudah afkir dan kotoran puyuh yang biasa digunakan untuk pupuk organik berupa pupuk kandang. Pendapatan peternak dapat dihitung jika biaya dan penerimaan sudah diketahui. Pendapatan peternak merupakan selisish antara penerimaan dan biaya produksi.

Berdasarkan hal tersebut untuk menghitung pendapatan kotor, yaitu (Hernanto, 2003):

$$TR = Y_1 \cdot Py_1 + Y_2 \cdot Py_2 + Y_3 \cdot Py_3 \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

- TR = Total Penerimaan Usaha(Rp/Periode Produksi)
- Y₁ = Jumlah Telur (Kg/Periode Produksi)
- Py₁ = Harga Telur (Rp/Kg)

Y_2 = Jumlah Kotoran (Kg/Periode Produksi)

Py_2 = Harga Kotoran (Rp/Kg)

Y_3 = Jumlah Puyuh Afkir (Ekor/Periode Produksi)

Py_3 = Harga Puyuh Afkir (Rp/Ekor)

b) Pendapatan Bersih

Analisis pendapatan digunakan untuk menghitung pendapatan pengusaha dari usaha burung puyuh. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan total perusahaan dengan pengeluaran. Total penerimaan diperoleh dari hasil penjualan output burung puyuh berupa telur. Total biaya yang diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dan tidak tetap, sedangkan biaya variabel diperoleh dari banyaknya input yang dikalikan dengan harga input burung puyuh. Secara sistematis perhitungan tingkat pendapatan dapat dituliskan dengan rumus sebagai berikut Soekartawi (2000):

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

π = Pendapatan Bersih Usaha (Rp/Periode Produksi)

TR = Total Penerimaan (Rp/Periode Produksi)

TC = Total Biaya (Rp/Periode Produksi)

Kriteria yang digunakan:

1. $\pi > 0$ Maka Usaha Burung Puyuh Dalam Kondisi Untung
2. $\pi < 0$ Maka Usaha Burung Puyuh Dalam Kondisi Rugi
3. $\pi = 0$ Maka Usaha Burung Puyuh Dalam Kondisi Impas (TR=TC)

3.5.3.3. Efisiensi Usaha

Untuk menghitung efisiensi usaha burung puyuh dianalisis dengan menggunakan *Return Cost Ratio* (RCR) digunakan rumus menurut Hernanto (2007) sebagai berikut:

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(6)$$

Dimana:

RCR = *Return Cost Rasio*

TR = Pendapatan Kotor (*Total Revenue*) (Rp/Periode Produksi)

TC = Total Biaya Produksi (*Total Cost*) (Rp/Periode Produksi)

Dengan kriteria:

RCR > 1 : Berarti usaha peternakan burung puyuh menguntungkan

RCR < 1 : Berarti usaha peternakan burung puyuh tidak menguntungkan

RCR = 1 : Berarti peternakan burung puyuh berada pada titik impas

3.5.4. Analisis Pemasaran Burung Puyuh

3.5.4.1. Saluran, Lembaga dan Fungsi Pemasaran

Menurut Kotler (2008) panjangnya saluran pemasaran dibagi dalam beberapa tingkatan, yaitu 0 tingkat (produsen-konsumen), 1 tingkat (produsen-pengecer-konsumen), 2 tingkat (produsen – pedagang pengecer-konsumen), 3 tingkat (produsen – pedagang besar – penyalur – pengecer). Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui tergantung dari beberapa pertimbangan yaitu: pertimbangan pasar (konsumen sasaran akhir, kebiasaan pembeli, volume pesanan), pertimbangan barang (nilai barang perunit, besar dan berat barang, kerusakan, sifat teknis barang), pertimbangan intern perusahaan (sumber permodalan, kemampuan atau pengalaman manajemen, pengawasan, penyaluran,

dan pelayanan). Lembaga pemasaran burung puyuh meliputi: pengolah/pengusaha, perdagangan perantara. Serta fungsi pemasaran meliputi: fungsi pertukaran, fungsi fisik, fungsi fasilitas dalam memasarkan hasil usaha burung puyuh. Saluran, lembaga dan fungsi pemasaran produk burung puyuh dianalisis secara deskriptif kualitatif.

3.5.4.2. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995) sebagai berikut:

$$B_p = B_1 + B_2 + B_n \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan:

- B_p = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
- B_1 = Biaya Transportasi (Rp/Kg)
- B_2 = Biaya Kemasan (Rp/Kg)
- B_n = Biaya Ke n (Rp)

3.5.4.3. Margin Pemasaran

Menurut Sutarno (2014), secara sistematis besarnya angka margin pemasaran dapat dihitung berdasarkan rumus berikut:

$$MP = P_r - P_f \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan:

- M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)
- P_r = Harga Ditingkat Pengecer (Rp/Kg)
- P_f = Harga Ditingkat Peternak (Rp/Kg)

3.5.4.4. Keuntungan Pemasaran

Untuk menghitung keuntungan pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (2002) yaitu:

$$\pi = M - B \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan:

π = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

B = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

3.5.4.5. Efisiensi Pemasaran

Untuk menghitung efisiensi pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (2002) yaitu:

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TC = Total Biaya (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produksi (Rp/Kg)

Dengan ketentuan semakin rendah rasio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran semakin efisien dan apabila semakin tinggi ratio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran tidak efisien.

BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografi dan Topografi Daerah Penelitian

Desa Jati Mulya adalah nama suatu wilayah di Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau dengan luas wilayah 1.116 ha/m², dengan jumlah penduduk sebanyak 1.070 jiwa.

Batas-batas wilayah Kampung Jati Mulya :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Buatan Baru
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Gabung Makmur
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Delik
- Sebelah Barat berbatasan dengan PT.Asian Agri

Jarak Desa ke Ibukota Kecamatan sekitar 17 km, sedangkan jarak dengan Ibukota Kabupaten sekitar 90 km. Keadaan topografi tanah merupakan dataran rendah dan berbukit, sebagian besar warna tanah merah/kuning dan tekstur tanah pasiran. Iklim yang terdapat di Desa Jati Mulya adalah iklim tropis, dengan ketinggian tanah dari permukaan laut sekitar 1.800 (Kantor Desa Jati Mulya Tahun 2021).

4.2. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Desa Jati Mulya tahun 2020 tercatat sebanyak 1.085 jiwa, dengan jumlah Kepala Keluarga sebanyak 307. Jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 557 jiwa sedangkan jumlah penduduk berjenis kelamin perempuan sebanyak 528 jiwa disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Berdasarkan Jenis Kelamin, Tahun 2020.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	557	51,33
2	Perempuan	528	48,67
	Total	1.085	100,00

Sumber: Kantor Desa Jati Mulya, 2021

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk perempuan yaitu sebanyak 557 jiwa (51,33 %), dan untuk jumlah penduduk perempuan sebanyak 528 jiwa (48,67). Berdasarkan perbandingan jumlah penduduk laki-laki dengan jumlah penduduk perempuan (*sex ratio*) adalah sebesar 105,49. Artinya, setiap 100 jiwa penduduk perempuan ada terdapat 105 jiwa penduduk laki-laki. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa pada Desa Jati Mulya penduduk yang paling banyak adalah laki-laki dan yang sedikit adalah penduduk perempuan.

4.3. Umur Penduduk

Penduduk di Desa Jati Mulya pada Tahun 2020 berjumlah 1.085 jiwa yang terdiri dari umur produktif dan non produktif, golongan umur yang paling banyak umur 0-4 tahun sebanyak 124 jiwa, umur 5-9 tahun berjumlah 117 jiwa, umur 40-44 tahun sebanyak 107 jiwa dan umur 45-49 tahun sebanyak 106 jiwa dan golongan umur yang paling sedikit umur 65-69 tahun sebanyak 2 jiwa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah Penduduk di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Berdasarkan Kelompok Umur, Tahun 2020.

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0-<15	339	31,24
2	15-64	725	66,80
3	> 65	21	1,96
	Total	1.085	100,00

Sumber : Kantor Desa Jati Mulya, 2021

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Desa Jati Mulya sebanyak 1.085 jiwa. Penduduk Desa Jati Mulya yang berumur produktif sebanyak 725 jiwa (66,8%) sedangkan penduduk yang berumur tidak produktif sebanyak 360 jiwa (33,2%). Nilai beban ketergantungan (*Dependency Ratio*) adalah 49,65, artinya setiap 100 orang umur produktif menanggung beban 49 orang umur non produktif. Kelompok yang digolongkan dalam kelompok umur produktif adalah berumur 15-64 tahun, sedangkan yang berumur 14 tahun ke bawah dan umur 65 tahun ke atas digolongkan dalam usia beban ketergantungan.

4.4. Tingkat Pendidikan Penduduk

Tingkat pendidikan mempunyai peran yang sangat penting dalam menunjang pembangunan pertanian, seseorang yang berpendidikan tinggi dapat meningkatkan produktivitas usaha yang mampu meningkatkan pendapatan serta kedepannya membuat usahanya menjadi usaha yang berkelanjutan.

Tingkat pendidikan penduduk di Desa Jati Mulya bervariasi mulai dari TK, SD, SMP, SMA sampai Perguruan Tinggi, dan sebagian masih ada yang belum sekolah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Menurut Tingkat Pendidikan, Tahun 2020.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase (%)
1	Belum/Tidak Sekolah	34	3,13
2	TK	54	5,04
3	SD, SMP, SMA	209	19,53
4	Tidak Tamat SD	10	0,94
5	Tidak Tamat SMP	72	6,72
6	Tidak Tamat SMA	90	8,42
7	Tamat SD	150	14,02
8	Tamat SMP	235	21,96
9	Tamat SMA	195	18,22
10	Tamat D3	1	0,10
11	Tamat S1	35	3,28
	Total	1.085	100,00

Sumber: Kantor Desa Jati Mulya, 2021.

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa penduduk yang belum dan yang tidak sekolah berjumlah 34 jiwa (3,13%), penduduk yang sedang sekolah Taman Kanak-kanak berjumlah 54 jiwa (5,04%) dan sekolah SD, SMP, SMA berjumlah 209 jiwa (19,53%). Tingkat pendidikan yang paling tinggi adalah tamatan SMP sebanyak 235 jiwa (21,96%), dan yang paling rendah tamatan D3 sebanyak 1 jiwa (0,10%), tamat SD yaitu 150 jiwa (14,02%), tamat SMA 195 jiwa (18,22%), tamat S1 sebanyak 35 jiwa (3,28%). Penduduk yang tidak tamat SD sebanyak 10 jiwa (0,94%), tidak tamat SMP 72 jiwa (6,72%), dan tidak tamat SMA sebanyak 90 jiwa (8,42%).

4.5. Mata Pencaharian

Mata pencaharian adalah salah satu faktor penentu untuk mendapatkan jenis pekerjaan sebagai sumber pendapatan penduduk. Mata pencaharian penduduk di Desa Jati Mulya bervariasi seperti Petani, Peternak, Perikanan, PNS, Pelajar, Jasa, Buruh, IRT, Pedagang, TNI, Wiraswasta dan Karyawan Swasta/Daerah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat Tabel 7.

Tabel 7. Distribusi Mata Pencaharian Penduduk di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.

No	Mata Pencaharian	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani/Peternak/Perikanan	403	37,66
2	PNS	9	0,84
3	Pelajar/Belum Bekerja	240	22,43
4	Jasa Lainnya	25	2,33
5	Buruh	108	10,10
6	IRT	208	19,44
7	Pedagang	4	0,37
8	TNI	1	0,10
9	Wiraswasta	61	5,71
10	Karyawan Swasta/Daerah	11	1,02
	Total	1.070	100

Sumber: Kantor Desa Jati Mulya, 2021

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa mata pencaharian penduduk Desa Jati Mulya sebagian besar adalah petani, peternak, perikanan, yakni sebanyak 403 jiwa (37,66%). Selanjutnya disusul dengan jumlah penduduk yang masih sekolah atau tidak bekerja sebanyak 240 jiwa (22,43%). Sedangkan jenis pekerjaan IRT sebanyak 208 jiwa (19,44%) jumlah ini menunjukkan bahwa perempuan di Desa Jati Mulya hanya mengurus keluarganya. Mata pencaharian penduduk di Desa Jati Mulya yang terkecil adalah TNI berjumlah 1 jiwa (0,10%).

4.6. Potensi Peternakan

Menurut data yang di dapat dari Kantor Desa Jati Mulya (2021) bahwa Desa Jati Mulya merupakan desa yang berpotensi untuk dilakukannya perkebunan, peternakan dan perikanan. Potensi peternakan yang ada di Desa Jati Mulya cukup berpotensi. Beberapa jenis peternakan yang dibudidaya oleh masyarakat Desa Jati Mulya yaitu ternak sapi, ayam kampung, ayam broiler, bebek, kambing, angsa, burung puyuh, kelinci, burung walet. Untuk lebih jelasnya mengenai potensi peternakan yang ada di Desa Jati Mulya dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Potensi Peternakan di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.

Jenis Ternak	Jumlah Pemilik (Jiwa)	Jumlah Populasi (Ekor)
Sapi	9	78
Ayam Kampung	295	2.100
Ayam Broiler	2	545
Bebek	15	139
Kambing	34	204
Angsa	4	21
Burung Puyuh	1	5.000
Kelinci	2	12
Burung Walet	4	300
Jumlah	366	8.399

Sumber : Kantor Desa Jati Mulya, 2021.

Pada Tabel 8 menunjukkan bahwa potensi peternakan di Desa Jati Mulya memiliki potensi yang baik untuk pengembangan usaha peternakan. Berdasarkan data yang diperoleh Kantor Desa Jati Mulya (2021) jenis ternak yang memiliki jumlah populasi terbanyak yaitu burung puyuh sebanyak 5.000 ekor dengan jumlah pemilik 1 jiwa.



BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden dan Profil Usaha

5.1.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha burung puyuh, tenaga kerja, dan pedagang. Karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga. Umur dapat menggambarkan tentang kemampuan fisik seseorang dalam bekerja, pendidikan dan pengalaman menentukan pengetahuan dan keterampilan dan jumlah tanggungan keluarga menggambarkan ketersediaan jumlah tenaga kerja dalam keluarga seperti pada Tabel 9.

5.1.1.1 Umur

Umur merupakan faktor penentu produktif atau tidaknya seseorang, dan juga dapat mempengaruhi sikap, cara berfikir serta kemampuan fisik dalam mengelolah usahanya. Umumnya seseorang yang termasuk dalam usia produktif akan lebih mudah menerima motivasi yang didukung oleh kemampuan fisik yang sehat dan kemampuan berfikir yang kuat. Disamping itu usia produktif merupakan usia dimana seseorang lebih mudah dalam menerima teknologi baru, lebih berani mengambil resiko dan dinamis bila dibandingkan dengan usia non produktif. Seseorang yang relatif tua mempunyai kapasitas pengelolaan yang matang dan memiliki banyak pengalaman dalam mengelola usahanya. Sehingga ia sangat berhati-hati dalam bertindak, dan mengambil keputusan. Pengusaha burung puyuh, tenaga kerja serta pedagang yang berada di Desa Jati Mulya Kecamatan

Kerinci kanan memiliki tingkat umur yang berbeda-beda, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Pengusaha Burung Puyuh, Tenaga Kerja dan Pedagang Meliputi Umur, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Berusaha, Pengalaman Berdagang dan Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Provinsi Riau Tahun 2020.

No	Karakteristik	Pengusaha		Tenaga Kerja		Pedagang	
		Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)	Jumlah (orang)	(%)
1	Umur (Tahun)						
	a. 20-30	-	-	1	33,33	-	-
	b. 31-41	1	100	3	100	2	40,00
	c. 42-52	-	-	-	-	2	40,00
	d. 53-63	-	-	-	-	1	20,00
	Jumlah	1	100	4	100	5	100
2	Lama Pendidikan (Tahun)						
	a. 9	-	-	1	25,00	1	20,00
	b. 12	1	100	3	75,00	4	80,00
	Jumlah	1	100	4	100	5	100
3	Pengalaman Berusaha dan Berdagang (Tahun)						
	a. 1-3	1	100	4	100	3	60,00
	b. 4-6	-	-	-	-	2	40,00
	Jumlah	1	100	4	100	5	100
4	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)						
	a. 0-1	-	-	1	25,00	2	40,00
	b. 2-3	-	-	2	50,00	2	40,00
	c. 4-5	1	100	1	25,00	1	20,00
	Jumlah	1	100	4	100	5	100

Umur pengusaha burung puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak berkisar antara 40 tahun dan untuk umur tenaga kerja berkisar antara 30-40 tahun sedangkan untuk umur pedagang antara 40-58 tahun.

5.1.1.2 Tingkat Pendidikan

Pendidikan menggambarkan tingkat pengetahuan, wawasan dan pandangan seseorang. Tinggi rendahnya pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi cara berfikir, menentukan kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan yang tepat dan mempengaruhi keterampilan seseorang dalam mengolah usahanya.

Dari hasil penelitian menunjukkan lama pendidikan pengusaha burung puyuh 12 tahun, untuk lama pendidikan tenaga kerja berkisar antara 9-12 tahun, sedangkan lama pendidikan pedagang berkisar 9-12 tahun. Lebih jelasnya dapat dilihat Tabel 8.

Rendahnya pendidikan petani disebabkan oleh tingkat sosial ekonomi yang rendah serta kurangnya kesadaran akan pentingnya pendidikan. Guna meningkatkan pendidikan perlu adanya pendidikan non formal seperti penyuluhan, pelatihan magang dan lain-lain. Hal ini diperlukan guna meningkatkan pengetahuan pengusaha burung puyuh, tenaga kerja dan pedagang.

5.1.1.3 Pengalaman Berusaha dan Berdagang

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan karna dapat mempengaruhi kemampuan pengusaha burung puyuh, tenaga kerja dan pedagang dalam mengelola usahanya dengan hasil yang optimal, karena semakin lama pengalaman maka resiko kegagalan relatif kecil, dan akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahanya.

Pengalaman berusaha pengusaha burung puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan yakni 3 tahun, untuk pengalaman berusaha tenaga kerja

yakni 3 tahun, sedangkan pengalaman berdagang pedagang yakni antara 2-5 tahun. Lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 9.

5.1.1.4 Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah semua orang yang tinggal dalam satu rumah dimana biaya dan kebutuhan hidup lainnya ditanggung oleh kepala keluarga. Tanggungan keluarga yang produktif bagi pengusaha merupakan sumber tenaga kerja yang utama dalam menunjang kegiatan usaha karena selama pekerjaan dalam usaha dapat dikerjakan oleh keluarga akan mengurangi pengeluaran untuk mengupah tenaga kerja luar keluarga.

Dari hasil dilapangan diketahui bahwa jumlah tanggungan keluarga pengusaha burung puyuh adalah 4 jiwa, jumlah tanggungan keluarga tenaga kerja berkisar dari 1-4 jiwa, sedangkan jumlah tanggungan keluarga pedagang berkisar dari 2-4 jiwa. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada Tabel 9.

5.1.2 Profil Usaha

5.1.2.1 Bentuk Usaha

Usaha ternak burung puyuh Asther di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak dilakukan oleh satu orang pengusaha. Usaha ini berbentuk usaha perorangan yang bertujuan untuk mendapatkan pendapatan dari hasil penjualan produksi ternak tersebut. Perusahaan perseorangan adalah sebuah usaha yang hanya dimiliki oleh seseorang saja. Pemiliknya bertanggung jawab penuh atas semua kegiatan termasuk resiko usahanya.

5.1.2.2 Skala Usaha

Usaha ternak burung puyuh Ashter tergolong dalam usaha kecil. Penggolongan tersebut sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Jumlah modal awal yang dimiliki pengusaha burung puyuh sebesar Rp 170.000.000 dan terus bertambah, karena pada awal berusaha pengusaha membeli lahan dan membuat bangunan dan peralatan seadanya dulu. Modal bersumber dari simpanan pekerjaan lain seperti perkebunan kelapa sawit. Jumlah tenaga kerja yang digunakan sebanyak 4 orang. Jika dilihat dari jumlah modal, jumlah tenaga kerja dan jumlah ternak yang dimiliki, usaha ternak burung puyuh ashter merupakan usaha kecil.

5.2. Penggunaan Sarana Produksi Burung Puyuh

Proses produksi penggunaan sarana produksi burung puyuh seperti kandang, bibit burung puyuh, pakan burung puyuh, vitamin dan obat-obatan merupakan faktor yang sangat menentukan tercapai atau tidaknya produksi yang maksimum, baik dari kualitas maupun kuantitas produksi nantinya. Untuk lebih jelasnya masing-masing faktor produksi yang digunakan oleh peternak usaha ternak burung puyuh dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Jumlah Penggunaan Rata-rata Sarana Produksi Pada Usaha Ternak Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Provinsi Riau Tahun 2020.

No	Penggunaan Sarana Produksi	Jumlah
1	Pembelian DOQ (Ekor)	5.000
2	Penggunaan Pakan (Kg)	
	- Vivo 311 - P304 C	500 54.614
3	Penggunaan Obat-obatan (Sachet) - Trimezyn-S (10 gr)	3.000
4	Penggunaan Vitamin (Sachet)	
	- Vita Chicks (10 gr) - Vita Stress (10 gr)	100 4600

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa jumlah penggunaan sarana produksi yang terbanyak penggunaan pakan normal yaitu P304 C sejumlah 54.614 kg, sedangkan untuk pakan Vivo 311 digunakan untuk awal satu bulan pertama saja. Kemudian penggunaan obat *trimezyn-s* digunakan untuk kekebalan tubuh burung puyuh sebesar 3.000 gram dan penggunaan vitamin sebesar 4.700 gram.

5.2.1. Kandang Burung Puyuh

Kandang merupakan salah satu faktor yang penting dalam usaha ternak burung puyuh. Usaha burung puyuh Ashter di Desa Jati Mulya memilih lokasi kandang yang jauh dari pusat keramaian bertujuan untuk menghindari suara-suara berisik agar puyuh tidak mengalami stress.

Kandang merupakan rumah bagi ternak yang dipelihara pengusaha burung puyuh. Ukuran kandang burung puyuh di Desa Jati Mulya adalah 180 m² yang didalamnya terdapat kandang baterai bertingkat 5 yang berfungsi untuk memisahkan antara burung puyuh satu dengan burung puyuh lainnya. Kandang baterai bertingkat burung puyuh berjumlah 40 kandang dan memiliki daya tampung 1 tingkat sebanyak 25 ekor dan 5 tingkat sebanyak 125 ekor jadi total burung puyuh sebanyak 5000 ekor diatas tanah seluas 450 m²

5.2.2. Bibit Burung Puyuh

Kegiatan produksi burung puyuh, bibit (DOQ) mempunyai peranan penting untuk menghasilkan produk burung puyuh. Dalam kegiatan produksi usaha burung puyuh, ketersediaan bibit harus senantiasa untuk menjamin kelangsungan produksi. Dari hasil penelitian di lapangan diketahui bahwa pengusaha ternak burung puyuh membeli bibit dari temannya yang berada di Jawa dan harga bibitnya Rp 8.000/ekor. Adapun jumlah burung puyuh yang dipelihara

oleh pengusaha adalah 5.000 ekor. Adapun mortalitas selama produksi burung puyuh sebanyak 850 ekor. Dari bulan pertama hingga bulan sebelas tidak ada kematian pada burung puyuh kemudian dari bulan dua belas hingga bulan kedelapan belas terlihat kematian sebanyak 17 % (Lampiran 2).

5.2.3. Pakan Burung Puyuh

Pakan merupakan faktor yang penting dalam usaha ternak burung puyuh. Pemenuhan pakan, kualitas pakan, waktu pemberian pakan dan konsentrasi pakan yang diberikan harus diperhatikan dengan baik.

Pakan dan minuman merupakan kebutuhan yang mutlak yang harus terpenuhi dalam usaha burung puyuh, setiap hari burung puyuh membutuhkan pakan dan air secara rutin. Bila kebutuhan pakan kurang maka hasil tidak akan tercapai secara maksimal.

Dari hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa pemberian pakan dilakukan rutin oleh pengusaha setiap harinya. Pakan yang digunakan pengusaha adalah pakan murni dan terbagi menjadi dua jenis yaitu pakan jenis VIVO 311 untuk puyuh dara berumur 0-30 hari dan jumlah pakan yang diberikan adalah sebanyak 500 Kg pada bulan pertama saja dengan harga pakan Rp 7.800/Kg. Sedangkan jenis pakan normal P304 C untuk puyuh dewasa yang akan menghasilkan telur, jumlah pakan yang diberikan sebanyak 54.614 Kg/Periode Produksi dan untuk kebutuhan pakan per bulan sebanyak 3.034 Kg/Bulan, dengan harga pakan Rp 7.000/Kg. Waktu pemberian pakan dua kali dalam satu hari.

5.2.4. Obat-obatan dan Vitamin

Pemberian obat-obatan dan vitamin merupakan salah satu cara untuk pengendalian penyakit yang sering dilakukan. Pemberian obat-obatan bertujuan

untuk mengobati burung puyuh yang terserang penyakit, sedangkan vitamin dapat mendukung pertumbuhan burung puyuh sehingga dapat tumbuh secara optimal (Rasyaf, 2004).

Pemilihan bibit yang tepat, pemberian pakan yang cukup, pengelolaan kandang yang baik dan sehat merupakan aspek-aspek penting dalam aktivitas usaha ternak burung puyuh. Namun, pengendalian penyakit juga kegiatan yang sangat penting agar burung puyuh tetap sehat, tetap memproduksi dan mengurangi angka kematian.

Dari hasil penelitian pemberian obat-obatan dan vitamin yang digunakan yaitu *trimezyn-s*, *vita chicks*, *vita stress*. Adapun jumlah penggunaan obat *trimezyn-s* sebanyak 3.000 Gram/Periode Produksi dan kebutuhan *trimezyn-s* per bulan sebanyak 166 Gram/Bulan dengan biaya sebesar Rp 900.000. Jumlah penggunaan *vita chicks* sebanyak 100 Gram/Periode Produksi dengan biaya sebesar Rp 30.000 dan jumlah penggunaan *vita stress* sebanyak 4.600 Gram/Periode Produksi dan untuk kebutuhan *vita stress* per bulan sebanyak 261 Gram/Bulan dengan biaya sebesar Rp 1.260.000.

5.2.5. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah salah satu sarana produksi yang sangat diperlukan dalam usaha ternak burung puyuh, karena tenaga kerja merupakan pelaku utama dalam melakukan proses produksi. Penggunaan tenaga kerja yang tidak sesuai dengan keadaan usaha akan menyebabkan kerugian pada usaha ternak, oleh sebab itu tenaga kerja sebagai sarana produksi harus diperhitungkan dengan baik dan benar.

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa pengusaha memakai tenaga kerja tetap karena tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga yang digaji setiap bulan. Rincian penggunaan tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Produksi Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak, Provinsi Riau Tahun 2020.

No	Tahapan Kerja	Penggunaan Tenaga (HOK)/Periode Produksi		
		TKDK	TKLK	Jumlah
1	Sterilisasi Kandang	0.50	0.00	0.50
2	Pemberian Pakan dan Minum	101.25	810.00	202.50
3	Pemberian Obat-obatan dan Vitamin	67.50	0.00	67.50
4	Pemanenan	0.00	702.00	87.75
5	Pengemasan	0.00	1.080	135.00
6	Pembersihan Kandang	135.00	1.080	270.00
	Total			763.25

Berdasarkan Tabel 11 (Lampiran 3) dapat dilihat bahwa penggunaan tenaga kerja terbanyak yaitu pada tahapan pekerjaan pembersihan kandang, pemberian pakan dan minum, pengemasan dan pemanenan. Pemberian pakan dan minum, pemanenan dan pengemasan dilakukan oleh tenaga kerja dalam keluarga dan luar keluarga, sedangkan untuk jumlah penggunaan tenaga kerja sedikit yaitu pada tahapan kerja sterilisasi kandang. Jumlah yang digunakan 0.50 HOK. Sterilisasi kandang dilakukan sekali dalam satu kali periode produksi yaitu hanya di awal saja sebelum bibit datang, selanjutnya kandang hanya dibersihkan dari kotorannya saja.

5.2.6. Peralatan

Peralatan adalah suatu perlengkapan dalam melakukan suatu usaha yang digunakan untuk membantu dalam suatu usaha. Alat-alat peternakan ini pada

umumnya tidak habis sekali pakai dalam satu musim tanam, alat-alat peternakan tersebut dapat dipakai lagi untuk usaha ternak berikutnya. Peralatan yang digunakan pengusaha burung puyuh adalah kandang, tempat makan, tempat minum, bola lampu, cangkul, keranjang telur, sapu, mesin air, tangki air, mesin semprot dan drum. Jumlah rata-rata peralatan peternakan yang dipakai usaha ternak burung puyuh dapat dilihat pada Tabel 12 dan Lampiran 4.

Tabel 12. Distribusi Penggunaan Peralatan Usaha Ternak Burung Puyuh Ashter Tahun 2020

No	Nama Alat	Jumlah Peralatan (Unit)	Nilai Penyusutan (Rp)/Periode Produksi
1	Kandang	1	4.080.000
2	Tempat Makan	200	720.000
3	Tempat Minum	300	576.000
4	Bola Lampu	104	499.200
5	Cangkul	1	10.800
6	Keranjang Telur	6	54.000
7	Sapu	2	30.000
8	Mesin Air	1	240.000
9	Tangki Air	1	84.000
10	Mesin Semprot	1	336.000
11	Drum	1	48.000
	Jumlah		6.678.000

Dari Tabel 12 dapat dilihat nilai penyusutan yang paling besar adalah kandang dengan nilai penyusutan Rp 4.080.000 dan nilai penyusutan yang paling kecil adalah cangkul dengan nilai penyusutan Rp 10.800.

5.2.7. Proses Budidaya Burung Puyuh

Proses budidaya burung puyuh dimulai dari penyediaan bibit berupa puyuh dara yang berumur 30 hari, burung puyuh dirawat agar dapat menghasilkan telur bahkan perawatan dilakukan sampai burung puyuh berumur 52 minggu. Proses budidaya burung puyuh akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Pemberian Pakan dan Minum

Pemberian pakan dan minum merupakan kegiatan yang penting dalam proses budidaya, karena dengan pemberian pakan dan minum yang cukup membuat burung puyuh tumbuh dengan baik tetapi ketika pemberian pakan dan minum tidak cukup maka akan membuat burung puyuh mengalami pertumbuhan yang tidak baik. Pakan diberikan sebanyak dua kali dalam satu hari biasanya dilakukan pagi hari dan sore hari sedangkan minum diberikan secara kontinu sesuai kebutuhan. Pemberian pakan dan minum bersifat berkelanjutan setiap hari mulai dari burung puyuh dara sampai tidak berproduksi lagi.

b. Pemberian Obat-obatan dan Vitamin

Obat-obatan dan vitamin merupakan komponen yang sangat penting dalam proses budidaya. Pemberian obat-obatan bertujuan untuk mengobati penyakit yang menyerang pada burung puyuh, sedangkan vitamin diberikan dengan tujuan agar burung puyuh dapat tumbuh dengan baik dan dapat mencegah dari penyakit. Pemberian obat-obatan dan vitamin biasanya diberikan dalam jangka waktu satu minggu sekali.

c. Proses Pemanenan

Proses pemanenan dilakukan 6 minggu setelah burung puyuh dipelihara, proses pemanenan ini adalah proses pengambilan telur puyuh yang dihasilkan oleh burung puyuh tersebut, proses ini dilakukan terus menerus sampai burung puyuh tidak produktif lagi. Pemanenan dilakukan dua kali dalam satu hari biasanya pagi hari dan sore hari. Selain telur dalam proses pemanenan ini juga di panen burung puyuh afkir (burung puyuh yang sudah tidak berproduksi lagi), burung afkir akan dijual ke konsumen untuk dikonsumsi dagingnya serta dapat

menjual kotoran burung puyuh ke petani atau ke peternak ikan karena kotoran burung puyuh mempunyai kandungan protein yang sangat baik untuk pakan ternak atau pupuk.

d. Pengemasan

Proses pengemasan adalah proses penyusunan telur-telur dari hasil panen di wadah karton yang tersedia yang biasanya digunakan untuk meletakkan telur, wadah ini biasanya disebut dengan istilah papan.

e. Pembersihan Kandang Burung Puyuh

Proses pembersihan kandang bertujuan untuk membersihkan kotoran burung puyuh tersebut, karena kotoran ini biasanya digunakan untuk pupuk. Selain itu kandang yang bersih menjadi salah satu faktor pendukung dalam baik atau tidaknya burung puyuh. Kandang yang bersih dapat menghindarkan burung puyuh dari bibit penyakit yang menyerang burung puyuh. Pembersihan kandang dilakukan dua hari sekali.

5.3. Analisis Usaha Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak

Analisis usaha burung puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak dianalisis secara deskriptif kuantitatif berupa perhitungan mengenai biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi.

5.3.1. Biaya Produksi

Biaya adalah nilai dari semua korbanan ekonomis yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk, yang sifatnya tidak dapat dihindari, dapat diperkirakan dan diukur. Biaya produksi adalah perhitungan dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam suatu proses produksi dengan tujuan untuk

menghasilkan produk atau barang. Dengan menghitung biaya produksi dengan cermat dapat meminimkan pengeluaran yang tidak dibutuhkan selama proses produksi berlangsung. Biaya produksi dihitung dan dibandingkan dengan pendapatan kotor. Selisih pendapatan kotor dikurangi dengan biaya produksi dan akan menjadi pendapatan bersih atau keuntungan yang akan diperoleh oleh peternak. Biaya produksi merupakan kompensasi yang diterima oleh pemilik faktor-faktor produksi. Biaya yang dilakukan pada periode tertentu, dikenal dengan biaya tetap dan biaya variabel. Menurut Soekartawi (2006), biaya tetap dalam usahatani didefinisikan sebagai biaya yang tidak tergantung kepada besarnya produksi, misalnya pajak bumi dan bangunan, sewa tanah, bunga kredit, serta penyusutan bangunan dan alat-alat pertanian. Biaya variabel didefinisikan sebagai biaya yang digunakan untuk tanaman atau ternak tertentu dan jumlahnya berubah-ubah sebanding dengan besarnya produksi tanaman atau ternak, misalnya bibit atau benih, pupuk, obat-obatan, dan tenaga kerja. Produksi usahatani yang menggunakan mesin-mesin harus dihitung penyusutannya sebagai pengeluaran. Penyusutan merupakan penurunan nilai inventaris yang disebabkan oleh pemakaian selama setahun pembukuan.

Biaya produksi dalam usaha ternak burung puyuh ashter terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Yang termasuk biaya tetap adalah: biaya penyusutan peralatan/tahun sedangkan untuk biaya variabel atau biaya tidak tetap merupakan besar kecilnya biaya yang dikeluarkan tergantung jumlah ternak yang dipelihara, yang termasuk biaya variabel antara lain: biaya bibit, biaya pakan, biaya vitamin dan obat-obatan, biaya tali plastik, biaya papan telur, biaya goni, biaya upah tenaga kerja dan biaya listrik yang digunakan dalam produksi usaha ternak

burung puyuh ashter. Untuk lebih jelasnya biaya produksi pada usaha ternak burung puyuh ashter dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Jumlah Penggunaan Biaya, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usaha Ternak Burung Puyuh (Per Periode Produksi) di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak tahun 2020.

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga (Satuan)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
1	Biaya Produksi					
	A. Biaya Tetap					
	1. Penyusutan Peralatan				6.678.000	0.01
	Jumlah Biaya Tetap				6.678.000	0.01
	B. Biaya Variabel					
	1. Bibit DOQ	Ekor	5.000	8.000	40.000.000	0.84
	2. Pakan					
	A. Vivo 311	Kg	500	7.800	3.900.000	0.8
	B. P304 C	Kg	54.614	7.000	382.298.000	81.36
	3. Obat-obatan					
	A. Trimezyn-s	Gram	3.000	300	900.000	0.01
	4. Vitamin					
	A. Vita Chicks	Gram	100	300	30.000	0.01
	B. Vita Stress	Gram	4.200	300	1.260.000	0.3
	5. Tali Plastik	Gulungan	4,5	15.000	67.500	0.01
	6. Tray Telur	Lembar	18.000	300	5.400.000	11.43
	7. Karung Plastik	Helai	2.180	1.000	2.180.000	0.4
	8. Listrik	KwH	4.968	930	4.620.240	0.9
	9. Upah Tenaga Kerja	Hok	763.25		22.897.500	4.87
	Jumlah Biaya Variabel				463.553.240	100.00
2	Total Biaya Produksi				470.231.240	100.00
3	Produksi					
	1. Telur	Kg	18.097	24.137	436.807.289	
		Butir	1.556.931			
	2. Kotoran	Kg	91.800	1.500	137.700.000	
	3. Puyuh Afkir	Ekor	4.875	6.000	29.250.000	
4	Pendapatan					
	A. Pendapatan Kotor				603.757.289	
	B. Pendapatan Bersih				133.526.049	
5	RCR				1,28	

Berdasarkan tabel 13 total biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 470.231.240/Periode Produksi. Perhitungan total biaya produksi diperoleh dari jumlah biaya tetap sebesar Rp 6.678.000/Periode Produksi dan biaya variabel sebesar Rp 463.553.240/Periode Produksi. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa biaya yang paling besar adalah biaya variabel penggunaan pakan sebesar Rp 382.298.000/Periode Produksi (81.36%) sedangkan biaya tetap yang paling besar adalah biaya penyusutan peralatan sebesar Rp 6.678.000/Periode Produksi (0.01%). Biaya variabel merupakan biaya yang dikeluarkan seiring dengan penambahan jumlah puyuh yang dipelihara (Rasyaf, 2005). Biaya variabel antara lain biaya untuk puyuh dara, pakan, pemeliharaan dan kesehatan sedangkan untuk biaya yang sedikit dikeluarkan yaitu biaya tali plastik sebesar Rp 67.500/Periode Produksi (0.01 %) kemudian obat-obatan dan vitamin.

5.3.2. Produksi

Produksi adalah hasil akhir dari setiap proses produksi yang dilakukan. Pengusaha mengalokasikan sarana produksi seefisien dan seefektif mungkin untuk memperoleh produksi yang optimum. Produksi burung puyuh berupa telur dalam satuan (Kg), kotoran dalam satuan (Kg) dan puyuh afkir dalam satuan (Ekor)

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa jumlah produksi telur puyuh sebanyak 18.097 kg/Periode Produksi, jumlah produksi kotoran sebanyak 91.800 kg/Periode Produksi dan jumlah produksi puyuh afkir sebanyak 4.875 ekor/Periode Produksi. Harga jual telur puyuh sebesar Rp 24.137/kg, harga kotoran sebesar Rp 1.500/kg dan harga puyuh afkir sebesar Rp 6.000/ekor. Kotoran yang di dapat dari budidaya tidak dijual, karena digunakan sendiri untuk usaha ternak maupun usaha lainnya seperti untuk pupuk dan lainnya.

5.3.3. Pendapatan

Pendapatan yang diterima oleh peternak merupakan imbalan jasa dari seluruh aktivitas yang dilakukan dalam proses pemeliharaan burung puyuh. Keuntungan yang diperoleh merupakan selisih antara nilai total produksi yang merupakan hasil dari penjualan telur, kotoran dan puyuh afkir dengan harga yang berlaku pada saat penelitian dengan biaya-biaya yang dikeluarkan saat proses produksi. Ada dua bentuk pendapatan yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor usaha ternak burung puyuh Ashter dapat dilihat pada Tabel 14 berikut ini.

Tabel 14. Pendapatan Kotor Usaha Ternak Burung Puyuh Ashter di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak.

No	Uraian	Jumlah	Harga	Total
1	Telur (Kg)	18.097	24.137	436.807.289
2	Kotoran (Kg)	91.800	1.500	137.700.000
3	Puyuh Afkir (Ekor)	4.875	6.000	29.250.000
	Jumlah	114.772	31.637	603.757.289

Dapat dilihat pada tabel 14 bahwa jumlah pendapatan kotor yang diterima oleh pengusaha adalah sebesar Rp 603.757.289/Periode Produksi. Sedangkan pada tabel 12 jumlah pendapatan bersih sebesar Rp 133.526.049/Periode Produksi. Jadi, usaha burung puyuh di Desa Jati Mulya dalam kondisi untung atau layak.

5.3.4. Efisiensi

Selain pendapatan bersih yang dapat menentukan layak atau tidaknya usaha burung puyuh, dapat diukur dari perhitungan efisiensi usaha dengan menggunakan *Return Cost Ratio* (RCR) yaitu rasio perbandingan antara total output dengan total input usaha tersebut. Dengan membandingkan pendapatan

kotor yang diperoleh dengan total biaya produksi yang dikeluarkan pada usaha burung puyuh tersebut.

Dapat dilihat pada Tabel 13 diketahui nilai efisiensi yang diperoleh yaitu sebesar 1,28. Dapat diartikan bahwa setiap satu rupiah biaya produksi yang dikeluarkan pada usaha burung puyuh dapat menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp 1,28 atau pendapatan bersih sebesar Rp 0,28. Dari nilai RCR, kegiatan usaha ternak burung puyuh di daerah penelitian masih menguntungkan karena $RCR > 1$.

5.4 Analisis Pemasaran Burung Puyuh

5.4.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyalurkan produk yang dihasilkan oleh produsen sampai ke tingkat konsumen akhir. Dalam proses pemasaran, kegiatan ini melibatkan lembaga pemasaran seperti agen, pedagang pengecer dan pengusaha burung puyuh itu sendiri. Saluran pemasaran merupakan rantai yang dilalui dalam memasarkan hasil produksi burung puyuh yang mana hasil produksi burung puyuh berupa telur dan nantinya puyuh yang sudah afkir atau yang sudah tidak produksi lagi untuk menghasilkan telur akan dipasarkan dari produsen ke konsumen.

Saluran pemasaran hasil produksi yang terdapat di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak ada tiga diantaranya: Saluran I yaitu pengusaha menjual hasil produksi ke agen lalu agen menjual ke pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer menjual hasil produksi ke konsumen. Saluran II yaitu pengusaha menjual hasil produksi kepada pedagang pengecer, selanjutnya pedagang pengecer menjual langsung ke konsumen. Saluran III yaitu

pengusaha langsung menjual ke konsumen yang datang langsung ketempat usaha burung puyuh. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.

Saluran I



Saluran II



Saluran III



Gambar 2. Saluran Pemasaran Burung Puyuh Ashter

5.4.2. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran merupakan proses pencapaian barang dari produsen ke konsumen dan diperlukan tindakan-tindakan yang dapat memperlancar kegiatan pemasaran. Adapun fungsi-fungsi pemasaran tersebut yaitu: (1) Fungsi Pertukaran (*Exchange Function*) meliputi: penjualan dan pembelian, (2) Fungsi Fisik (*Physical Function*) meliputi: pengangkutan, penyimpanan dan pengelolaan, (3) Fungsi Fasilitas (*Faccilitating Function*) meliputi: permodalan, penanggungungan resiko, standarisasi dan grading serta informasi pasar.

Selain melihat saluran pemasaran yang dilaksanakan sudah efisien atau belum, perlu dilihat juga mengenai informasi fungsi pemasaran telur burung puyuh yang ada di Desa Jati Mulya. Tujuan penambahan informasi mengenai fungsi pemasaran telur adalah untuk melihat fungsi apa saja yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran tersebut. Karena, dalam proses pemasaran antara saluran pemasaran, fungsi pemasaran dan margin pemasaran memiliki keterkaitan yang

erat. Untuk lebih jelasnya mengenai fungsi pemasaran usaha ternak burung puyuh yang ada di Desa Jati Mulya dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Fungsi-Fungsi Pemasaran Telur Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak Tahun 2020.

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran		
	Pengusaha	Agen	Pedagang Pengecer
Fungsi Pertukaran			
a. Pembelian	-	√	√
b. Penjualan	√	√	√
Fungsi Fisik			
a. Penyimpanan	√	√	√
b. Pengangkutan	-	√	√
Fungsi Fasilitas			
a. Standarisasi dan Grading	√	-	-
b. Penanggungan Resiko	√	√	√
c. Permodalan	√	√	√
d. Informasi Pasar	√	√	√

1. Pengusaha

Fungsi pemasaran yang dilakukan pengusaha burung puyuh di Desa Jati Mulya adalah sebagai berikut:

- a. Fungsi penjualan, Pengusaha burung puyuh menjual langsung ke agen, pedagang pengecer dan konsumen dengan cara datang langsung ketempat pengusaha burung puyuh dan diantar langsung ketempat agen.
- b. Fungsi penyimpanan, pengusaha burung puyuh melakukan penyimpanan sebelum dijemput oleh agen, pedagang pengecer dan konsumen. Penyimpanan dilakukan di rumah pengusaha tersebut.
- c. Fungsi standarisasi dan grading, pengusaha burung puyuh melakukan standarisasi seperti pembersihan telur yang menempel pada telur, sedangkan untuk grading pengusaha melakukan pengemasan produk dengan cara

menyusun telur di atas papan telur kemudian nantinya agen, pedagang pengecer dan konsumen langsung membeli telur yang sudah dikemas.

- d. Fungsi penanggungungan resiko, resiko yang diterima pengusaha adalah resiko mengenai harga yang fluktuatif.
- e. Fungsi permodalan yang dilakukan oleh pengusaha burung puyuh yaitu menggunakan modal sendiri.
- f. Fungsi informasi pasar, biasanya harga ditentukan oleh agen, pengusaha burung puyuh mengetahui informasi mengenai harga pasaran telur dari agen.

2. Agen

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh agen telur di Desa Jati Mulya adalah sebagai berikut:

- a. Fungsi pembelian, agen langsung membeli telur dari lokasi usaha kemudian di angkut kerumah agen, pembayaran dilakukan secara *cash*.
- b. Fungsi penjualan, agen menjual langsung ke pedagang pengecer, penjualan dilakukan dengan cara di antar langsung ketempat pedagang dan ada juga yang datang langsung ke tempat agen.
- c. Fungsi penyimpanan, agen melakukan penyimpanan sebelum dijemput oleh pedagang pengecer.
- d. Fungsi pengangkutan, pengangkutan dilakukan oleh agen yang langsung datang ke tempat pengusaha burung puyuh dengan menggunakan transportasi mobil.
- e. Fungsi penanggungungan resiko, adapun resiko yang mungkin terjadi salah satunya adalah kecelakaan yang dapat menyebabkan produk rusak, sehingga terjadinya penurunan harga.

- f. Fungsi permodalan yang dilakukan oleh agen yaitu menggunakan modal sendiri.
- g. Fungsi informasi pasar, informasi agen didapatkan dari sesama agen, media cetak maupun elektronik tentang kondisi harga di pasar.

3. Pedagang Pengecer

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer telur di Desa Jati Mulya adalah sebagai berikut:

- a. Fungsi pembelian, pedagang pengecer langsung membeli telur dari tempat usaha, pembayaran dilakukan secara *cash*.
- b. Fungsi penjualan, pedagang pengecer menjual langsung ke konsumen.
- c. Fungsi penyimpanan yang dilakukan pedagang pengecer yaitu menyimpan di warung.
- d. Fungsi pengangkutan, pengangkutan dilakukan oleh pedagang pengecer yang langsung datang ke tempat pengusaha burung puyuh.
- e. Fungsi penanganan resiko, adapun resiko yang mungkin terjadi adalah harga beli telur dari pengusaha yang fluktuatif.
- f. Fungsi permodalan yaitu menggunakan modal sendiri.
- g. Fungsi informasi pasar, informasi didapat dari sesama pedagang pengecer dan ada juga yang mendapat berita dari media cetak maupun elektronik tentang kondisi harga di pasar.

5.4.3. Biaya Pemasaran, Margin, Keuntungan dan Efisiensi

Perhitungan biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran usaha ternak burung puyuh di Desa Jati Mulya dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Analisis Biaya Pemasaran, Margin, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Telur Burung Puyuh di Desa Jati Mulya Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak, Tahun 2020.

No	Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
		Biaya Rp/Kg	Biaya Rp/Kg	Biaya Rp/Kg
1.	Pengusaha			
	Harga Jual	27.000	28.000	30.000
	a. Biaya Pengemasan			
	1. Tali Plastik	2,0	2,0	2,0
	2. Papan Telur	979,89	1.529,71	596,84
	Total Biaya	981,89	1.531,71	598,84
2.	Agen			
	Harga Beli	27.000		
	a. Biaya Pemasaran			
	1. Tali Plastik	2,0		
	2. Transportasi	10,476		
	Total Biaya	12,476		
	Margin	2.000		
	Keuntungan	1.987,524		
	Harga Jual	29.000		
3	Pedagang Pengecer			
	Harga Beli	29.000	28.000	
	a. Biaya Pemasaran			
	1. Tali Plastik	2,0	2,0	
	2. Transportasi	10,476	10,476	
	Total Biaya	12,476	12,476	
	Margin	3.000	4.000	
	Keuntungan	2.987,524	3.987,524	
	Harga Jual	32.000	32.000	
4.	Konsumen			
	Harga Beli	32.000	32.000	30.000
	Total Biaya	1.006,842	1.544,186	598,84
	Total Margin	5.000	4.000	0
	Total Keuntungan	3.993,158	2.455,814	0
	Efisiensi	0.03	0.04	0

5.4.3.1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran dalam penelitian ini merupakan biaya yang dikeluarkan pengusaha, agen dan pedagang pengecer telur selama proses pemasaran berlangsung.

Berdasarkan tabel 16 diatas dapat dilihat bahwa pengusaha mengeluarkan biaya pemasaran berupa papan telur dan tali plastik, pengusaha mengeluarkan biaya yang sama untuk setiap saluran. Biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 981,89.

5.4.3.2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima pengusaha dengan harga ditingkat konsumen atau antara lembaga yang terlibat. Pada tabel 16 dapat dilihat bahwa total margin pada saluran I sebesar Rp 5.000, saluran II sebesar Rp 4.000 dan saluran III tidak ada karena harga yang dibayarkan dengan konsumen akhir sama dengan harga yang diterima pengusaha.

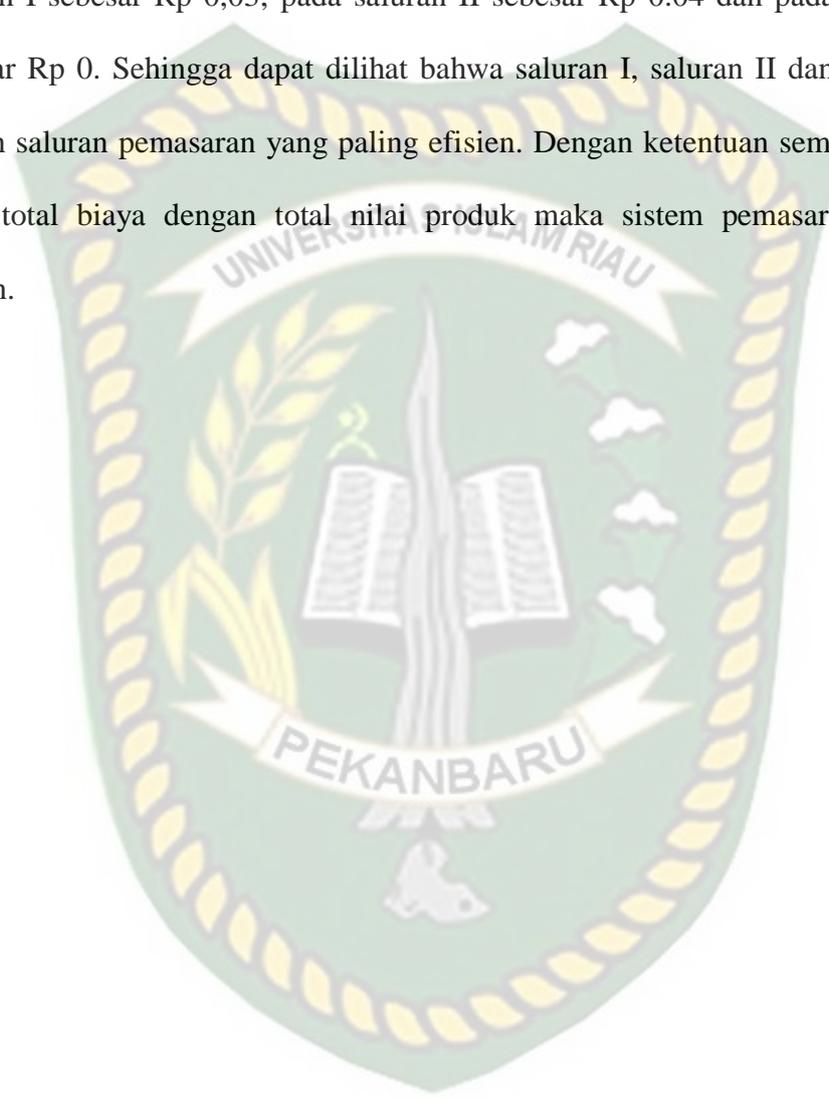
5.4.3.3. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisih antara margin dan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan telur. Besarnya keuntungan yang diterima lembaga pemasaran bergantung pada besarnya biaya pemasaran, sedangkan biaya pemasaran ditentukan oleh banyaknya lembaga yang terlibat dalam pemasaran serta banyaknya fungsi pemasaran yang dilakukan. Pada tabel 16 dapat dilihat bahwa keuntungan yang diterima agen pada saluran I sebesar Rp 3.993,158/Kg, keuntungan yang diterima pedagang pengecer pada saluran II sebesar Rp 2.455,814/Kg dan konsumen pada saluran III tidak memiliki keuntungan.

5.4.3.4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan ukuran untuk mengukur atau melihat apakah pemasaran tersebut efisien atau tidak efisien. Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya serendah-rendahnya.

Berdasarkan tabel 16 dapat dilihat bahwa nilai efisiensi pemasaran saluran I sebesar 0,03 % , saluran II sebesar 0.04 % dan saluran III sebesar 0, artinya apabila Rp 100.000 nilai produk yang dipasarkan maka biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp 0,03, pada saluran II sebesar Rp 0.04 dan pada saluran III sebesar Rp 0. Sehingga dapat dilihat bahwa saluran I, saluran II dan saluran III adalah saluran pemasaran yang paling efisien. Dengan ketentuan semakin rendah rasio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran semakin efisien.



BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Umur pengusaha ternak burung puyuh adalah 40 tahun, rata-rata umur tenaga kerja adalah 35 tahun dan rata-rata umur pedagang adalah 46 tahun. Lama pendidikan pengusaha adalah 12 tahun, tenaga kerja 12 tahun dan pedagang 11 tahun. Pengalaman usaha pengusaha 3 tahun, tenaga kerja 3 tahun dan pedagang 3 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga pengusaha sebanyak 4 jiwa, tenaga kerja sebanyak 3 jiwa dan jumlah tanggungan keluarga tenaga kerja sebanyak 4 jiwa. Usaha burung puyuh di Desa Jati Mulya tergolong skala usaha kecil, penggunaan modal sebesar Rp 170.000.000. Tenaga kerja yang digunakan pada usaha burung puyuh sebanyak 4 orang.
2. Penggunaan sarana produksi kandang burung puyuh di Desa Jati Mulya berukuran yaitu 180 m² dengan model kandang baterai. Jumlah bibit yang digunakan 5000 ekor/Periode Produksi, pakan sebanyak 54.114 Kg/Periode Produksi, penggunaan obat-obatan *trimezyn-s* sebanyak 3000 gram/Periode Produksi, serta penggunaan vitamin sebanyak 4.300 gram/Periode Produksi dan jumlah tenaga kerja sebanyak 763.25 HOK/Periode Produksi.
3. Biaya produksi yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 470.231.240/Periode Produksi. Produksi telur sebanyak Rp 18.097 kg/Periode Produksi, kotoran sebanyak 91.800 kg/Periode Produksi dan puyuh afkir sebanyak 4.875 ekor/Periode Produksi. Pendapatan kotor per periode produksi sebesar Rp 603.757.289 sedangkan pendapatan bersih sebesar Rp 133.526.049 dan nilai efisiensi (RCR) sebesar 1,28.

4. Produksi burung puyuh di Desa Jati Mulya dipasarkan melalui tiga saluran yaitu, saluran I: pengusaha ke agen, saluran II: pengusaha ke pedagang pengecer, saluran III: pengusaha ke konsumen. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I yaitu sebesar Rp 1.006,842, saluran II sebesar Rp 1.544,186 dan saluran III sebesar Rp 598,84. Margin ditingkat agen sebesar Rp 5.000/kg dan margin ditingkat pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 4.000/kg. Keuntungan yang diterima agen pada saluran I sebesar Rp 3.993,158/kg dan keuntungan yang diterima pedagang pengecer pada saluran II sebesar Rp 2.455,814/kg. Efisiensi pemasaran saluran I sebesar 0.03 %, saluran II sebesar 0,04% dan saluran III sebesar 0.

6.2. Saran

1. Bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya agar penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi referensi untuk melakukan penelitian sejenis.
2. Bagi petani/peternak dapat meningkatkan produksi dengan penerapan teknologi, penggunaan sarana produksi yang optimal sesuai dengan teori dan anjuran pemerintah serta dalam pemasaran telur sebaiknya menggunakan rantai pemasaran yang pendek atau lebih efisien sehingga menurunkan biaya pemasaran dan pengusaha dapat menjual harga yang lebih tinggi.
3. Bagi pemerintah terutama instansi terkait dapat melaksanakan penyuluhan dan bimbingan guna meningkatkan pengetahuan peternak dalam berusaha ternak agar lebih mahir dalam menjalankan usahanya dan diharapkan peternak mendapat bantuan sarana dan prasarana.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Khaliq, 2011. Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong (Sapi Bali). Skripsi Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Ilmu Peternakan. Universitas Islam Negeri Alauddin, Makasar.
- Abd. Rahim dan Diah Retno Dwi Hastuti, 2008. Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus, Penebar Swadaya. Jakarta.
- Achmanu dan Muharlieni, 2011. Ilmu Ternak Unggas. UB Press. Malang.
- Al-Qur'an Terjemahan. 2019. Surat Al-Mu'minin ayat 21. CV Darus Sunnah. Bandung.
- Andrew E, Sikula, 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Erlangga.
- Assauri, 2013. Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi, : PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat. 2006. Pendataan Sosial Ekonomi Tahun 2005. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, (2018). Statistik peternakan dan kesehatan hewan. Diakses pada tanggal 29 Januari 2020.
- Diwan.M, Nuraini dan Sani.L.O.A. 2015. Analisis Saluran Pemasaran dan Pendapatan Peternak Ayam Broiler di Kota Kendari. Mei 2015 2(2).
- Gumbira dan Harizt Intan, 2004. Manajemen Agribisnis. Jakarta.
- Hamid.A.K, 1994. Dasar-dasar Tataniaga Pertanian. Fajar Harapan, Pekanbaru.
- Hamka, 2015. Analisis Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di CV. Cipta Aksara Kelurahan Kastela Kecamatan Kota Ternate Selatan. Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan.
- Hanafiah, A M. A.M. Saefudin. 2006. Tataniaga Hasil Perikanan. UI Press, Jakarta.
- Hariandja, 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia. Grasindo, Jakarta.
- Hernanto, F. 2007. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hasibuan, 2005. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara. Jakarta.

- Hasyim, H. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus: Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara). *Jurnal Komunikasi Penelitian Lembaga Penelitian Universitas Sumatera Utara*, Medan.
- Jusuf O. Panekenan, J.C. Loing, B. Rorimpandey dan P. O.V Waleleng, 2013. Analisis Keuntungan Usaha Beternak Puyuh di Kecamatan Sonder Kabupaten Minahasa. *Jurnal Zootek*. 32(5): 1-10.
- Kadariah, 2002. Analisis Pendapatan Nasional. Bina Aksara, Jakarta
- Kartajaya.H, 2002. MarkPlus on Srategy: 12 tahun Perjalanan MarkPlus & Co Membangun Strategi Perusahaan. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler. P. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Erlangga, Jakarta.
- Limbong W,H, Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian, IPB. Bogor.
- Lipsey, R.G. 1995. Pengantar Mikroekonomi. Jilid kesatu. Edisi Kesepuluh. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Listiyowati, E. dan Roosпитasari, K. 2007. *Puyuh*, Tatalaksana dan Budidaya Secara Komersial. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Muhibbin.M.M, dan Fuad.I.L. 2018. Analisis Usaha Ternak Ayam Broiler (Studi Kasus Di Ternak Ayam Kunto Dewo Dusun Damar Desa Sekarmojo). *Jurnal Agromix*. 8(1): 37-46.
- Mandak.Y, Rorimpandey.B, Oroh. P. O. V. W, F. N. S. 2017. Analisis Margin Pemasaran Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Manado. *Jurnal Zootek*. 37(1): 70-79.
- Maulana.Y, Mauludin.Y, dan Gunadhi.E, 2014. Analisis Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging (*Broiler*) dengan Pola Kemitraan (Studi Kasus di Peternakan Bu Lilis Rancamidin, Cibodas). *Jurnal STT-Garut*.
- Mubyarto, 2001. Pengantar Ekonomi Pertanian. Edisi Ke-tiga, LP3S, Yogyakarta.
- Nafik.I.K, Dahlan.M, dan Hertanto.A.A, 2020. Analisis Keuntungan Pedagang Ayam Broiler di Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan. *Jurnal Internasional Animal Science*. 3(01): 1-8.
- Notarianto, D. 2011. Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor-faktor Produksi Pada Usahatani Padi Organik dan Padi Anorganik (Studi Kasus: Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen). Skripsi Fakultas Ekonomi. UNDIP, Semarang.

- Nugroho dan Mayun, 1986. Beternak Burung Puyuh (Quail). Cetakan 1. Eka Offset, Semarang.
- Prasetyo.D, Sari.A.I, Emawati.S, Rahayu.E.T, dan Purnomo.S.H, 2015. Analisis Pemasaran Ternak Sapi Potong di Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang. Jurnal Sains Peternakan.
- Radiosunu, 1983, Manajemen Pemasaran (Suatu Pendekatan analisis), BPFE, Yogyakarta.
- Rahmawati.Y, Sarengat. W dan Marzuki.S, 2014. Analisis Pola Saluran Pemasaran Usaha Ternak Ayam Broiler Pola Kemitraan di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. Oktober 2014 3(3): 443-449.
- Rasyaf, 2003. Bahan Pakan Unggas Indonesia. Kanisius, Yogyakarta.
- Saragih, B. 2010. Pengembangan Agribisnis Ayam dalam MEA. Penerbit Permata Wacana Lestari. Jakarta.
- Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian, 2016. Outlook Komoditas Pertanian Subsektor Peternakan: Telur. Diakses tanggal 29 Januari 2020.
- Slamet. 2014. Beternak dan Berbisnis Puyuh 3,5 Bulan Balik Modal. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Soekartawi. 1993, Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern, Pustaka Harapan, Jakarta.
- _____, 2002. Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____, 2006. Analisis Usahatani. UI-Press, Jakarta.
- Soli.M, 2020. Analisis Pendapatan Usaha Ternak Burung Puyuh di Kelurahan Dendang Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera utara: Medan.
- Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2019. Statistik Kesehatan dan Peternakan Hewan. Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Sukirno.S. 2010. Makroekonomi, Teori Pengantar. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Sunarto, 2004. Manajemen Pemasaran : Kunci/ Penyelesaian Soal-soal, edisi kelima. BPFE : Yogyakarta.
- Sutarno, 2014. Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Wonogiri. E-Jurnal Agrineca.
- Suwita,D. 2011. Analisis Pendapatan Petani Karet (Studi Kasus Desa Curup Kecamatan Air Bersih Kabupaten Bengkulu Utara (Skripsi) Fakultas Ekonomi dan Studi Pengembangan Universitas Bengkulu.
- Swastha. 2005. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Topan. 2007. Sukses Beternak Puyuh, Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Wahju, 2004. Ilmu Nutrisi Unggas : Universitas Gaja Mada Press. Yogyakarta.
- Walter.N. 2002. Mikroekonomi Intermediate Dan Aplikasinya, Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Wuryadi.S. 2011. Buku Pintar Beternak dan Bisnis Puyuh.Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Yusdja, R. Sajuti, WK Sejati, IS Anugrah, I Sadikin, Bawinarso. 2005.Pengembangan Model Kelembagaan Agribisnis Ternak Unggas Tradisional (Ayam Buras, Itik dan Puyuh). Laporan Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Departemen Pertanian.