

**ANALISIS USAHA PETERNAKAN AYAM RAS PETELUR DI
DESA SILAM KECAMATAN KUOK KABUPATEN KAMPAR**

Oleh

PARLAN ARDIKA
144210059

SKRIPSI

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



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2019**

**ANALISIS USAHA PETERNAKAN AYAM RAS PETELUR DI
DESA SILAM KECAMATAN KUOK KABUPATEN KAMPAR**

SKRIPSI

NAMA : PARLAN ARDIKA
NPM : 144210059
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 13
NOVEMBER 2019 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN
YANG TELAH DISEPAKATI SERTA KARYA ILMIAH INI
MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS
PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

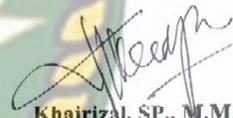
MENYETUJUI

Pembimbing I



Ir. Salman, M.Si

Pembimbing II



Khairizal, SP., M.MA

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Riau

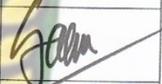
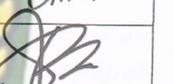
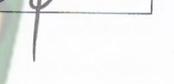

Dr. Ir. Ujang Paman Ismail, M.Agr

Ketua Prodi Studi
Agribisnis


Ir. Salman, M.Si

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

TANGGAL 13 NOVEMBER 2019

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Ir.Salman,M.Si	Ketua	
2	Khairizal,SP.,M.MA	Sekretaris	
3	Dr.Ir.Ujang Paman Ismail,M.Si	Anggota	
4	Sri Ayu Kurniati,SP.,M.Si	Anggota	
5	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Anggota	
6	Darus, SP., M.MA	Notulen	

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

HALAMAN PERSEMBAHAN

"Ada 3 perkara amalannya ngk putus-putus yaitu : sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat ,atau anak sholeh yang berdoa untuknya. Pepatah mengatakan tuntutlah ilmu sampai kenegeri cina, dengan menuntut ilmu kita bisa mengetahui mana yang hak dan bathil. "

Skripsi ini saya persembahkan untuk;

Bapak dan Ibu Tercinta

Bapak Rustom dan Ibu Yusnita

Mereka adalah orang tua hebat yang telah membesarkan dan mendidiknya dengan penuh kasih sayang dan terima kasih atas pengorbanan, nasehat dan do'a yang tiada hentinya kalian berikan kepadaku selama ini.

Teruntuk Pamanku terima kasih atas dukungan, do'a dan semangat yang tak terhingga. Semoga kalian menjadi orang yang hebat dimasa depan.

Untuk teman-teman perjuangan Agribisnis Pertanian kelas D angkatan 2014 yang telah banyak membantu Agus Priyanto SP, Ela wati, Heri Priyono SP, Rjo akbar SP, Afriadi SP, Fernanda Dheka Rusti, Muhammad Arafah , Ela wati, Syah ihwana, Muhammad Suryadi terima kasih untuk semangat yang kalian berikan selama ini dan semoga keakraban diantara kita tetap selalu terjaga.

Untuk anak KOS Pak Eka Hamdan Nasri, Jepri frannica SE, Hendra Budiman SE terima kasih untuk canda tawa juga suka duka dalam kebersamaan kita adalah hal yang sangat berarti dan kelak kuyakin merindu saat waktu menjadi pembeda, saat jarak menjadi pemisah, semoga tetap solid dan kompak,

BIOGRAFI PENULIS



Parlan Ardika dilahirkan di Buluh Cina, pada tanggal 17 Juli 1995, yang merupakan anak pertama dari lima bersaudara dari pasangan Bapak Rustam dan Ibu Yusnita. Penulis memulai masa pendidikan di Sekolah Dasar Swasta (SD) Taruna Andalan Tahun 2002 dan tamat pada tahun 2008. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Pangkalan Kerinci pada tahun 2008 dan tamat pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Pangkalan Kerinci pada tahun 2011 dan tamat pada tahun 2014. Kemudian pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Swasta di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau pada program studi Agribisnis Strata Satu (S1), pada tanggal 13 November 2019 Penulis dinyatakan lulus ujian sarjana dengan judul **“Analisis Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar”**.

PARLAN ARDIKA, SP

ABSTRAK

PARLAN ARDIKA (144210059). Analisis Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Di bawah bimbingan Bapak Ir. Salman, M.Si sebagai pembimbing I dan Bapak Khairizal,SP.,M.MA sebagai pembimbing II.

Usaha peternakan Ayam Ras Petelur suatu kegiatan budidaya ayam ras petelur tersebut mulai dari bibit (DOC) sampai afkir. Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar merupakan salah satu desa yang melakukan usaha ternak ayam ras petelur di Kabupaten Kampar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Karakteristik peternak dan profil usaha peternakan ayam ras petelur, (2) Teknik budidaya, penggunaan faktor produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usaha, (3) *Break Event Point* (BEP) pada usaha ternak ayam ras petelur serta (4) Saluran, lembaga, biaya, margin dan efisiensi pemasaran ayam ras petelur. Metode yang digunakan Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan dari bulan Desember 2018 sampai dengan April 2019. Hasil Penelitian menunjukkan responden memiliki umur 40 tahun, Lama pendidikan peternak 12 tahun, Jumlah tanggungan keluarga sebanyak 4 jiwa, pengalaman ternak ayam ras petelur 4 tahun. Usaha peternakan ayam ras petelur berdiri sejak tahun 2015 hingga saat ini, skala usaha tersebut skala usaha sedang. Jumlah tenaga kerja yang digunakan 4 orang, dan 1 pemilik ternak. Usaha peternakan ayam ras petelur dihitung dalam satu periode panen yaitu 24 bulan, dimana 5 bulan masa pendewasaan ayam dan 19 bulan masa produktif ayam untuk menghasilkan telur. Biaya total yang digunakan dalam satu periode produksi sebesar Rp 1.964.029.800,00, yaitu terdiri dari biaya variabel Rp 1.818.304.000 dan biaya tetap Rp 145.725.800. Produksi sebesar 1.877.010 butir/ periode produksi, dengan harga jual Rp 1.200/ butir telur sehingga pendapatan kotor sebesar Rp 2.252.412.000/ periode produksi, penjualan kotoran ayam Rp 55.200.000/ periode produksi dan penjualan ayam afkir Rp 168.000.000/ periode produksi. Total pendapatan kotor Rp 2.475.612.000/ periode produksi dan pendapatan bersih Rp 511.582.200/ periode produksi. RCR 1,26 > 1, yang berarti usaha ternak ayam tersebut layak untuk diusahakan.

Kata Kunci : Usahatani, Ayam Ras Petelur, Pendapatan, RCR

ABSTRACT

PARDIKA ARDIKA (144210059). Analysis of Laying Chicken Farming in Silam Village, Kuok District, Kampar Regency. Under the guidance of Mr. Ir. Salman, M.Sc as supervisor I and Mr. Khairizal, SP., M.MA as supervisor II.

The business of laying hens is an activity to start laying hens starting from seedlings (DOC) to rejects. Silam Village, Kuok Subdistrict, Kampar Regency is one of the villages that conducts laying hens in Kampar Regency. This study aims to analyze: (1) Characteristics of breeders and profile of laying hens, (2) Cultivation techniques, use of production factors, production costs, income and business efficiency, (3) Break Event Points (BEP) in chicken farms laying races and (4) Channels, institutions, costs, margins and marketing efficiency of laying hens. The method used in this study uses a purposive sampling method. This research was conducted for 5 months from December 2018 until April 2019. The results showed that respondents had 40 years of age, 12 years of breeders' education, 4 family dependents, 4 years of experience in laying hens. Laying chicken farm business was founded in 2015 until now, the scale of the business is medium business scale. The number of workers used is 4 people, and 1 livestock owner. Laying chicken farms are counted in one harvest period, which is 24 months, where 5 months of maturity of chickens and 19 months of productive period of chickens to produce eggs. The total costs used in one production period amounted to Rp 1,964,029,800.00, consisting of a variable cost of Rp 1,818,304,000 and a fixed cost of Rp 145,725,800. Production of 1,877,010 eggs / production period, with a selling price of Rp 1,200 / eggs so that the gross income of Rp 2,252,412,000 / production period, chicken manure sales of Rp 55,200,000 / production period and rejected chicken sales of Rp 168,000,000 / period production. Total gross income of Rp 2,475,612,000 / production period and net income of Rp 511,582,200 / production period. RCR 1.26 > 1, which means that the chicken poultry business is feasible.

Keywords: Farming, Laying Chickens, Income, RCR

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “Analisis Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar”.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah memperoleh bimbingan, bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan penghargaan, rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. UP. Ismail, M.Agr selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
2. Bapak Ir. Salman, M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis
3. Bapak Ir. Salman, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Khairizal, SP., M.MA selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan petunjuk kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Ir. Tibrani, M.Si sebagai penasehat akademis selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
5. Bapak Ibu Dosen Pengajar di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau khususnya Jurusan Agribisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
6. Bapak Ibu Penyuluh yang telah membantu penulis dalam melengkapi data penelitian.
7. Semua responden yang telah bersedia diwawancarai dan telah banyak memberikan informasi kepada penulis selama penelitian.

8. Semua teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

9. Terutama kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moril dan materil.

10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Melalui kata pengantar ini penulis meminta maaf apabila isi skripsi ini ada kekurangan dan menyinggung perasaan pembaca, serta penulis sangat mengharapkan saran serta tanggapan yang membangun.

Dengan ini, penulis mempersembahkan skripsi ini dengan penuh rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT. memberkahi skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat.

Pekanbaru, Desember 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Ruang lingkup penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Usaha peternakan ayam ras petelur.....	9
2.1.1. Karakteristik Ayam Petelur.....	9
2.1.2. Teknologi Budidaya Ayam Ras Petelur.....	13
2.1.3 Kandang.....	18
2.1.4 Pakan	19
2.1.5 Pemanenan.....	20
2.2. Konsep Analisis Usaha.....	20

2.2.1. Pengertian Usahatani.....	20
2.2.2. Faktor Produksi.....	21
2.2.3. Biaya.....	23
2.2.4. Produksi.....	25
2.2.5. Penerimaan.....	25
2.2.6. Pendapatan.....	26
2.2.7. Efisiensi.....	26
2.2.8 Pemasaran.....	27
2.2.9 Break Even Point (BEP).....	31
2.3. Penelitian Terdahulu.....	33
2.4. Kerangka Pemikiran.....	38
 III. METODE PENELITIAN	
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
3.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4. Konsep Operasional.....	41
3.5. Analisis Data.....	43
3.5.1. Karakteristik Peternak dan Profil Usaha Ayam Petelur.....	43
3.5.2. Analisis Usahatani.....	44
3.5.3. Efisiensi Usaha.....	47
3.5.4. Titik Impas/ <i>Break Event Point</i> (BEP).....	47
3.5.5. Pemasaran.....	48

IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografi dan Topografi.....	50
4.2. Keadaan Umum Penduduk.....	50
4.2.1. Penduduk Menurut Umur, dan Jenis Kelamin.....	50
4.2.2 Tingkat Pendidikan.....	51
4.2.3 Menurut Mata Pencaharian.....	52
4.3 Keadaan Umum Pertanian.....	53
4.4 Keadaan Umum Peternakan.....	53

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Peternak dan Profil Usaha Peternak Ayam Ras Petelur.....	55
5.1.1. Karakteristik Peternak.....	55
5.1.2. Profil Usaha Peternak Ayam Ras Petelur.....	58
5.2. Analisis Usahatani Ayam Ras Petelur.....	60
5.2.1. Teknologi Budidaya.....	60
5.2.2. Biaya Produksi.....	61
5.2.3. Pendapatan Usahatani.....	65
5.2.4. Efisiensi Usahatani.....	66
5.3. Analisis BEP (<i>Break Even Point</i>).....	66
5.4. Pemasaran.....	67
5.4.1. Margin Pemasaran.....	68
5.4.2. Biaya Pemasaran.....	68
5.4.3. Efisiensi Pemasaran.....	69

VI. KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan 70

6.2. Saran 71

DAFTAR PUSTAKA 72



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Produksi Telur Ternak Unggas menurut Jenis dan Kabupaten/ Kota, Tahun 2017.....	3
2. Perkembangan Populasi Ternak Tahun 2014-2018.....	4
3. Konsumsi produk pertanian per Kapita per tahun 2013-2017.....	5
4. Jumlah Pakan dan Kebutuhan Air Minum Untuk 100 Ekor yang Dibutuhkan Ayam Ras Petelur.....	11
5. Teori dan Permasalahan Usahatani Ayam Petelur.....	44
6. Teori dan Permasalahan Berdasarkan Kelompok Umur.....	44
7. Teori dan permasalahan berdasarkan system pemeliharaan.....	45
8. Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Desa Silam.....	51
9. Penduduk menurut tingkat pendidikan di Desa Silam.....	51
10. Penduduk Menurut Mata Pencaharian Penduduk di Desa Silam.....	52
11. Keadaan Umum Pertanian Desa Silam Tahun 2017.....	53
12. Keadaan Umum Peternakan di Desa Silam Tahun 2017.....	54
13. Distribusi Jenis Kelamin Pengusaha dan Agen Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.....	56
14. Distribusi Tingkat Pendidikan Pengusaha dan Agen Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.....	56
15. Distribusi Pengamalan Berusahatani Ras Petelur Pengusaha dan Agen Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.....	57
16. Disribusi Jumlah Anggota Keluarga Pengusaha dan Agen Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.....	58

17. Distribusi Modal Investasi Pengusaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	60
18. Distribusi Modal Tetap Pengusaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	60
19. Teknologi Usahatani Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	60
20. Distribusi Penggunaan Biaya Tetap pada Usaha Ayam Ras Petelur Di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019....	62
21. Distribusi Penggunaan Biaya Variabel pada Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	63
22. Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahap Pekerjaan Pada Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.....	64
23. Pendapatan Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	65
24. BEP Usahatani Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.....	66
25. Margin, Biaya dan Efisiensi Pemasaran Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019 ...	68

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kandang Sistem Batrai	16
2. Kandang Ayam Ras Petelur	18
3. Pakan Ayam Ras Petelur	19
4. Pemanenan Telur Ayam	20
5. Grafik Break Event Point (BEP).....	33
6. Kerangka Berpikir Analisis Usahatani Perternakan Ayam Ras Petelur di Desa Silam kabupaten Kampar	39
7. Grafik BEP Usahatani Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Peternak dan Agen Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	76
2. Distribusi Penyusutan Kandang, Alat dan Mesin Peternak Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	77
3. Distribusi Penggunaan Biaya Variabel Peternak Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	78
4. Distribusi Pedapatan Peternak Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	79
5. Distribusi BEP Usahatani Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019	80
6. Dokumentasi Penelitian	81



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara pertanian yang artinya bahwa pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk dan tenaga kerja yang hidup atau bekerja dari sektor pertanian atau dari produk nasional yang berasal dari pertanian. Program peningkatan produksi pertanian pada dasarnya merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan efisiensi pertanian dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang tersedia secara efisien, efektif dan selektif dengan tujuan agar peningkatan produksi hasil pertanian dapat optimal.

Peternakan merupakan subsektor dari pertanian yang berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani. Kebutuhan masyarakat akan hasil ternak seperti daging, susu dan telur semakin meningkat. Hal ini seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, tingkat pendidikan, kesadaran masyarakat akan gizi dan peranan zat-zat makanan khususnya protein bagi kehidupan, serta meningkatkan kemampuan masyarakat untuk memanfaatkan hasil ternak, sehingga perkembangan sektor peternakan memberikan dampak positif bagi masyarakat untuk meningkatkan perbaikan gizi dan dampak positif bagi pelaku ternak yaitu meningkatkan kesejahteraan.

Ayam merupakan jenis unggas yang paling populer dan paling banyak dikenal orang. Selain itu ayam juga termasuk hewan yang mudah ditanakkan dengan modal yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan hewan besar lainnya. Produk ayam (telur

dan daging) dan limbahnya diperlukan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Telur dan daging ayam yang diperlukan oleh ratusan juta manusia di dunia ini mengakibatkan tumbuhnya peternakan ayam skala kecil, menengah dan industri ayam modern hampir diseluruh dunia berkembang pesat. Usaha peternakan ayam petelur telah tersebar luas baik sebagai peternakan rakyat maupun sebagai perusahaan peternakan. Beberapa hal yang menyebabkan kemajuan tersebut adalah adanya perbaikan teknologi pengolahan ayam petelur yang berupa: bibit unggul, pakan yang berkualitas, perkandangan, sanitasi, pengendalian penyakit dan pelaksanaan teknis pemeliharaan ayam petelur lainnya. Perkembangan usaha peternakan terutama peternakan ayam petelur mempunyai tujuan untuk memproduksi telur yang dijual di pasar konsumen untuk memenuhi kebutuhan protein hewani, selain itu juga bertujuan untuk menghasilkan daging asal ayam petelur afkir.

Telur ayam merupakan jenis makanan bergizi dan bermanfaat sebagai sumber protein hewani, hampir semua lapisan masyarakat dapat mengkonsumsi jenis makanan ini sebagai sumber protein hewani. Cara pengolahannya sangat mudah. Ayam ras petelur adalah ayam betina dewasa yang dipelihara khusus untuk diambil telurnya. Asal mula ayam petelur adalah ayam hutan dan itik liar yang bertelur cukup banyak. Seleksi dilakukan oleh para pakar secara ketat, dengan tujuan pada hasil produksi telur yang banyak, Ayam hutan tadi dapat diambil telur dan dagingnya maka arah seleksi spesifik pada hasil produksi telur yang banyak (Aziz,2007).

Keuntungan yang diterima oleh peternakan telah memberikan kepuasan yang berarti bagi kemajuan usaha yang dijalankan, akan tetapi keuntungan yang besar tidak menjamin bahwa usaha ayam petelur tersebut sudah dikatakan berhasil, sehingga

perlu untuk dianalisa lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang menyebabkan ketidakberhasilan suatu usaha peternakan, baik berasal dari biaya produksi yang dikeluarkan maupun dari hutang perusahaan. Besar kecilnya keuntungan yang diperoleh dapat dijadikan salah satu tingkat efisiensi suatu usaha.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Riau tahun 2016 terdapat peningkatan terhadap jumlah produksi ayam ras mulai dari tahun 2015-2018. Dari total ternak unggas di Riau, Kabupaten Kampar merupakan kabupaten dengan urutan pertama sebagai penghasil ayam petelur dengan jumlah 873.160 ekor pada tahun 2017. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Produksi Telur Ternak Unggas menurut Jenis dan Kabupaten/Kota, 2017

Kabupaten/kota		Ayam ras petelur	Ayam kampung	Itik
1.	Kuantan singigi	-	59.838	166,113
	Indragiri hulu	-	89.578	173.193
3.	Indragiri hilir	-	581.808	184.705
4.	Pelalawan	-	132.231	213.667
5.	Siak	-	125.455	98.680
6.	Kampar	873.160	240.449	185.326
7.	Rokan Hulu	-	307.973	224.805
8.	Bengkalis	30.064	64.244	128.478
9.	Rokan Hilir	17.452	77.754	149.062
10.	Kepulauan meranti	65.180	35.516	22.693
11.	Pekanbaru	-	95.527	32.017
12.	Dumai	676	12.530	15.409
Jumlah	2017	986.533	1.822.904	1.594.148
	2016	1.019.152	1.564.033	1.777.773
	2015	1.843.781	1.494.195	1.794.194
	2014	2.021.545	1.643.312	2.097.165
	2013	1.330.650	1.129.561	1.701.267
	2012	2.765.053	1.801.106	1.609.986

(Sumber,; Badan Pusat Statistik, Riau 2018)

Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui bahwa usaha ternak ayam ras petelur terus bertambah dari tahun 2012 hingga tahun 2017. Usaha ternak ayam ras petelur memiliki sifat cepat dalam menghasilkan penerimaan, dengan perputaran modal yang cepat, waktu pemeliharaan yang singkat dan dapat dimulai dengan modal yang dimiliki baik sebagai usaha sampingan ataupun usaha pokok, sehingga banyak peternak yang tertarik mengusahakannya. Usaha ternak ayam ras petelur juga dihadapkan pada berbagai tantangan, utamanya biaya yang tinggi sehingga memerlukan modal investasi yang besar. Kendala lainnya adalah : tingginya tingkat resiko yang dihadapi dalam usaha ternak ayam ras petelur seperti resiko fluktuasi harga, baik harga-harga input seperti *Day Old Chicken* (DOC), pakan dan obat-obatan maupun fluktuasi harga jual output berupa ayam hidup dan daging. Resiko lain yang dihadapi dalam usaha ternak ayam ras petelur adalah resiko produksi yang disebabkan oleh cuaca dan iklim serta penyakit dan resiko sosial. Hal itulah yang sering menjadi kendala utama dalam bisnis ayam ras petelur.

Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir terjadi perubahan jumlah populasi ayam ras petelur di Indonesia. Peningkatan perkembangan populasi ini terjadi diakibatkan oleh meningkatnya ayam ras petelur yang merupakan salah satu sumber protein hewani. Untuk lebih jelas perkembangan populasi ayam ras petelur dapat dilihat pada Tabel 2:

Tabel 2. Perkembangan Populasi Ternak Tahun 2014-2018

No	Jenis	Ternak				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Ayam buras	275.116	285.304	294.333	299.701	310.960
2	Ayam ras petelur	146.660	155.007	161.364	176.937	181.752

3	Ayam ras pedaging	1.443.349	1.528.329	1.632.801	1.848.731	1.891.435
4	Itik	45.268	45.322	47.423	49.056	51.239
5.	Itik manila	7.414	7.975	8.170	8.502	8.772

Sumber: Badan Pusat Statistik (Susenas 2013-2017).

Tabel 2 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan populasi ayam ras petelur di Indonesia setiap tahunnya khusus pada tahun 2014 sampai tahun 2018 terjadi peningkatan populasi tiap tahunnya khususnya tahun 2018 sebanyak 181.752. dan untuk ayam ras pedaging terjadi pula peningkatan konsumsi ayam ras pedaging terjadi peningkatan paling pada tahun 2018 sebanyak 1.891.435. Penurunan jumlah populasi di Indonesia dipengaruhi oleh adanya alih fungsi lahan dan adanya perubahan profesi yaitu mencari usaha yang lebih menjanjikan. Peternakan ayam ras petelur termasuk usaha yang menjanjikan namun butuh ketelitian dan butuh kesabaran untuk merawatnya. Dalam perawatan butuh ketelitian agar ayam ras petelur dapat terhindar dari penyakit, diantaranya cacar ayam.

Permintaan atau konsumsi telur ayam ras cenderung meningkat, peningkatan permintaan merupakan salah satu yang mempengaruhi banyaknya bermunculan peternakan ayam ras petelur. Konsumsi telur ayam ras dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Konsumsi produk pertanian per Kapita per tahun 2013-2017

No	Komoditi	Satuan/ unit	Konsumsi				
			2013	2014	2015	2016	2017
1.	Telur ayam ras	Butir	6.153	6.309	97.39 8	99.796	106.418
2.	Telur ayamBuras	Butir	2.607	2.607	3.754	3.546	4.067
3.	Telur itik	Butir	1.825	1.512	2.138	1.981	2.086
4.	Telur puyuh	Butir	3.389	3.754	6.674	7.769	9.177
5.	Telur lainnya	Butir	0.104	0.156	-	-	0.104

Sumber : Badan Pusat Statistik (Susenas 2013-2017) Tahun 2018

Tabel 3 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan konsumsi ayam ras petelur di Indonesia setiap tahunnya pada tahun 2013 sampai tahun 2017. Tingkat konsumsi paling tinggi terjadi pada tahun 2017 sebanyak 106,418 perkapita pertahun, dan konsumsi terendah terjadi pada tahun 2013 sebanyak 6,153. Sedangkan tingkat konsumsi ayam buras di Indonesia konsumsi yang paling tinggi terjadi pada tahun 2015 sebanyak 3,754 dan tahun 2017 sebanyak 4,067, dan kemudian mengalami penurunan pada tahun 2016 sebanyak 3,754. dan konsumsi terendah pada tahun 2013 dan 2014 sebanyak 2,607.

Desa silam kecamatan kuok merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Kampar. Di desa ini terdapat terdapat usaha peternakan ayam ras petelur. Peternak di Desa Silam merupakan peternak swadaya ayam ras petelur, yang mana dia melakukan budidaya ayam ras petelur tersebut mulai dari bibit (DOC) sampai afkir.

Penggunaan factor produksi merupakan hal terpenting di dalam suatu usaha salah satunya adalah usaha peternakan ayam ras petelur. Factor produksi tersebut meliputi lahan, tenaga kerja, modal dan manajemen. Lahan digunakan untuk tempat berusaha, lahan dibidang peternakan adalah kandang ayamnya. Tenaga kerja merupakan penggerak dari usaha tersebut, jika tidak ada tenaga kerja maka suatu usaha tidak akan berjalan. Modal merupakan hal yang tidak biasa ditunda dalam mendirikan usaha setelah adanya lahan dan tenaga kerja. Sedangkan manajemen yaitu bagaimana melaksanakan dan mengatur suat usaha dengan efektif dan efesien.

Dalam hubungan dengan perilaku peternak terhadap resiko, maka faktor sikap yang lebih progresi terhadap inovasi baru inilah yang lebih cenderung membentuk

nilai perilaku peternak usia muda untuk lebih berani menanggung resiko (Soekartawi, 2002). Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Usaha Perternakan Ayam Ras Petelur di desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar”.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian usahatani ayam ras petelur di desa Silam Kecamatan kuok kabupaten Kampar dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik peternak dan profil usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar?
2. Bagaimana teknologi budidaya, penggunaan faktor produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar?
3. Berapa nilai titik impas usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar?
4. Bagaimanakah saluran, lembaga, biaya margin dan efisiensi pemasaran ayam ras petelur di desa silam kecamatan kuok kabupaten Kampar ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis karakteristik peternak dan profil usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar
2. Menganalisis teknologi budidaya, penggunaan faktor produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar.

3. Menganalisis nilai titik impas usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar.
4. Menganalisis saluran, lembaga, biaya, margin dan efisiensi pemasaran ayam ras petelur di desa silam kecamatan kuok kabupaten Kampar.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah :

1. Bahan informasi bagi peternak petelur di Desa Silam Kabupaten Kampar tentang usaha dan pemasaran sehingga mampu meningkatkan taraf hidup para peternak.
2. Bagi pemerintah hasil penelitian ini dapat menjadi bahan atau dasar pemikiran dalam membuat kebijakan pembangunan sektor pertanian, khususnya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan peternak dalam subsektor peternakan
3. Bagi penulis di penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam hal mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di fakultas pertanian program studi agribisnis

1.5 Ruang lingkup penelitian

Penelitian ini menganalisis menganalisis ayam ras petelur yang diteli mulai dari DOC sampe panen. Adapun peternak yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah dengan peternak Bapak Firdaus. Penelitian ini dimulai dari menganalisis karakteristik pelaku usaha dan profil usaha meliputi, penggunaan faktor produksi usaha peternak ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar serta menganalisis biaya usaha ayam ras petelur dari ayam umur 20 minggu hingga

ayam ras petelur afkir umur 24 bulan. Produksi yang diamati berupa telur, ayam afkir dan kotorannya. Dan pemasaran telur ayam ras tersebut dipasarkan melalui agen, yang mana agen tersebut datang langsung ke lokasi peternak. Sehingga agen tersebut dapat memilih telur yang bagus dan layak untuk di konsumsi.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur

Menurut Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia No 948/Kpts/OT.210/10/97, 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 dan dalam jangka waktu tertentu untuk tujuan komersial atau sebagai usaha sampingan untuk menghasilkan ternak bibit/ternak potong,telur,susu serta menggemukkan suatu jenis ternak termasuk penurunan penjualan. Ranupandojo (1990) menyatakan bahwa rentabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama suatu periode tertentu.

Ayam yang pertama kali masuk ke Indonesia dan mulai dternakan adalah ayam ras petelur jenis *white leghorn* yang kurus dan umumnya setelah habis masa produksinya. Antipati orang terhadap daging ayam ras petelur cukup lama hingga menjelang akhir periode 1990-an. Ketika itu mulai merebak peternakan ayam broiler yang khusus untuk daging, sementara ayam petelur atau dwiguna mulai menjamur pula.Dari sinilah orang mulai sadar bahwa ayam ras petelur handal dan pedaging yang enak.Mulai terjadi persaingan yang sengit antara telur dan daging ayam ras dengan telur dan daging ayam kampung.

2.1.1 Karakteristik Ayam Petelur

Ayam petelur adalah ayam-ayam betina dewasa yang dipelihara khusus untuk diambil telurnya. Ciri-ciri ayam ras petelur produktif adalah jengger dan pial besar,

lembut, mengkilat seperti berminyak, muka berwarna merah, mata bercahaya tidak cekung, bentuk kaki agak kecil, kulit lunak dan longgar, rongga perut lunak dan elastis, jarak antar ujung tulang dada dan tulang pinggul empat jari atau lebih, tulang pubis runcing, lebar dan lunak, jarak kedua ujungnya tiga jari atau lebih, anus berbentuk lonjong, basah, besar dan warnanya putih agak kebiruan (Rasyaf, 2008).

Klasifikasi adalah suatu sistem pengelompokan jenis-jenis ternak berdasarkan persamaan dan perbedaan karakteristik. Klasifikasi biologi ayam (*Gallus gallus*) berdasarkan Rasyaf (2003) adalah sebagai:

Kingdom : *Animalia*
Filum : *Chordata*
Kelas : *Aves*
Ordo : *Galliformes*
Famili : *Phasianidae*
Genus : *Gallus*
Spesies : *Galus galus domesticus*

Fase perkembangan kehidupan ayam ras petelur dimulai dari masa stater (masa awal) umur 0-6 minggu, grower (masa remaja) umur 7-6 minggu dan masa bertelur diatas umur 17 minggu (Rasyaf,1997).

Surdayani dan Hari (1996) menyatakan terdapat dua jenis ayam ras petelur dan banyak dibudidayakan yaitu ayam ras petelur putih (white leghorn) dan petelur coklat (dwiguna).

Ayam ras petelur putih sangat sensitif terhadap dan kebisingan dan cuaca panas. Apabila kaget atau kepanasan produksinya akan menurun . Sebaliknya ayam

ras petelur coklat lebih tahan terhadap cuaca panas atau kebisingan. Ayam ras petelur putih menginjak masa bertelur yang lebih cepat yaitu pada umur 15 atau 16 minggu . Sedangkan ayam ras petelur coklat baru bertelur pada umur 20 atau 22 minggu (Rasyaf, 1997)

Menurut Wiharto (1985), pemberian pakan yang sempurna merupakan salah satu penentu produksi telur dengan jumlah dan kualitas yang baik. Pakan yang diberikan haruslah mengandung zat-zat makanan yang mencukupi.. Sudaryani dan Hari (1996) menyatakan selain pakan air minum juga berpengaruh terhadap produktifitas ayam ras petelur. Kebutuhan air minum dipengaruhi oleh temperature di udara dalam kandang. Jumlah pakan dan kebutuhan air minum untuk 100 ekor ayam yang dibutuhkan ayam ras dapat dilihat di Tabel 4

Tabel 4. Jumlah Pakan dan Kebutuhan Air Minum Untuk 100 Ekor yang Dibutuhkan Ayam Ras Petelur

Umur (minggu)	Kebutuhan pakan	Suhu	
		21°C	32°C
1-8	2100	3,6	6,2
9	68	9,8	17,0
10	72	12,9	22,2
11	77	14,6	25,2
13	81	16,5	28,4
15	86	17,6	30,4
17	90	18,7	32,4
19	95	19,8	36,2
21	104	21,6	37,2
22	110-120		

Sumber : Wiharto, 1998 dan Sudaryani & Hari, 1996.

Walaupun ayam ras tergolong jenis ayam yang mempunyai produktivitas rendah jika dibandingkan dengan ayam ras impor, namun ayam ras mempunyai

keragaman produktivitas yang tinggi, sehingga mempunyai potensi untuk dilakukan seleksi pemilihan ayam-ayam yang lebih tinggi produksi telur maupun laju pertumbuhannya. Upaya seleksi ini tidaklah mudah dilaksanakan oleh para peternak biasa.

Perbaikan mutu ternak ayam ras dapat dilakukan melalui seleksi dan breeding. Sumber bibit ayam yang dipelihara hendaknya yang dapat diandalkan, tingkat produksi dapat diketahui serta sehat. Ayam yang digunakan berasal dari jenis yang seragam dan dipilih sebaik mungkin. Jika ayam dibeli dari luar, maka karantina diperlukan sebagai tindak pencegahan penyakit. Sampai saat ini dipasaran belum tersedia bibit unggul ayam ras, sehingga kita harus pandai memilih berdasarkan pengalaman dan informasi.

Recording atau pencatatan dalam pembibitan sangat dianjurkan dan dilakukan dengan cara sederhana mungkin. Recording sangat berguna untuk pelaksanaan perencanaan selanjutnya. Informasi yang perlu dicatat antara lain (a) berapa ekor ayam induk dan jago yang dimiliki; (b) berapa produksi telur setiap hari ; (c) jenis pakan apa saja yang kita berikan setiap hari, dan berapa banyak ; (d) jenis obat, vaksin, program pencegahan dan penobatan penyakit; (e) berapa biaya pakan, obat, dan vaksin yang kita keluarkan; (f) berapa biaya untuk kandang; (g) kapan kandang dibangun dan diperbaiki; (h) induk telur mana saja yang bertelur banyak; (i) berapa banyak telur yang dijual, ditetaskan, dan dikonsumsi; (j) berapa banyak telur yang menetas ; (k) berapa banyak anak ayam yang hidup sampai umur tertentu; (l) berapa bobot anak ayam, dan pertumbuhannya. Perbandingan antara induk dan pejantan dapat disesuaikan dengan kondisi. Bila jantan berumur 8-12 bulan, perbandingannya

8:1(8 ekor betina dicampur dengan 1 ekor pejantan) sedangkan untuk jantan berumur 8-20 bulan, perbandingannya 10 : 1 (10 ekor betina dicampur dengan 1 ekor pejantan) (Dinas Peternakan DKI Jakarta, 1996).

2.1.2 Teknologi Budidaya Ayam Ras Petelur

Ayam ras sejak lama sudah dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia terutama yang tinggal di pedesaan. Pada umumnya ayam dipelihara secara diumbar di halaman dan di kebun sekitar rumah, sebagian dipelihara secara semi intensif dan lebih sedikit mengusahakan secara intensif. Permasalahan utama dalam dalam budidaya ayam ras secara intensif adalah mahalnya harga pakan yang memenuhi syarat kebutuhan ayam untuk tumbuh secara optimal, sementara produktivitasnya rendah. Permasalahan lain adalah sulitnya memperoleh bibit unggul, karena memang belum banyak mengusahakan bibit ayam ras dalam jumlah banyak.

Bagaimana juga, selama masih ada lahan di sekitar rumah yang dapat dimanfaatkan untuk memelihara ayam, kita dapat mengusahakannya sebagai berikut ini :

2.1.2.1 Budidaya Ayam Ras Berdasarkan Kelompok Umur

Berdasarkan kelompok umur maka 3 macam cara budidaya ayam ras umumnya dilakukan oleh masyarakat, yaitu (a) pemeliharaan anak ayam (*starter*) yakni dari umur 0-8 minggu; (b) pemeliharaan anak ayam dara (*grower*) umur 8-20 minggu; dan (c) pemeliharaan ayam masa bertelur (*layer*) umur 21 sampai afkir. Berikut, adalah uraian dari masing-masing periode pemeliharaan (BPTP Nusa Tenggara Barat, 2003)

A .Pemeliharaan anak ayam (starter) : umur 0-8 minggu

- a. Pemeliharaan intensif dengan menggunakan induk pemanas (menggunakan kotak/box atau kandang kecil). Caranya:
- b. Lantai kotak/box ditutup dengan kertas agar anak ayam (kutuk) tidak kedinginan
- c. Sediakan makanan dan minuman. Air minum ditambah gula sedikit (asal sudah terasa manis).
- d. Masukkan anak ayam yang baru menetes.
- e. Nyalakan lampu. Untuk 10 ekor anak ayam digunakan lampu/bohlam 10 watt selama 1 minggu, setelah 1 minggu gunakan lampu 5 watt dan hanya dinyalakan malam hari jika daerahnya terang.
- f. Umur 3 minggu, keluarkan ayam dari box dan dilepas dalam kandang yang sudah dipakai.
- g. Pemberian pakan harus tetap tersedia sepanjang hari
- h. Vaksinasi ND dilakukan pada anak ayam umur 4 hari, dan 4 minggu melalui tetes mata kiri atau kanan, kemudian umur 4 bulan melalui suntikan pada bagian dada. Selanjutnya dilakukan vaksinasi setiap 4 bulan.

B. Pemeliharaan anak ayam dara (grower) : umur 8-20 minggu

Anak ayam setelah umur 2 bulan sudah memerlukan kandang yang lebih luas yaitu 8-10 ekor per m² (tergantung besarnya ayam). Usahakan pemeliharaannya semi intensif agar ayam dapat berjemur dan makan hijauan, untuk itu diperlukan adanya umbaran. Misalnya: ayam 20 ekor maka kandang yang diperlukan 2-3 m² (1,5 m x 2 m) ditambah umbaran diluar 1,5 m x 4 m.

- a. Pemberian pakan dilakukan setiap hari dan ditingkatkan jumlahnya sesuai umur dan ukuran tubuh mulai 40-70 gram per hari.
- b. Air minum harus selalu tersedia
- c. Hijauan segar dapat diberikan sesuai kebutuhan dengan cara potong halus baru dihambur pada umbaran.
- d. Induk dan pejantan yang bagus dipilih untuk dijadikan bibit sedangkan lainnya dapat digemukkan dan dijual.
- e. Sesudah ayam berumur 5-6 bulan (sudah mulai berkotek-kotek) berarti sudah/hampir bertelur , dan dapat dikategorikan sebagai ayam dewasa. Pakan dapat diganti dari pakan power (14% protein) menjadi pakan ayam layer (ayam dewasa dengan protein 15,5-16%).
- f. Berikan obat cacing pada umur 3 bulan.

C. Pemeliharaan ayam masa bertelur (layer): umur 21 minggu sampai dengan afkir

Pada periode ini biasanya peternak memelihara ayamnya sesuai dengan keinginan peternak.

- a. Bila hanya membutuhkan telur konsumsi saja maka cukup dipelihara pada kandang ren atau battery (diuraikan dalam system pemeliharaan.
- b. Bila yang dibutuhkan telur bibit, diperlukan ayam pejantan untuk membuahi telur sebagai patokan yaitu 1 jantan mengawini 7-10 ekor betina.gunakan pejantan paling banyak 2 ekor yang memang sejak kecil sama-sama dalam satu kandang. Pilih jantan dan betina yang memang memenuhi syarat sebagai bibit.

- c. Usahakan ayam tidak pindah-pindah kandang (kecuali apabila isinya terlalu banyak di dalam atau dengan system battery).
- d. Pemeliharaan semi intensif dapat menghasilkan produksi telur yang tinggi dan lebih efisien dalam penggunaan pakan.
- e. Dalam kandang disiapkan sarang bertelur. Boleh dierami induk dan begitu menetas anak dipisah agar induknya cepat bertelur. Boleh juga tiap hari telur dipunggut dan ditetaskan melalui mesin tetas.(Rasyaf,1994)

D. Budidaya Ayam Ras Berdasarkan Sistem Pemeliharaan

Berdasarkan system pemeliharaan ayam ras, dilakukan dengan menggunakan *system baterai* yaitu ayam dikandangkan sepenuhnya didalam kandang baterai seperti pemeliharaan ayam ras petelur. Berikut adalah uraian dari sistem pemeliharaan.

1). Sistem Baterai



Gambar 1. Kandang Sistem Batrai

Untuk tujuan produksi telur, sistem baterai ini merupakan system pemeliharaan yang efektif dan efisien dibandingkan dengan sistem pemeliharaan lainnya. Ayam ras membutuhkan ruang gerak minimal 450 cm^2 (15 cm x 30 cm) per ekor, namun dalam prakteknya untuk kandang biasanya diperlebar menjadi 750 cm^2 (25 cm x 30 cm) per ekor atau diperlukan luas lahan 7,5 m x 0,3 m untuk 100 ekor ayam betina dewasa. Dalam sistem kandang batere ini, untuk mendapatkan telur tetes dilakukan dengan cara kawin tangan, kawin kamar atau IB (inseminasi buatan) dengan semen ayam setempat. Mesin tetes atau induk-induk ayam lain atau entog (itik manila) yang biasa dijadikan sebagai penetas telur harus tersedia untuk memproduksi anak ayam umur sehari (Day Old Chick).

Pemilihan bibit ayam dan perlakuan karantina dilaksanakan seperti untuk bibit ayam pada sistem umbaran. Dengan luasan lahan di perkarangan sekitar 5 m panjang dengan 1 m lebar, induk bibit yang dibutuhkan maksimal sebanyak 50 ekor dan 3 ekor jantan untuk pemacak atau sumber semen (mani).

Kandang yang diperlukan cukup sederhana berupa sederetan 50 kandang-kandang individu (batrei) dari bambu yang juga dipakai untuk kandang karantina, lengkap dengan minum dan pakan. Kandang ditempatkan sedemikian rupa minimal 1 meter diatas permukaan tanah dan diberikan naungan secukupnya agar terhindar dari hujan, terik matahari langsung dan hembusan angin yang keras. Naungan biasanya terbuat dari atap rumbia atau genteng.

Sarang penetasan yang biasa dibuat dalam bentuk kotak-kotak berderet atau sarang-sarang bulat yang ditambatkan bertingkat pada dinding ruangan ternaungi dan

sedikit tertutup. Jika tidak, sarang sederhana dapat pula memakai mesin penetas kapasitas 50-100 butir telur dengan tenaga listrik dan atau lampu minyak tanah (Rahmat Rukmana, 2005).

2.1.3. Kandang



Gambar 2. Kandang Ayam Ras Petelur

Secara makro kandang berfungsi sebagai tempat tinggal ternak agar terhindar dari pengaruh cuaca buruk (hujan, panas, dingin), hewan buas dan pencurian. Secara mikro kandang berfungsi sebagai tempat untuk menyediakan lingkungan yang nyaman agar terhindar dari stress sehingga kesehatan ternak dapat terjaga dan produksi dapat maksimal (Suprijatno dan Atmomarsono,2005).

Prinsip dasar pembuatan kandang ayam petelur harus diperhatikan untuk menghadapi beberapa perubahan di lapangan. Beberapa prinsip dasar tersebut antara lain sirkulasi udara di peternakan, kandang cukup sinar matahari pagi dan jangan sampai terkena sinar matahari sepanjang masa, permukaan lahan peternakan, sebaiknya kandang dibangun dengan sistem terbuka agar hembusan angin dapat memberikan kesegaran di dalam kandang (Rasyaf,1994.)

2.1.4. Pakan



Gambar 3. Pakan Ayam Ras Petelur

Kandungan energi pakan ayam perlu memperhatikan kandungan nutrient, meskipun energi terpenuhi tetapi apabila kebutuhan nutrient lainnya belum terpenuhi sesuai kebutuhan ternak maka efisiensi penggunaan pakan rendah. Untuk membuat formulasi ransum harus memperhatikan kandungan energi dan lain-lainnya. (Suprijatno dan Atmomarsono,2005).

Pengaruh konsumsi pakan terhadap kandungan protein ransum ayam petelur sangat penting. Selain tipe ayam, suhu lingkungan juga berpengaruh terhadap konsumsi ransum. Suhu lingkungan yang tinggi akan menyebabkan ayam banyak minum dan mengurangi konsumsi pakan. Akibatnya dari hal tersebut protein yang masuk ke dalam tubuh ayam hanya sedikit. Untuk mengatasi hal tersebut maka ransum ayam petelur Indonesia harus mengandung protein yang tinggi (Rasyaf, 1994).

2.1.5. Pemanenan



Gambar 4. Pemanenan Telur Ayam

Telur sebaiknya dipanen tiga kali sehari, yaitu pada pagi, siang, dan sore hari. Dengan demikian, kerusakan isi telur akibat virus dapat dihindari atau dikurangi. Telur selanjutnya diletakkan di atas *egg tray* (nampan telur). Telur abnormal harus dipisahkan dari telur normal. Telur normal berbentuk oval, bersih, dan berkulit

mulus. Beratnya sekitar 57,6 gram dengan volume 66 cc. Sementara telur abnormal adalah telur yang terlalu kecil, terlalu besar, bentuknya lonjong, atau kulitnya retak.

2.2. Konsep Analisis Usaha

2.2.1. Pengertian Usahatani

Ilmu usahatani adalah ilmu yang mempelajari cara-cara menentukan, mengorganisasikan dan mengkoordinasikan penggunaan faktor-faktor produksi seefektif dan seefisien mungkin sehingga produksi pertanian menghasilkan pendapatan peternak yang lebih besar. Ilmu ushatanijuga didefinisikan sebagai ilmu mengenai carapeternak mendapatkan kesejahteraan (keuntungan), menurut pengertian yang dimilikinya tentang kesejahteraan. Jadi ilmu usahatani mempelajari cara-cara peternak menyelenggarakan pertanian (Tohir, 1991).

Usahatani adalah kegiatan mengorganisasikan atau mengelola asset dan cara dalam pertanian. Usahatani juga dapat diartikan sebagai ilmu suatu kegiatan yang mengorganisasi sarana produksi pertanian dan teknologi dalam suatu usaha yang menyangkut bidang pertanian (Moehar, 2001).

2.2.2. Faktor Produksi

Menurut Sukirmo (2006), pengertian faktor produksi adalah benda-benda yang di sediakan oleh alam atau diciptakan oleh manusia yang dapat digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Produksi pertanian yang optimal adalah produksi yang mendatangkan produk yang menguntungkan ditinjau dari sudut ekonomi, ini berarti biaya faktor-faktor *input* yang berpengaruh pada produksi jauh lebih kecil bila dibandingkan dengan hasil yang diperoleh sehingga peternak dapat memperoleh keuntungan dari usahataniya. Faktor-faktor yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a) Lahan

Alam merupakan semua kekayaan yang terdapat di alam untuk dimanfaatkan dalam proses produksi, karena sudah ada sejak dulu dimanfaatkan untuk produksi untuk produksi, maka SDA (sumber daya alam) ini termasuk faktor produksi yang meliputi tanah, air, iklim, udara, dan sebagainya. Kekayaan alam yang besar belum tentu menjamin tingkat kemakmuran yang tinggi, alam sebagai faktor produksi hanya menyediakan bahan-bahan atau kemungkinan-kemungkinan untuk berproduksi, jika kemungkinan-kemungkinan yang tersedia di dalam lingkungan alam itu tidak dimanfaatkan, maka kemungkinan-kemungkinan itu sebagai potensi belaka.

b) Tenaga Kerja

Menurut Daniel (2002), tenaga kerja adalah suatu kegiatan fisik dan otak manusia yang tidak dapat dipisahkan dari manusia dan ditunjukkan pada usaha produksi. Tenaga kerja ternak atau traktor bukan termasuk faktor tenaga kerja, tapi termasuk modal yang menggantikan tenaga kerja.

c) Modal

Modal mengandung banyak arti, tergantung penggunaannya. Dalam arti sehari-hari, modal sama artinya dengan harta kekayaan yang dimiliki seseorang yaitu semua harta berupa uang, tanah, mobil, dan lain sebagainya.

Menurut Daniel (2002), arti modal atau *capital* adalah segala jenis barang yang dihasilkan dan dimiliki masyarakat. Sebagai kekayaan itu digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan sebagian lagi digunakan untuk memproduksi barang-barang baru dan ilmiah yang disebut modal masyarakat atau modal sosial.

Jadi modal adalah setiap hasil atau produk atau kekayaan yang digunakan untuk memproduksi hasil selanjutnya atau hasil yang baru.

Secara umum modal dapat dibagi dua yaitu:

- 1) Modal tetap adalah barang-barang yang digunakan dalam proses produksi yang dapat digunakan beberapa kali, contoh: mesin, pabrik, gedung, dan lain-lain.
- 2) Modal bergerak adalah barang-barang yang digunakan dalam proses produksi yang hanya bisa digunakan satu kali dalam proses produksi misal bahan mentah, bahan bakar, dan lain-lain.

Dalam usaha pertanian dikenal ada modal fisik dan modal manusiawi. Modal fisik atau modal material, yaitu: berupa alat-alat pertanian. Sedang modal manusiawi adalah biaya yang dikeluarkan untuk pendidikan, latihan, kesehatan. Modal manusiawi tidak memberikan pengaruh secara langsung, dampaknya akan kelihatan dimasa yang akan datang dengan meningkatnya kualitas dan produktivitas sumberdaya manusia pengelolanya.

d. Skill (keahlian)

Keahlian atau skil adalah manajemen atau kemampuan peternak menentukan manfaat pengguna faktor produksi dalam perubahan teknologi, sehingga usahatani yang dikelolanya dapat memberikan hasil yang lebih baik. Oleh karena itu kepada para peternak harus diberikan penyuluhan dalam menggunakan dan memanfaatkan faktor-faktor produksi pada saat muncul teknologi baru yang dapat diterapkan dalam melakukan usahatani, yang dapat menyebabkan biaya produksi dapat ditekan dan dapat meningkatkan produksi (Daniel, 2002).

2.2.3. Biaya

Menurut Hernanto (1989) faktor biaya sangat menentukan kelangsungan proses produksi. Biaya yang dikeluarkan oleh seorang peternak dalam proses produksi serta membawanya menjadi produk disebut biaya produksi termasuk didalamnya barang yang dibeli dan jasa yang diabyar didalamnya maupun diluar usahatani. 3 (tiga) pengelompokan biaya, sebagai berikut.

1. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang penggunaannya tidak habis dalam satu masa produksi, misalnya; pajak tanah, pajak air dan penyusutan alat bangunan pertanian.
2. Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang besarnya kecilnya tergantung pada skala produksi. Yang tergolong biaya variable antar lain, biaya untuk pupuk, bibit, obat pembasmi hama dan penyakit, tenaga kerja dan biaya panen.
3. Biaya tidak tunai adalah biaya yang diperhitungkan untuk membayar tenaga kerja dalam keluarga,.

Pengklasifikasian pembiayaan tersebut, dikenal juga apa yang disebut biaya langsung dan tidak langsung, biaya langsung adalah biaya- biaya Langsung dipergunakan dalam proses produksi atau lebih dikenal dengan *actual cost*. Biaya langsung juga sering disebut *farm expense* yaitu biaya produksi yang betul-betul dikeluarkan oleh peternak. Istilah ini biasanya dipergunakan untuk mencari pendapatan peternak (*farm income*). Sedangkan biaya-biaya tidak langsung dipergunakan dalam proses produksi, seperti penyusutan alat dan sebagainya (Soekartawi, 2006).

Menurut Sukirno (2006), biaya produksi didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut.

a) *Total Cost (TC)*

Keseluruhan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan dinamakan biaya total. Biaya produksi total atau total biaya didapat dari menjumlahkan biaya tetap total (total fixed cost) dan biaya variabel total (*total variable cost*).

b) *Total Fixed Cost (TFC)*

Keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi (input) yang tidak dapat diubah jumlahnya dinamakan biaya tetap total. (Bambang dkk, 2011).

c) *Total Variabel Cost (TVC)*

Keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya dinamakan biaya *variabel cost*. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku.

2.2.4. Produksi

Produksi dalam arti ekonomi mempunyai pengertian semua kegiatan untuk meningkatkan kegunaan atau faedah suatu benda. Kegiatan ini dengan mengubah bentuk atau menghasilkan bentuk atau menghasilkan barang baru (Sriyadi, 1991). Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang. Produksi ini merupakan suatu proses kombinasi dan koordinasi materi dan kekuatan dalam pembuatan suatu barang dan jasa.

Produksi juga merupakan suatu kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan manfaat atau penciptaan faedah baru. Faedah atau manfaat ini dapat terdiri dari beberapa macam, misalnya faedah bentuk faedah waktu, faedah tempat, serta kombinasi dari beberapa faedah tersebut diatas. Namun komoditi bukan hanya dalam bentuk output barang, tetapi juga jasa. Menurut Salvatire (2001) produksi adalah merajuk pada transpormasi dari berbagai input sumberdaya menjadi output beberapa barang atau jasa. Menurut Nichalsoe W (2000), produksi adalah suatu kegiatan mengubah masukan atau input menjadi keluaran atau output

2.2.5. Penerimaan

Penerimaan usahatani adalah nilai produk total usahatani dalam jumlah tertentu yang dijual, diberikan kepada orang lain yang dikonsumsi dan diperoleh dari jumlah produk secara keseluruhan dikalikan dengan harga yang berlaku ditingkat petani Soekartawi (1995).

2.2.6. Pendapatan

Berusaha tani sebagai suatu kegiatan untuk memperoleh produksi di dalam pertanian, pada akhirnya akan dinilai dari biaya yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh. Selisih keduanya merupakan pendapatan dari kegiatan usahatani. Usahatani dikatakan berhasil apabila usahatani tersebut dapat memenuhi kewajiban membayar bunga modal, alat-alat yang digunakan, upah tenaga kerja serta sarana produksi yang lain dan termasuk kewajiban pada pihak ketiga. Menurut Lipsey, et al. (1995)

2.2.7. Efisiensi

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara output fisik dan input fisik, semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai (Soekartawi, 1991).

Efisiensi adalah salah satu cara untuk menilai efisiensi. Dalam pengertian yang umum, efisiensi adalah suatu perusahaan yang dalam produksinya menghasilkan barang dan jasa yang cepat, lancar dan dengan pemborosan yang minimum. Dalam hubungannya dengan organisasi industri, istilah efisiensi berhubungan dengan cara yang paling produktif untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang langka, dalam hal ini, secara umum dikenal dua jenis efisiensi, yaitu efisiensi teknik dan efisiensi ekonomis (Suharjo,1991).

Efisiensi adalah kemampuan menghasilkan output pada suatu tingkat kualitas tertentu dengan biaya yang rendah. Dalam ilmu ekonomi produksi efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya efisiensi bila pemanfaatan sumberdaya tersebut menghasilkan keluaran atau outpu yang melebihi masukan atau input (Soekartawi, 2006)

2.2.8 Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2000) definisi pemasaran adalah proses social dan dan managerial dimana perorangan dan kelompok mendapatkan kebutuhan mereka dengan menciptakan, penawaran produk yang bernilai masing-masing. Inti dari kegiatan pemasaran adalah untuk mengembangkan suatu produk, penelitian distribusi, komunikasi, penetapan harga, dan pelayanan.

Menurut Saefuddin dan Hanafiah (1983), fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran atau struktur pemasaran. Fungsi pemasaran ini harus ditampung dan di pecahkan oleh produsen dan mata rantai saluran barang-barangnya, lembaga-lembaga lain yang terlibat dalam proses pemasaran. Fungsi pemasaran meliputi: 1) Fungsi pertukaran: yaitu meliputi penjualan dan pembelian, 2) Fungsi pengadaan: yaitu meliputi pengangkutan dan penyimpanan dan 3) Fungsi pelancar: yaitu meliputi permodalan, penanggungan resiko, standarisasi dan grading serta informasi pasar;

1. Fungsi penjualan, yaitu mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan.
2. Fungsi pembelian, yaitu suatu perpindahan barang dari produsen ke konsumen melalui proses transaksi.
3. Fungsi pengangkutan, yaitu Bergeraknya atau perpindahan barang-barang dari tempat produksi dan atau ketempat-tempat dimana barang-barang tersebut akan dipakai.
4. Fungsi penyimpanan, yaitu menahan barang-barang selama jangka waktu antara dihasilkan atau diterima sampai dengan dijual, dengan demikian penyimpanan menciptakan kegunaan waktu.
5. Fungsi permodalan, yaitu mencari dan mengurus modal/uang yang berkaitan dengan transaksi-transaksi dalam urus barang dari sector produksi sampai sector konsumsi.
6. Fungsi penanggungan resiko, yaitu sebagai ketidakpastian dalam hubungannya dengan ongkos, kerugian atau kerusakan.

7. Fungsi standarisasi dan grading, yaitu penentuan atau pendapatan standar golongan (kelas/derajat) untuk barang-barang. Standar adalah suatu ukuran atau ketentuan mutu yang diterima oleh umum sebagai sesuatu yang mempunyai nilai tetap.
8. Fungsi informasi pasar, yaitu suatu tindakan-tindakan lapangan yang mencakup: pengumpulan informasi, komunikasi, penafsiran dan pengambilan keputusan sesuai dengan rencana dan kebijakan perusahaan yang bersangkutan.

Philip Khotler (1996) mengemukakan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang tergantung dan terlibat dalam proses menjadikan suatu produk. Sedangkan menurut Basu Swastha (1992) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industry. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Dari produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung ke rumah konsumen, saluran ini bias juga diberi istilah saluran nol tingkat (zero stage channel).
- b. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer langsung membeli barang kepada produsen. Kemudian

menjualnya langsung kepada konsumen. saluran ini disebut dengan saluran satu tingkat (one stage chanel).

c. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat. (two stage chanel).

d. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (three stage chanel), Philip Kotler (1996).

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, sebab lembaga pemasaran dapat terlibat semakin banyak. Besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung petani, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien (Istiyanti,2010).

Biaya Pemasaran adalah meliputi semua biaya dalam rangka menyelenggarakan kegiatan pemasaran (Supriyono,2000). Dalam mendefenisikan biaya pemasaran, cenderung mendefenisikan dalam arti yang luas,karena biaya pemasaran dalam arti sempit hanya terbatas pada kegiatan penyampaian barang kepada pembeli. Sedangkan dalam arti yang luas biaya pemasaran tidak hanya mencakup biaya penjualan saja tetapi mencakup biaya administrasi dan manajemen keuangan.

Efisiensi Pemasaran adalah perbandingan yang terbaik antara *input* (masukan) dan *output* (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas. Dengan kata lain antara apa yang telah diselesaikan (S.P. Hasibuan,1984).

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986) ditinjau dari sudut pandang swasta, efisiensi pemasaran dapat dibedakan atas :

- a. Efisiensi Tehnis berarti pengendalian fisik daripada produk dan dalam hal ini mencakup hal prosedur, teknis dan besarnya (skala) dengan tujuan penghematan fisik seperti mengurangi kerusakan (waste) mencegah merosotnya mutu produk dan menghemat tenaga kerja. Penghematan fisik mengakibatkan pengurangan ongkos berupa uang.
- b. Efisiensi ekonomis berarti perusahaan atau industry dengan tehnik, skil dan pengetahuan yang dapat bekerja atas biaya rendah dan memperoleh profit.

- c. Efisiensi social dari pemasaran adalah efisiensi pemasaran yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan konsumen (masyarakat). Efisiensi ini berhubungan input dan output dari system pemasaran.

Daniel (2002) mengemukakan bahwa, efisiensi pemasaran adalah ukuran dari perbandingan antara kegunaan pemasaran dengan biaya pemasaran. Beberapa factor yang dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran yaitu :

- a. Keuntungan pemasaran
- b. Harga yang diterima oleh konsumen
- c. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran
- d. Kompetisi pasar

2.2.9 Break Even Point (BEP)

Menurut Herjanto (2007) analisis Break Even Point adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menemukan titik dalam kurva biaya pendapatan yang menunjukkan biaya sama dengan pendapatan selanjutnya Herjanto (2007) mengungkapkan Dalam melakukan analisis pulang pokok diperlukan estimasi mengenai biaya tetap, biaya variabel, dan pendapatan. Biaya tetap (fixed cost) adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan besar yang tetap, tidak tergantung dari volume penjualan, sekalipun perusahaan tidak melakukan penjualan. Biaya variabel (variabel cost) merupakan biaya yang besarnya bervariasi sesuai dengan jumlah unit yang diproduksi/dijual. Sedangkan pendapatan merupakan elemen lain dalam analisis pulang pokok yang besarnya bertambah sesuai dengan penambahan volumen penjualan. Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2006). Titik impas (Break Even Point) adalah titik dimana total pendapatan sama dengan total biaya, titik dimana laba

sama dengan nol”. Oleh sebab itu pihak perusahaan harus berusaha bagaimana cara meningkatkan laba untuk memperoleh laba yang maksimum dengan melihat volume penjualannya.

Break Even Point Analisis (BEPA) dapat dihitung secara matematis dan grafik. Menurut Sigit (1994) dalam Makmur (2012) untuk menghitung BEP digunakan rumus sebagai berikut:

a. BEP untuk volume produksi yaitu : produksi dihasilkan untuk mendapatkan model :

$$\text{BEP } Q_b = \frac{\text{TFC}}{P-V}$$

b. BEP untuk penerimaan volume penjualan pada BEP dalam rupiah untuk balik modal :

$$\text{BEP } Q_t = \frac{\text{TFC}}{1-\frac{V}{P}}$$

Keterangan :

Q_b = Volume penjualan pada BEP (Butir/Periode Produksi)

Q_t = Volume penjualan pada BEP (Rp/Periode Produksi)

TFC = Total Biaya Tetap (Rp/Periode Produksi).

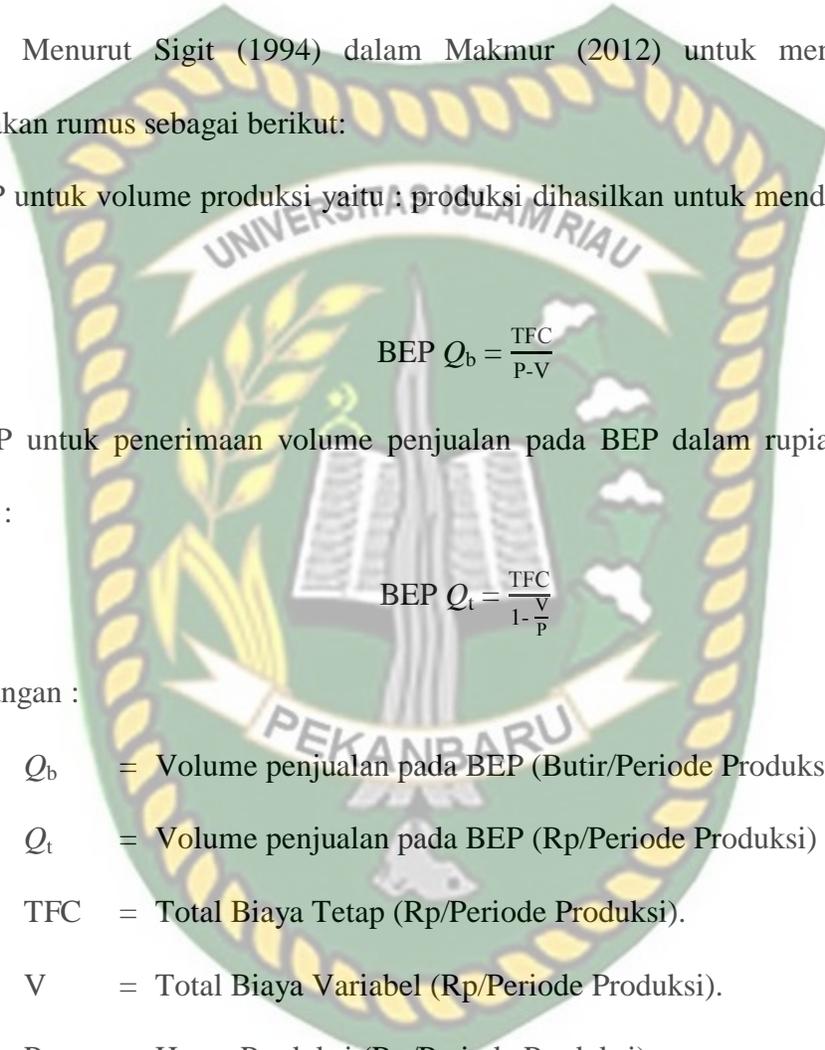
V = Total Biaya Variabel (Rp/Periode Produksi).

P = Harga Produksi (Rp/Periode Produksi).

c. BEP untuk harga produk penjualan pada BEP dalam harga untuk balik modal.

$$\text{BEP Harga (Rp/Kg)} = \frac{TC}{Y}$$

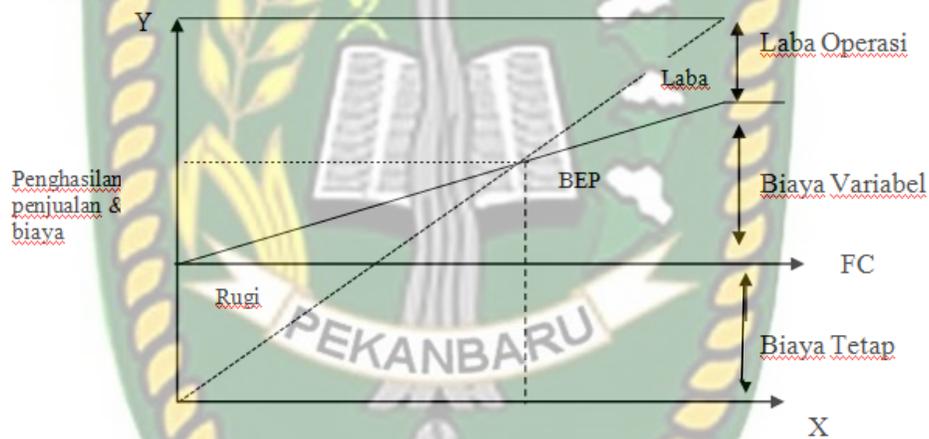
Keterangan :



TC = Total Biaya (Rp/Periode Produksi)

Y = Produksi (Butir/Produksi)

Menurut Herjanto (2007) analisis break event point dengan pendekatan grafis dengan suatu grafik yang disebut bagan break event point. Perhitungan break event point dapat dilakukan dengan cara menemukan titik pertemuan atau titik potong antara garis pendapatan penjualan dengan titik biaya. Titik pertemuan tersebut merupakan titik break event point. Hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, total pendapatan penjualan dan total biaya dapat digambarkan dengan grafik sebagai berikut ini:



Gambar 5. Grafik *Break Event Point* (BEP)

2. 3. Penelitian Terdahulu

Ulfa dan Santoso (2014) dengan judul penelitian Analisis Finansial Usaha Peternakan Ayam Petelur UD. Balebat di Desa Karang Kobar Kecamatan Sukorejo Kabupaten Kendal (Financial Analysis of Layer at UD. Balebat in Karang Kobar Village Sukorejo District Kendal Regency). Penelitian bertujuan mengetahui tingkat keuntungan, mengevaluasi profitabilitas, mengevaluasi pengembalian nilai investasi

dan mengevaluasi kelayakan proyek dari nilai benefit usaha ternak ayam petelur UD. Balebat. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan observasi. Variabel yang diamati meliputi Return On Investment (ROI), Payback Periode (PP), dan Benefit Cost Ratio (B/C Ratio). Hasil penelitian menunjukkan populasi UD. Balebat 12.167 ekor, ROI 47,94%, mampu mengembalikan investasi yang ditanamkan PP sebesar 1 tahun 7 bulan 13 hari dan B/C ratio sebesar 1,57. Simpulan penelitian adalah perusahaan UD. Balebat layak dijalankan dan menguntungkan.

Candra, Utami Hartono (2016) dengan judul penelitian Analisis Ekonomi Usaha Ayam Petelur CV. Santoso Farm DI Desa Kerjen Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar (Economic Analysis Of Layer At CV. “Santoso Farm” In Kerjen Village Srengat Subdistrict Blitar Regency)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan produksi telur, biaya produksi, dan keuntungan antara strain Isa Brown dengan Lohman di CV Santoso. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus dengan objeknya adalah kinerja produksi ayam strain Isa Brown dan Lohman di CV Santoso pada tahun Teknik pengumpulan data terdiri atas data primer dan data sekunder. Model analisis yang digunakan adalah metode penyusutan Straight Line Method, total biaya produksi, total penerimaan, pendapatan, dan revenue cost ratio (R/C). Hasil analisis usaha peternakan ayam petelur CV. Santoso Farm layak dikembangkan berdasarkan:

- a) Nilai R/C ratio yaitu 1,16 sehingga usaha peternakan tersebut layak untuk dikembangkan.
- b) Nilai BEP selama satu bulan untuk BEP harga telur utuh yaitu Rp. 11.536,- dan untuk BEP hasil telur utuh yaitu 112.386 kg.
- c) Nilai margin of safety

dari penjualan telur utuh yaitu 6,74 %. d) Nilai rentabilitas ekonomi yaitu 29,59 % per tahun, sedangkan nilai rentabilitas modal sendiri yaitu 39,54 % per tahun.

Sumaryanto, dkk (2016) dengan judul Analisis Usaha Ayam Petelur Peternak Plasma di Jawa Barat dan Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji usaha peternakan ayam petelur peternak plasma. Metode dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka. Analisis yang digunakan yaitu analisis finansial usahatani, analisis titik impas (BEP) dan analisis fungsi produksi konvensional. Penelitian dilakukan di Propinsi Jawa Barat dan Lampung pada tahun 1987/1988. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 1987 usaha peternakan ayam petelur peternak plasma tidak menguntungkan. Tingginya harga pakan menyebabkan biaya produksi total lebih besar dari nilai total penerimaan. Komponen biaya untuk pakan di tiga lokasi penelitian yakni Tasikmalaya, Bogor/Tangerang dan Lampung Selatan berkisar antara 83 - 88 persen. Di lain pihak tekanan dari permintaan dalam pasar telur menyebabkan rata-rata harga telur selama tahun 1987 hanya berkisar antara Rp 1.056 - Rp 1.154 per kilogram. Dengan kondisi demikian kendatipun penerapan teknologi berproduksi sudah berada pada kategori cukup yang tercermin dari produktivitas usaha ternak yang termasuk kategori sedang, tetapi nilai permintaan marjinal lebih rendah dari biaya korbanan marjinalnya. Perbandingan antar wilayah menunjukkan bahwa usaha peternakan ayam petelur di Lampung secara relatif masih lebih baik dari usaha peternakan ayam petelur di Tasikmalaya dan Bogor/Tangerang. Katup pengaman dari pendapatan rumah tangga terletak pada kesediaan inti memberikan pinjaman sarana produksi dan diversifikasi pendapatan rumah tangga peternak itu sendiri. Dari hasil analisis terlihat bahwa titik strategis

dalam membenahan industri perunggasan terletak pada penyediaan pakan dalam harga yang lebih rendah. Dalam pelaksanaan tentu bukan hanya menyangkut masalah teknis dan manajemen pada industri pakan saja, tetapi melibatkan aspek penyediaan bahan baku. Pada akhirnya pengembangan diversifikasi tanaman pangan dengan sendirinya ikut punya andil dalam hal ini.

Azizah (2017) dengan judul penelitian Analisis Usaha dan Strategi Pengembangan Ternak Ayam Ras Petelur di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan, sensitivitas, dan posisi strategi usaha ternak ayam ras petelur. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive). Data penelitian dikumpulkan pada bulan Desember 2016. Responden adalah tiga peternak dengan skala besar, skala menengah, dan skala kecil. Data dianalisis menggunakan analisis finansial, analisis sensitivitas, dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ternak ayam ras petelur skala besar, skala menengah, dan skala kecil adalah layak dan menguntungkan untuk dikembangkan dan sensitif terhadap kenaikan biaya pakan, kenaikan biaya vaksin, dan penurunan harga jual telur. Usaha ternak ayam ras petelur berada pada kuadran I dengan strategi pertumbuhan secara agresif.

Rahman (2018) melakukan penelitian dengan judul Analisis Usahatani Ayam Petelur pada Peternakan Global Buwana Farm, di Cihideung Ilir, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis keragaan usahatani dari peternakan ayam ras petelur di Global Buwana Farm selama satu periode pemeliharaan, pendapatan dan kelayakan finansial dari Peternakan Ayam Ras Petelur

di Global Buwana farm pada sistem kandang tertutup dan kandang terbuka dan Payback Period di CV Global Buwana Farm. Metode penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui gambaran umum dan menjelaskan keragaan usahatani peternakan mengenai biaya dan pendapatan peternakan ayam ras petelur di lokasi penelitian secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kegiatannya beberapa faktor diperlukan agar kegiatan usahatani tersebut dapat berjalan, adapun faktor faktor tersebut adalah faktor keragaan investasi, input, dan tenaga kerja. Investasi diperlukan untuk mengubah input yang diberikan seperti DOC, pakan, sekam, vaksin, obat-obatan menjadi output yang dapat memberikan keuntungan, Selain itu penelitian ini juga akan menganalisis pendapatan dan waktu pengembalian dari kegiatan usahatani Global Buwana Farm yang dilakukan dengan menggunakan nilai R/C-Rasio untuk mengukur tingkat pengembalian dari biaya yang dikeluarkan dan analisis payback period untuk menghitung waktu pengembalian yang dikeluarkan oleh peternakan untuk menutup keseluruhan biaya yang diperlukan. Analisis keragaan usahatani bersifat kualitatif dan analisis pendapatan dan payback periode bersifat kuantitatif.

Andel (2018) melakukan penelitian tentang Analisis Pedagang Ayam Broiler (Bakul) yang Bermitra dengan Perusahaan Peternakan di Kota Kendari. Tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis pendapatan pedagang ayam broiler (bakul) yang bermitra dengan perusahaan peternakan di Kota Kendari. Penelitian ini berlokasi di Pasar Baruga, Pasar Basah Mall Mandonga, Pasar Lapulu, Pasar PKL Lawata, dan Pasar Anduonohu di Kota Kendari. Sampel yang di ambil pada penelitian ini adalah

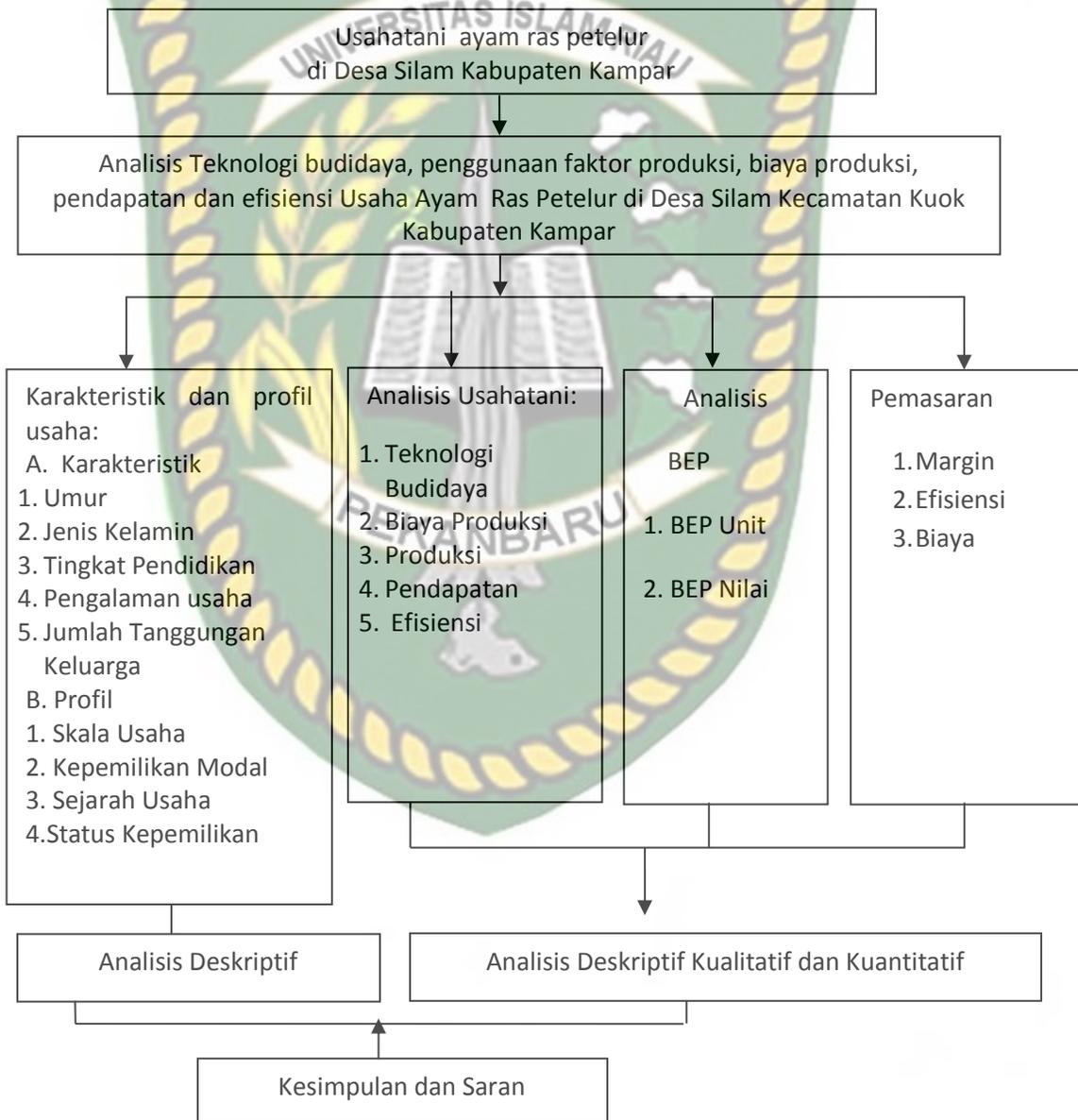
pedagang ayam broiler (bakul) yang bermitra dengan perusahaan tersebut. Masing-masing pasar diambil sebanyak 4 orang pedagang, sehingga berjumlah 20 orang pedagang (bakul). Variabel penelitian yang diamati berupa karakteristik pedagang (bakul) yang bermitra dengan perusahaan peternakan di kota kendari, meliputi umur, pengalaman, dan tingkat pendidikan. Biaya produk dan pemasaran ayam broiler (pengadaan alat, transportasi, pajak, tenaga kerja dan lain lain). Sumber penerimaan (jumlah dan harga penjualan ayam broiler). Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisa statistik dengan menghitung rata-rata pendapatan, persentase, menghitung besarnya sampel dan melakukan penyederhanaan data serta penyajian data dengan menggunakan tabel atau grafik. Hasil penelitian bakul yang bermitra dengan perusahaan peternakan di Kota Kendari memperoleh keuntungannya atau pendapatan setiap bulan rata-rata Rp 7.957.035 setiap bakul dengan tempat penjualannya di pasar Kota kendari.

2.4. Kerangka Pemikiran

Analisis yang digunakan untuk mengetahui pendapatan Ayam Petelur digunakan analisis kuantitatif, dengan menghitung seluruh komponen biaya yang dikeluarkan dan produksi yang didapat. Sedangkan untuk mengetahui teknik budidaya, saluran dan lembaga pemasaran dengan menggunakan analisis deskripsi

Usaha peternakan ayam ras petelur di Desa Silam merupakan salah satu usaha peternakan ayam ras petelur. Tujuan akhir dari usaha peternakan ayam ras petelur adalah memperoleh keuntungan yang maksimal. Peternakan ini perlu mengidentifikasi dan mengetahui teknologi budidaya, biaya produksi dan pemasaran yang didapat dari usaha peternakan ayam ras petelur ini untuk mencapai tujuannya.

Biaya Produksi Peternakan adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam penggunaan faktor-faktor produksi selama proses pemeliharaan berlangsung, sedangkan pemasaran adalah seluruh kegiatan bisnis yang dirancang untuk mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan konsumen serta mencapai target pasar, aspek pemasaran tersebut mencakup margin, efisiensi, dan biaya pemasaran.



III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Penelitian akan dilakukan di Desa Silam Kabupaten Kampar. Pemilihan lokasi tersebut dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa di Desa Silam merupakan salah satu tempat perternakan ayam petelur yang sudah berhasil dan berpengalaman dalam kegiatan berternak ayam petelur. Penelitian ini akan dilaksanakan selama 5 bulan dari bulan Desember 2018 sampai dengan bulan April 2019, yang meliputi penyusunan proposal, penelitian, pengumpulan data dilapangan, analisis data, dan penyusunan laporan.

3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah Usaha Ayam ras petelur Bapak Firdaus yang terletak di Desa Silam Kabupaten Kampar. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Alasan secara teori saya mengambil sampel ini, karena didaerah tersebut yang mengusahakan ternak ayam ras petelur hanya bpak firdaus dan usaha tersebut skala besar. Menurut Sugiyono (2016) bahwa: “purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.” Alasan menggunakan teknik Purposive Sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik Purposive Sampling yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data asli yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara. Data primer diperoleh dengan cara melakukan wawancara langsung kepada peternak ayam petelur di tempat penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disediakan, Data Primer meliputi ;

1. Karakteristik peternak (umur, tingkat pendidikan, pengalaman-pengalaman usaha, tanggungan keluarga, pendapatan rumah tangga), profil usahatani (Luas lahan & skala usaha, varietas dan bentuk usahatani).
2. Analisis teknologi budidaya, penggunaan faktor produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani dan titik impas usahatani Ayam Ras Petelur .

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder meliputi geografi dan topografi, keadaan umum daerah penelitian. Dan informasi lain yang di anggap perlu untuk menjang dan melengkapi data penelitian. Data sekunder ini bersumber dari instansi yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti kantor camat, dinas pertanian/perkebunan, BPS, dan lain-lain.

3.4. Konsep Operasional

Konsep operasional adalah mencakup pengertian atau istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, beberapa konsep operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Ayam ras petelur adalah ayam jenis unggul yang telah mengalami berbagai seleksi untuk menghasilkan telur yang sangat tinggi. (ekor)
2. Peternak ayam ras petelur adalah orang yang aktif melakukan usaha pembudidayaan ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan kuok.
3. Kandang adalah lahan yang digunakan dalam kegiatan usaha ayam ras petelur di Desa Silam. (unit)
4. Satu periode produksi adalah lamanya pemeliharaan ayam ras petelur mulai dari ayam dara sampai masa ayam afkir (24 bulan).
5. Pakan adalah makanan/asupan yang dihabiskan dalam satu kali periode produksi yang diukur dalam satuan kilogram.(Kg/periode produksi).
6. Obat-obatan ialah suatu bahan atau paduan bahan-bahan yang digunakan untuk mencegah, mengurangi, menghilangkan, menyembuhkan penyakit ayam ras petelur. (kg/periode produksi).
7. Tenaga Kerja adalah banyaknya jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam satu kali periode produksi (HKP/periode produksi).
8. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan peningkatan atau penurunan jumlah produksi yang dihasilkan selama periode produksi (Rp/periode produksi).
9. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan dan habis digunakan dalam sekali proses produksi.(Rp/periode produksi).
10. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan peternak selama periode produksi yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.
(Rp/periode produksi).

11. Produksi ayam ras petelur adalah telur yang dihasilkan oleh ayam ras petelur (masa afkir) (Butir/periode produksi).
12. Harga adalah nilai jual untuk satu ekor ayam ras petelur kepada konsumen (Rp/kg).
13. Pendapatan kotor jumlah produksi ayam petelur yang diperoleh dikali dengan harga jual (Rp/periode produksi).
14. Pendapatan Bersih adalah selisih pendapatan kotor dengan total biaya produksi (Rp/periode produksi).
15. Efisiensi usahatani adalah perbandingan antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi
16. BEP adalah total nilai penerimaan sama dengan total biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan usaha ayam petelur
17. Saluran pemasaran adalah jalur pemasaran yang dilalui untuk mendistribusikan ayam ras petelur dari peternak ke konsumen.
18. Margin pemasaran adalah selisih atau perbedaan harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen (Rp/Kg).
19. Lembaga pemasaran adalah orang atau kelompok orang yang terlibat dalam penyaluran ayam ras petelur (produsen), pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen.

3.5. Analisis Data

3.5.1. Karakteristik Peternak dan Profil Usaha Ayam Petelur

Karakteristik umum peternak dan profil usaha ayam petelur dianalisis menggunakan Analisis Deskriptif. Karakteristik umum yang dilihat meliputi umur,

jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah tanggungan keluarga, sedangkan profil usaha yaitu meliputi skala usaha, kepemilikan modal, sejarah usaha dan status kepemilikan. Tujuan akhir dari usaha peternakan ayam ras petelur adalah memperoleh keuntungan yang maksimal. Peternakan ini perlu mengidentifikasi dan mengetahui teknologi budidaya, biaya produksi dan pemasaran yang didapat dari usaha peternakan ayam ras petelur ini untuk mencapai tujuannya.

3.5.2. Analisis Usahatani

Data analisis usahatani meliputi data teknologi budidaya, penggunaan faktor produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani ayam petelur.

1) Teknologi Budidaya

Teknologi budidaya di analisis dengan cara membandingkan antara teori budidaya dengan praktek peternak di lapangan.

Tabel 5. Teori dan Permasalahan Usahatani Ayam Petelur

No.	Teknologi Budidaya	Teori	Pelaksanaan Usaha Tani
1	Pembuatan Kandang	
2	Pemeliharaan	
3	Pemberian Pakan	
4	Pemberantasan penyakit	
5	Panen dan Pasca Panen	

Tabel 6. Teori dan Permasalahan Berdasarkan Kelompok Umur

No.	Teknologi Budidaya	Teori	Pelaksanaan Usaha Tani
1.	Anak ayam (starter) 0-8 minggu	
2.	Anak ayam dara (grower) 8-20 minggu	
3.	Ayam masa bertelur(layer) 21 minggu- afkir	

Tabel 7. Teori dan permasalahan berdasarkan system pemeliharaan

No.	Teknologi Budidaya	Teori	Pelaksanaan Usaha Tani
1.	Diumbar perkarangan	

2) Biaya Produksi

Penggunaan dan biaya faktor produksi pada usaha budidaya ayam petelur dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan menyajikan data lapangan yang telah ditabulasikan dalam bentuk tabel.

1. Total Biaya

Biaya usahatani biasanya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu : biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*). Biaya tetap merupakan biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Biaya tidak tetap atau biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh. Secara sistematis hal ini dapat dituliskan sebagai berikut Soekartawi (1995) :

$$TC = FC + VC \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

TC = Biaya Total (Rp/periode produksi)

FC = Biaya Tetap (Rp/periode produksi)

VC = Biaya Variabel (Rp/periode produksi)

1.1 Biaya Tetap

1.1.1 Penyusutan Alat

Penyusutan alat yaitu mengetahui umur teknis setiap alat yang dipakai dalam satukali proses produksi digunakan Soekartawi (1995) :

$$NP = \frac{NB - NS}{UE} \dots\dots\dots (2)$$

Dimana:

NP = Nilai Penyusutan alat (Rp/unit/periode produksi)

NB = Harga Beli Alat (Rp/Unit)

NS = Nilai Sisa Alat (Rp/Unit)

UE = Usia Ekonomis (periode produksi)

1.2 Biaya Tidak Tetap

Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah –ubah sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan, contoh : biaya bahan baku, upah tenaga kerja yang dibayar berdasarkan jumlah produk yang dihasilkan.

1.3. Penerimaan

Penerimaan usahatani adalah nilai produk total usahatani dalam jumlah tertentu yang dijual, diberikan kepada orang lain yang dikonsumsi dan diperoleh dari jumlah produk secara keseluruhan dikalikan dengan harga yang berlaku ditingkat petani Soekartawi (1995). Kamal (1991), mengatakan bahwa tujuan dari analisis usahatani adalah untuk mengetahui berapa besar pendapatan yang diterima oleh peternak dan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan setiap musim panen, dengan demikian tingkat pendapatan peternak dapat diketahui.

Penerimaan usahatani adalah perkalian antar produksi yang diperoleh dengan harga jual (Rahim dan Hastuti, 2007). Secara matematis di rumuskan sebagai berikut :

$$TR = Y \times P_y \dots\dots\dots (3)$$

Dimana:

- TR = Total Penerimaan (Rp/periode produksi)
- Y = Jumlah Produksi (Kg/periode produksi)
- P_y = Harga Produk (Rp/Kg)

1.4. Pendapatan Usaha

Pendapatan bersih suatu usaha adalah selisih antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. Sedangkan untuk mengetahui pendapatan bersih usahatani diperoleh dengan menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995), yaitu;

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (4)$$

Dimana :

- π = Pendapatan Bersih Peternak (Rp/ periode produksi)
- TR = Total Pendapatan (Rp/periode produksi)
- TC = Total Biaya (Rp/ periode produksi)

3.5.3 Efisiensi Usaha

Untuk mengetahui efisiensi usahatani secara ekonomis dapat dilakukan dengan membandingkan total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, dan faktor-faktor produksi, penghitungan tingkat efisiensi ekonomi usahatani ikan dapat digunakan dengan analisis *Return Cost of Ratio* (RCR) menurut Hernanto (1991) yaitu;

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (5)$$

Dimana:

RCR = *Retur Cost of Ratio*

TR = Total penerimaan Kotor (Rp/periode produksi)

TC = Total biaya (Rp/ periode produksi)

3.5.4 Titik Impas/ *Break Event Point* (BEP)

Untuk menghitung BEP digunakan rumus menurut Sigit (1994) dalam Makmur (2012) dengan persamaan sebagai berikut :

- a. BEP untuk volume produksi yaitu : produksi dihasilkan untuk mendapatkan modal :

$$BEP Q_b = \frac{TFC}{P-V} \dots\dots\dots (6)$$

- b. BEP untuk penerimaan volume penjualan pada BEP dalam rupiah untuk balik modal :

$$BEP Q_t = \frac{TFC}{1-\frac{V}{P}} \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan :

Q_b = Volume penjualan pada BEP (Butir/Periode Produksi)

Q_t = Volume penjualan pada BEP (Rp/Periode Produksi)

TFC = Total Biaya Tetap (Rp/Periode Produksi).

V = Total Biaya Variabel (Rp/Periode Produksi).

P = Harga Produksi (Rp/Periode Produksi).

- c. BEP untuk harga produk penjualan pada BEP dalam harga untuk balik modal.

$$\text{BEP Harga (Rp/Kg)} = \frac{\text{TC}}{\text{Y}} \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan :

TC = Total Biaya (Rp/Periode Produksi)

Y = Produksi (Butir/Produksi)

3.5.5 Pemasaran

a. Margin pemasaran

Menurut Sudiyono (2004), secara sistematis besarnya angka margin pemasaran dapat dihitung berdasarkan rumus berikut:

$$MP = Pr - Pf \dots \dots \dots (9)$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat pengeceran

Pf = Harga di tingkat petani

b. Efisiensi Pemasaran

Menurut Soekartawi 2002 untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat digunakan sebagai berikut :

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100 \% \dots \dots \dots (10)$$

Keterangan :

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Periode Produksi)

NP = Total nilai produk yang dipasarkan (Rp/Periode Produksi).

c. Biaya Pemasaran

Untuk menghitung biaya pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (1993) sebagai berikut:

$$B_p = B_1 + B_2 + B_3 + B_4 \dots\dots\dots (11)$$

Keterangan :

- B_p = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
- B₁ = Biaya Transportasi (Rp/Kg)
- B₂ = Biaya Bongkar Muat (Rp/Kg)
- B₃ = Biaya Sewa Tempat (Rp/Kg)
- B₄ = Biaya Plastik (Rp/Kg)



IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografi dan Topografi

Desa Silam merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan kuok Kabupaten Kampar. Jarak antara desa ke ibukota kecamatan lebih kurang 9 km, sedangkan jarak desa ke ibukota kabupaten adalah 21 km dan jarak desa ke ibukota propinsi adalah 185 km. Adapun batas-batas wilayah Desa Silam sebagai berikut :

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Batulangka Kecil
- 2) Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Merangin
- 3) Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Koto Mesjid
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Empat Balai

Berdasarkan topografi, desa silam merupakan dataran rendah .iklim di desa Silam tergolong tropis dengan suhu udara rata-rata 22⁰ c sampai 32⁰ c. sedangkan musim yang ada di daerah ini adalah musim hujan dan musim kemarau. Musim hujan tropis pada bulan September sampai bulan Desember dan musim kemarau terjadi pada bulan Januari sampai April.

4.2. Keadaan Umum Penduduk

4.2.1. Penduduk Menurut Umur, dan Jenis Kelamin

Penduduk merupakan faktor yang sangat dibutuhkan dalam pembangunan, karena penduduk merupakan sumber daya manusia yang menggerakkan dan menjalankan pembangunan diberbagai sector peternakan.

Desa Silam memiliki jumlah penduduk sebanyak 2166 jiwa yang terdiri dari penduduk pria sebanyak 1093 jiwa dan penduduk wanita sebanyak 1073 jiwa. Jumlah

kepala keluarga di Desa Silam sebanyak 537 KK. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Desa Silam Tahun 2017

No	Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah	Persentase (%)
		Pria	Wanita		
1	0 – 14	334	376	710	32,78
2	15 –59	705	658	1363	62,93
3	≥ 59	54	39	93	4,29
Jumlah		1.093	1.073	2.166	100,00

Sumber : Kantor Desa Silam 2018

Tabel 8 menunjukkan bahwa jenis kelamin pria lebih banyak dibandingkan wanita yaitu sebanyak 1.093 jiwa pria sedangkan wanita 1.073 jiwa. Sebagian besar penduduk Desa Silam adalah usia produktif, yaitu berkisar antara 15-59 tahun sebanyak 1.363 jiwa atau dengan persentase sebesar 62,93%.

4.2.2 Tingkat Pendidikan

pendidikan merupakan hal sangat penting bagi seluruh masyarakat, khususnya masyarakat pedesaan, karena tingkat pendidikan dapat mempengaruhi peternak dalam mempengaruhi hasil produksi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Silam Tahun 2017

No	Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Belum Sekolah	153	7,06
2	TK	38	1,75
3	Tamat SD/ sederajat	399	18,42
4	Tamat SMP/ sederajat	233	10,76
5	Tamat SMA/ sederajat	177	8,17
6	Perguruan Tinggi	43	1,99
7	Tidak Sekolah	1.123	51,85
Jumlah		2.166	100,00

Sumber : Kantor Desa Silam 2018

Tabel 9 menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan penduduk Desa Silam paling banyak adalah tamatan SD/ sederajat sebanyak 399 jiwa atau dengan persentase 18,42 %, diikuti dengan tamatan SMP/ sederajat sebanyak 233 jiwa atau dengan persentase 10,76 %, dilanjutkan dengan tamatan SMA/ sederajat 177 jiwa atau dengan persentase 8,17 %. Jumlah tingkat pendidikan paling rendah adalah TK sebanyak 38 jiwa atau dengan persentase 1,75 %, diikuti dengan perguruan tinggi sebanyak 43 jiwa atau dengan persentase 1,99 % dari keseluruhan jumlah penduduk di Desa Silam.

4.2.3 Menurut Mata Pencaharian

Penduduk di Desa Silam memiliki mata pencaharian yang bermacam-macam, untuk lebih jelasnya dapat dilihat di Tabel 10.

Tabel 10. Penduduk Menurut Mata Pencaharian Penduduk di Desa Silam Tahun 2017

No	Mata Pencaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	400	18,47
2	Buruh Tani	1.530	70,64
3	Pegawai Negeri Sipil	5	0,23
4	Pengrajin industri rumah tangga	6	0,28
5	Pedagang Keliling	6	0,28
6	Lainnya	219	10,11
Jumlah		2.166	100,00

Sumber : Kantor Desa Silam 2018

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa penduduk di Desa Silam yang mata pencaharian terbesar berada pada Buruh Tani sebanyak 1.530 jiwa atau dengan persentase 70,64 %, diikuti dengan petani sebanyak 400 jiwa atau dengan persentase

18,47 %, sedangkan untuk mata pencaharian yang paling sedikit berada pada Pegawai Negeri Sipil sebanyak 5 jiwa atau 0,23%.

4.3. Keadaan Umum Pertanian

Sektor Pertanian merupakan sektor yang mendapat perhatian yang cukup besar dari pemerintah dikarenakan peranannya sangat penting dalam rangka pembangunan ekonomi jangka panjang maupun dalam rangka pemulihan ekonomi bangsa. Pertanian di Desa Silam meliputi kebun sawit (kebun rakyat dan perkebunan perorangan), sawah, padi gogo, sawah irigasi dan sawah tadah hujan. Sebagian besar penduduk Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar berpenghasilan dari hasil tanaman perkebunan sawit, untuk lebih jelasnya produksi komoditi tanaman pangan di Desa Silam dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Keadaan Umum Pertanian di Desa Silam Tahun 2017

No	Pertanian	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Kebun Rakyat (Sawit)	10,00	0,43
2	Perkebunan Perorangan (Sawit)	1.000,00	42,82
3	Sawah	576,50	24,68
4	Padi Gogo	172,50	7,39
5	Sawah Irigasi	404,00	17,30
6	Sawah Tadahan Hujan	172,50	7,39
	Jumlah	2335,50	100,00

Sumber : Kantor Desa Silam 2018

Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui bahwa lahan pertanian terluas adalah perkebunan sawit perorangan yaitu seluas 1.000 ha dengan persentase 42,82%, sementara perkebunan sawit rakyat merupakan lahan pertanian tersempit yaitu seluas 10 ha atau dengan persentase 0,43%.

4.4. Keadaan Umum Peternakan

Peternakan merupakan salah satu subsektor pertanian yang menghasilkan protein hewani dan juga sangat membantu perekonomian masyarakat. Peternakan di Desa Silam meliputi peternakan kerbau, sapi potong, babi, domba, kambing, kelinci, ayam buras, ayam ras pedaging, ayam ras petelur, merpati, burung puyuh, itik dan itik manila, untuk lebih jelasnya produksi komoditi tanaman pangan di Desa Silam dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Keadaan Umum Peternakan di Desa Silam Tahun 2017

No	Ternak	Jumlah (ekor)	Persentase (%)
1	Kerbau	16.105	0,105
2	Sapi potong	41.414	0,270
3	Babi	1.586	0,010
4	Domba	471	0,003
5	Kambing	16.276	0,106
6	Kelinci	1.281	0,008
7	Ayam Buras	309.534	2,017
8	Ayam Ras Pedaging	14.792.610	96,383
9	Ayam Ras Petelur	150.000	0,977
10	Merpati	5.551	0,036
11	Burung Puyuh	3.581	0,023
12	Itik	1.782	0,012
13	Itik Manila	7.528	0,049
Jumlah		15.347.719	100,00

Sumber : Kantor Desa Silam 2018

Berdasarkan Tabel 12 dapat diketahui bahwa jumlah produksi ternak terbanyak adalah ternak ayam ras pedaging, yaitu dengan jumlah produksi 14.792.610 ekor atau dengan persentase 96,383%. Sementara produksi ternak

terendah adalah ternak domba yaitu dengan jumlah produksi 471 ekor atau dengan persentase 0,003%.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Peternak dan Profil Usaha Peternak Ayam Ras Petelur

5.1.1. Karakteristik Peternak

Karakteristik seseorang menggambarkan kondisi dan identitas orang tersebut. Karakteristik peternak ayam ras petelur diamati dari beberapa variabel yang memungkinkan dapat memberikan gambaran tentang pendapatan peternak ayam ras petelur yang meliputi: umur, jenis kelamin, pengalaman usahatani dan jumlah tanggungan keluarga.

A. Umur

Umur merupakan salah satu faktor penentu produktif seseorang, mempengaruhi sikap, cara berfikir serta kemampuan fisik dalam mengelola usahanya. Umumnya pengusaha yang usianya lebih muda kuat fisiknya dibandingkan dengan pengusaha yang lebih tua, begitu sebaliknya. Seperti yang dikemukakan bahwa batas usia produktif adalah 15-54 tahun (Simanjuntak dalam Yasin, 2003).

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Silam dapat diketahui bahwa umur pengusaha ayam ras petelur masih berada pada golongan usia produktif, yaitu berusia 40 tahun. Dengan usia yang masih produktif, diharapkan petani akan lebih mudah menerima inovasi yang didukung oleh kemampuan fisik dan kemampuan berfikir yang baik.

B. Jenis Kelamin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha ayam ras petelur maupun agennya berjenis kelamin laki-laki, yaitu terdiri dari 1 pengusaha dan 15 agen, dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Distribusi Jenis Kelamin Pengusaha dan Agen Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Jenis Kelamin	Pengusaha		Agen	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	1	100	15	100,00
2	Perempuan	0	0	0	0,00
Jumlah		1	100	15	100,00

Tabel 13 menunjukkan jenis kelamin pengusaha ayam ras petelur dan agen telur ayam bahwa pengusaha dan seluruh agen adalah berjenis kelamin laki-laki. Daerah budidaya ayam ras petelur jauh dari pemukiman warga, sehingga untuk meminimalisir terjadinya kejahatan maka seluruh kegiatan Usaha Peternakan dikerjakan oleh tenaga kerja.

C. Tingkat Pendidikan

Pendidikan berperan penting dalam menunjang pembangunan pertanian. Semakin tinggi tingkat pendidikan petani, maka semakin efektif dalam penggunaan biaya produksi. Mosher (1985) megemukakan bahwa pendidikan merupakan salah satu syarat untuk memperlancar proses pembangunan pertanian, karena dengan pendidikan dapat meningkatkan produktifitas kerja.

Tabel 14. Distribusi Tingkat Pedidikan Pengusaha dan Agen Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Tingkat Pendidikan	Pengusaha		Agen	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	6	-	-	4	26,67
2	9	-	-	4	26,67
3	12	1	100	7	46,67
Jumlah		1	100	15	100,00

Tabel 14 menunjukkan tingkat pendidikan pengusaha ayam ras petelur berada pada tingkat pendidikan 12 tahun. Sementara tingkat pendidikan agen tertinggi yaitu pada tingkat pendidikan 12 tahun dengan persentase 46,67%. Rata-rata tingkat pendidikan agen ayam ras petelur adalah 10 tahun.

D. Pengalaman Usahatani

Pertambahan usia pengusaha selalu akan diikuti oleh meningkatnya pengalamannya dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pengalaman pekerjaan yang ditekuni. Pengalaman berusahatani tidak sama antara peternak yang satu dengan peternak yang lainnya.

Tabel 15. Distribusi Pengalaman Berusahatani Ras Petelur Pengusaha dan Agen Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Pengalaman Usahatani	Pengusaha		Agen	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1	0	0	5	33,33
2	2	0	0	6	40,00
3	3	0	0	4	26,67
4	4	1	100	0	0,00
Jumlah		1	100	15	100,00

Tabel 15 menunjukkan bahwa pengalaman berusahatani pengusaha ayam ras petelur adalah 4 tahun. Sedangkan pengalaman berusahatani agen terbanyak yaitu

selama 2 tahun dengan persentase 40%. Dilihat dari pengalaman agen menunjukkan bahwa setiap tahunnya ada agen baru yang membeli telur kepada pengusaha, yang berarti usaha ayam ras petelur sangat menguntungkan.

E. Jumlah Anggota Keluarga

Anggota keluarga adalah semua orang yang tinggal dalam satu rumah yang terdiri dari ayah, ibu, anak, dan atau saudara, dimana biaya dan kebutuhan hidup lainnya ditanggung oleh kepala keluarga. Data mengenai jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada Tabel 16

Tabel 16. Distribusi Jumlah Anggota Keluarga Pengusaha dan Agen Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Jumlah Anggota Keluarga	Pengusaha		Agen	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	3	0	0	10	66,67
2	4	1	100	4	26,67
3	5	0	0	1	6,67
Jumlah		1	100	15	100,00

Tabel 16 menunjukkan jumlah anggota keluarga pengusaha ayam ras petelur beranggotakan 4 jiwa, sedangkan jumlah anggota keluarga agen umumnya beranggotakan 3 jiwa dengan persentase 66,67%.

5.1.2. Profil Usaha Peternak Ayam Ras Petelur

A. Skala Usaha Kepemilikan

Usaha yang dilakukan pengusaha ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar termasuk skala usaha kepemilikan sedang (4800 ekor ayam), ini sesuai dengan pendapat Rohani dan Irma (2011) bahwa skala usaha ayam ras petelur dibagi menjadi 3 yaitu skala kecil (<2.500 ekor ayam), skala sedang

(2.500-5.000 ekor ayam) dan sekala besar (>5.000 ekor ayam). Pengusaha ayam ras petelur menjual produksi telur ke beberapa agen yang mengambilnya secara langsung ke kandang. Kandang yang dimiliki pengusaha berjumlah 4, yaitu masing-masing berukuran 4x35 m dan dengan jarak antar kandang ialah 10 m.

B. Modal Usaha

Modal usaha menurut Riyanto (2008) merupakan aset yang berasal dari pemilik perusahaan dan tertanam didalam perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya. Berdasarkan penelitian, modal usaha yang digunakan peternak dalam usahanya adalah modal sendiri.

Tabel 17. Disribusi Modal Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Uraian	Biaya (Rp/Produksi)
1	DOC	28.800.000
2	Pakan	1.846.800.000
3	Obat dan Vitamin	81.960.000
	Jumlah	1.957.560.000

Tabel 17 menunjukkan rata-rata modal Usaha yang digunakan untuk usaha ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Modal Usaha yang digunakan dalam satu periode panen yaitu rata-rata sebesar Rp 1.957.560.000.

Tabel 18. Disribusi Modal Tetap Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Uraian	Biaya (Rp/Produksi)
1	Kandang	128.000.000
2	Mesin penggiling pakan	4.800.000
3	Tempat Minum	1.224.000
4	Tempat Pakan	408.000
5	Mesin Air	480.000
6	Tanki Air	1.536.000
7	Cangkul	17.000

8	Lampu	238.000
9	Kompresor	1.280.000
10	Tabung Gas	240.000
11	Pemanas (Gasoleq)	6.720.000
12	Tempat Telor	782.800
Jumlah		145.725.800

Tabel 18 menunjukkan rata-rata modal investasi yang digunakan untuk usaha ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Modal Usaha yang digunakan dalam satu periode panen yaitu rata-rata sebesar Rp 145.725.800

C. Sejarah Usaha

Usaha ayam ras peternak mulai didirikan oleh pengusaha pada Tahun 2015, dimana baru berdiri 1 kandang. Lambat laun usaha ayam ras petelur terus mengalami peningkatan permintaan, sehingga pengusaha terus mengembangkan usaha peternakannya. Pada Tahun 2019 pengusaha sudah memiliki 4 kandang ayam ras petelur.

D. Status Kepemilikan

Usahatani peternakan ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar sangat prospektif untuk dikelola, ini dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa perkembangan usaha yang begitu pesat. Status kepemilikan usaha ayam ras petelur adalah milik perorangan atau milik sendiri.

5.2. Analisis Usahatani Ayam Ras Petelur

5.2.1. Teknologi Budidaya

Budidaya ayam ras petelur akan mempengaruhi keberhasilan atau hasil panen yang maksimal dan optimal, adapun kegiatan budidaya ayam ras petelur meliputi

pembuatan kandang, pemeliharaan, pemberian pakan, pemberantasan hama dan penyakit dan pemanenan.

Tabel 19. Teknologi Usahatani Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Kegiatan	Teori	Pelaksanaan Usahatani
1	Pembuatan Kandang	Kandang dibangun dengan sistem terbuka agar hembusan angin dapat memberikan kesegaran di dalam kandang. Lokasi kandang cukup sinar matahari pagi dan jangan sampai terkena sinar matahari sepanjang masa. (Rasyaf,1994).	Kandang dibangun di tempat yang terbuka, tidak terlindung pepohonan, dan jauh dari pemukiman.
2	Pemeliharaan	Mempersiapkan kandang,pemberian antistress dan antioksidan masa pengindukan, penyusunan ransum pakan ayam (Rasyaf,1994).	Kandang dibersihkan sebelum datang DOC dan diberi obat-obatan agar terhindar dari penyakit. Pada saat ayam dewasa, setiap sore kandang dibersihkan.
3	Pemberian Pakan	Masa starter (0-6 minggu) protein 20%,grower (6-8 minggu) protein 18%, developer (8-15 minggu) protein 16% pre layer (15-18 minggu), protein 14,15 % dan layer selama bertelur protein 15 %. (Pramudyati dan Agung 2009).	Pemberian pakan pada usia ayam 0-5 bulan diberikan pakan khusus yaitu yang banyak mengandung protein (520, 521 dan 522), dan saat ayam sudah dewasa (6-24 bulan) maka pakan yang diberikan adalah pakan umum (konsentrat, dedak dan jagung)
4	Pemberantasan Penyakit	Untuk menghasilkan ayam yang sehat, selain memperhatikan kebersihan	Pemberian obat dan vitamin dilakukan tigakali dalam

		lingkungan juga perlu melakukan vaksinasi maupun pemberian obat-obatan dan vitamin. Vaksinasi dilakukan untuk mencegah penyakit unggas menular (Cahyono, 2019).	seminggu.
5	Pemanenan	Telur sebaiknya dipanen tiga kali sehari, yaitu pada pagi, siang, dan sore hari (Rasyaf,1994).	Telur dipanen dua kali sehari, yaitu pagi dan sore.

5.2.2. Biaya Produksi

Biaya adalah adalah semua ongkos produksi yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha. Seluruh biaya yang dikeluarkan pengusaha ayam ras petelur akan diperhitungkan sebagai biaya produksi. Besarnya penggunaan sarana produksi dalam suatu usaha akan mempengaruhi biaya yang dikeluarkan, sekaligus pendapatan yang diperoleh oleh pengusaha ayam ras petelur. Biaya produksi terbagi 2, yaitu biaya tetap (peralatan dan mesin) dan biaya variabel (DOC, pakan serta obat dan vitamin).

A. Biaya Tetap

Tabel 20. Distribusi Penggunaan Biaya Tetap Pada Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Uraian	Jumlah (Unit)	Umur Ekonomis (Tahun)	Rata-Rata Nilai Penyusutan (Rp/ Periode Produksi)
1	Kandang	4	5	128.000.000
2	Mesin penggiling pakan	1	5	4.800.000
3	Tempat Minum	24	3	1.224.000
4	Tempat Pakan	24	3	408.000
5	Mesin Air	1	5	480.000
6	Tanki Air	6	5	1.536.000
7	Cangkul	1	3	17.000

8	Lampu	12	3	238.000
9	Kompresor	1	5	1.280.000
10	Tabung Gas	3	5	240.000
11	Pemanas (Gasoleq)	14	5	6.720.000
12	Tempat Telor	824	1	782.800
Jumlah		911	48	145.725.800

Tabel 20 menunjukkan jumlah biaya tetap yang digunakan oleh pengusaha ayam ras petelur, jumlah biaya tetap yang harus dikeluarkan oleh pengusaha dalam satu priode produksi sebesar Rp 145.725.800.

B. Biaya Variabel

Biaya variabel yang digunakan oleh pengusaha ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok. Biaya yang dikeluarkan peternak terbagi menjadi dua, yaitu biaya masa pembesaran DOC yaitu selama 5 bulan dan biaya masa produksi sampai afkir yaitu selama 19 bualn. Data mengenai penggunaan biaya variabel dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Distribusi Penggunaan Biaya Variabel Pada Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Uraian	Jumlah (Unit)	Harga (Rp)	Nilai (Rp/Bulan)	Nilai (Rp/Produksi)
A	DOC	4.800	6.000	1.200.000	28.800.000
B	Pakan				
1	Masa Pembesaran DOC				
	520 (Kg)	3.600	7.600	27.360.000	54.720.000
	521 (Kg)	4.500	7.600	34.200.000	68.400.000
	522 (Kg)	4.620	7.600	35.112.000	70.224.000
					193.344.000
2	Masa Produktif				
	Konsentrat	4.500	7.600	34.200.000	649.800.000
	Dedak	4.500	2.500	11.250.000	213.750.000
	Jagung	6.300	5.000	31.500.000	598.500.000
					1.462.050.000

C Obat dan Vitamin					
1 Masa Pembesaran DOC					
	NBIB	9	25.000	225.000	1.125.000
	Ekstimulat	8	45.000	360.000	1.800.000
	Vitamin	15	45.000	675.000	3.375.000
					6.300.000
2 Masa Produktif					
	NBIB	25	25.000	625.000	11.875.000
	Ekstimulat	20	45.000	900.000	17.100.000
	Vitamin	42	45.000	1.890.000	35.910.000
					64.885.000
	Jumlah				1.755.379.000

Tabel 21 menunjukkan penggunaan biaya variabel pada usaha ayam ras petelur, biaya untuk pengadaan DOC sebesar Rp 28.800.000 per periode produksi. Biaya yang digunakan untuk pakan pada masa pembesaran sebesar Rp 193.344.000 per periode produksi dan pada masa produktif sebesar 1.462.050.000 per periode produksi. Biaya yang digunakan untuk obat dan vitamin pada masa pembesaran sebesar Rp 6.300.000 per periode produksi dan pada masa produktif sebesar Rp 64.885.000 per periode produksi. Total biaya variabel sebesar Rp 1.755.379.000 per periode produksi.

Tabel 22. Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahap Pekerjaan Pada Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Tahapan Pekerjaan	HKP		Jumlah (Bulan)	Jumlah (Produksi)
		TKDK	TKLK		
A	Masa Pembesaran DOC				
1	Persiapan Kandang	0,00	6,00	6,00	30,00
2	Penebaran DOC	0,00	1,00	1,00	5,00
3	Perawatan	0,00	4,00	4,00	20,00
4	Pemindahan Ayam Kekandang Produksi	0,00	2,50	2,50	12,50
5	Pembersihan Kandang	0,00	1,00	1,00	5,00
6	Pemberian Pakan	0,00	0,50	0,50	2,50
7	Pemberian Minum	0,00	0,50	0,50	2,50

	Total	0,00	15,50	15,50	77,50
B	Masa Produktif				
1	Persiapan Kandang	0,00	6,00	6,00	114,00
2	Penebaran DOC	0,00	1,00	1,00	19,00
3	Perawatan	0,00	4,00	4,00	76,00
4	Pembersihan Kandang	0,00	1,00	1,00	19,00
5	Pemberian Pakan	0,00	0,50	0,50	9,50
6	Pemberian Minum	0,00	0,50	0,50	9,50
7	Pemanenan	0,00	0,50	0,50	9,50
8	Pengemasan	0,00	2,00	2,00	38,00
9	Pengambilan Kotoran	0,00	2,50	2,50	47,50
	Total	0,00	18,00	18,00	342,00
	Jumlah	0,00	33,50	33,50	419,50

Tabel 22 menunjukkan bahwa semua tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja luar keluarga. Pengusaha hanya melakukan pengecekan sebulan sekali, selanjutnya seluruh kegiatan peternakan dilakukan oleh pekerja. Tenaga kerja yang dihitung yaitu dalam nilai HKP (hari kerja pria). Penggunaan HKP pada masa pembesaran DOC sebesar 77.50 HKP per periode produksi dan pada masa produktif sebesar 342 HKP. Total penggunaan HKP dalam satu proses produksi sebesar 419,50 HKP.

5.2.3. Pendapatan Usahatani

Pendapatan adalah penambahan aktiva yang dapat mengakibatkan bertambahnya modal, namun bukan dikarenakan penambahan dari pemilik atau bukan hutang melainkan melalui melalui penjualan barang dan jasa terhadap pihak lain. Sebab pendapat tersebut bisa dikatakan sebagai kontrak prestasi yang didapatkan atas jasa-jasa yang sudah diterima.

Tabel 23. Pendapatan Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Uraian	Jumlah (Unit)	Nilai (Rp/Produksi)	Persentase (%)
A	Biaya Tetap			
	1. Penyusutan Alat	915	145.725.800	7,42
B	Biaya Variabel			
	1. DOC (Ekor)	4.800	28.800.000	1,47
	2. Pakan (Kg)	28.020	1.655.394.000	84,29
	3. Obat dan Vitamin (Liter)	1.813	71.185.000	3,62
	4. Upah Tenaga Kerja (Orang)	419,5	62.925.000	3,20
C	Total Biaya Produksi		1.964.029.800	100,00
D	Produksi Telur (Butir)	1.877.010	2.252.412.000	
E	Harga (Rp/Butir)	1.200		
F	Penjualan Kotoran Ayam (Kg)	6.900	55.200.000	
G	Penjualan Ayam Afkir (Ekor)	4.800	168.000.000	
H	Pendapatan			
	Pendapatan Kotor (Rp)		2.475.612.000,00	
	Pendapatan Bersih (Rp)		511.582.200,00	
I	RCR		1,26	

Tabel 23 menunjukkan banyak produksi telur adalah sebanyak 1.877.010 butir per produksi, dengan harga Rp 1.200 per butir. Hasil penjualan peternak terbagi atas penjualan kotoran ayam yaitu sebesar Rp 55.200.000 per periode produksi, penjualan ayam afkir sebesar Rp 168.000.000 per periode produksi dan penjualan telur yaitu sebesar Rp 2.252.412.000 per periode produksi, dengan total biaya yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 1.964.029.800 per periode produksi. Sehingga pendapatan bersih yang diterima pengusaha ayam ras petelur adalah sebesar Rp 511.582.200,00 per periode produksi.

5.2.4. Efisiensi Usahatani

Selain pendapatan bersih yang dapat menentukan layak atau tidaknya kegiatan usaha tersebut, dapat diukur dengan menggunakan *Return Cost Ratio* (RCR) yaitu rasio perbandingan antara total output dengan total input dari usaha tersebut. Dengan cara membagi pendapatan kotor dengan total biaya produksi, dengan kata lain melihat rasio penerimaan dengan biaya usaha peternakan ayam ras petelur. Dari Tabel 20 diketahui bahwa RCR usaha peternakan ayam ras atau 1,26 (per produksi), yang berarti setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan untuk usaha peternakan akan menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp 1,26 (per produksi). Hal ini berarti usaha peternakan ayam ras petelur layak untuk diusahakan.

5.3. Analisis BEP (*Break Even Point*)

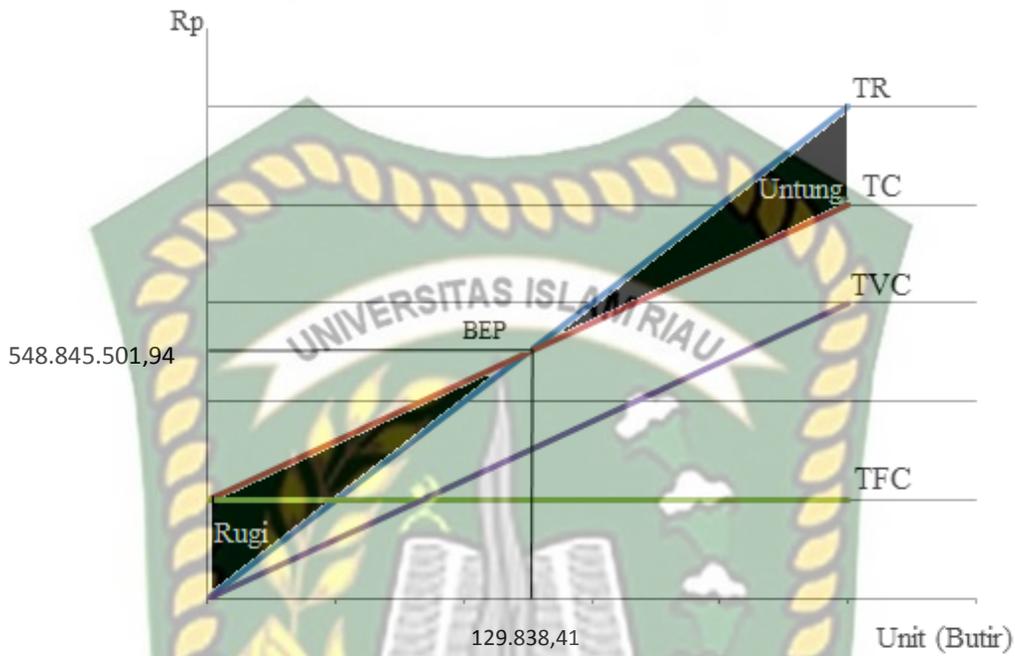
Metode yang dipergunakan untuk menghitung titik impas dalam analisis ini adalah metode titik impas atas dasar penjualan dalam satuan unit dan titik impas dalam satuan unit karena perusahaan yang diteliti adalah usaha ayam ras petelur.

Tabel 24. BEP Usahatani Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Uraian	Nilai
		Per Produksi
1	BEP _{Unit}	129.838,41
2	BEP _{Rp}	548.845.501,94
3	BEP _{Rp}	1046,36

Tabel 24 menunjukkan nilai BEP usahatani ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok, nilai BEP_{Unit} untuk usahatani ayam ras petelur adalah sebesar 129.838,41 butir telur dan dengan nilai BEP_{Rp} sebesar Rp 548.845.501,94 serta BEP Harga sebesar Rp 1046,36. Artinya usahatani tersebut akan BEP setelah menjual minimal sebanyak 129.838,41 butir telur ayam per periode produksi, dengan harga

Rp 1046,36 per telur dan memperoleh penerimaan sebesar Rp 548.845.501,94 per produksi.



Gambar 7. Grafik BEP Usahatani Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

5.4. Pemasaran

Proses mengalirnya barang atau produk dari produsen ke konsumen membutuhkan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Semakin panjang rantai pemasaran maka biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran akan semakin meningkat, selain itu besarnya biaya pemasaran suatu produk tergantung pada jenis perlakuan terhadap produk itu sendiri.

Tabel 25. Margin, Biaya dan Efisiensi Pemasaran Usaha Ayam Ras Petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar, Tahun 2019.

No	Uraian	Biaya (Rp)	Margin (%)
1	Peternak		

	Harga Jual (Per Butir)	1.200,00	60,00
2	Agen		
	Harga Beli (Per Butir)	1.200,00	
	Biaya Transportasi	97,09	4,85
	Biaya Bongkar Muat	97,09	4,85
	Jumlah Biaya	194,17	9,71
	Margin	300,00	
	Keuntungan	105,83	5,29
	Harga Jual (Per Butir)	1.500,00	
3	Pengecer		
	Harga Beli	1.500,00	
	Sewa Tempat	133,00	6,65
	Biaya Plastik	17,00	0,85
	Jumlah Biaya	150,00	7,50
	Margin	500,00	
	Keuntungan	350,00	17,50
	Harga Jual (Per Butir)	2.000,00	100,00
4	Konsumen		
	Harga Beli	2.000,00	
	Total Biaya Pemasaran	344,17	
	Total Margin Pemasaran	800,00	
	Total Keuntungan	455,83	
	Efisiensi Pemasaran		17,21

5.4.1. Margin Pemasaran

Tabel 25 menunjukkan margin pemasaran ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Saluran pemasaran telur ayam memiliki margin. Besaran margin pemasaran akan berbeda pada setiap saluran pemasaran karena masing-masing pelaku pemasaran memiliki harga jual yang berbeda (Hasyim, 2005). Pada saluran pemasaran ini yang memiliki margin tertinggi adalah pedagang pengecer yakni sebesar Rp 350/butir telur.

5.4.2. Biaya Pemasaran

Berdasarkan Tabel 25 menunjukkan saluran pemasaran ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar melibatkan pedagang perantara

(agen) dan seluruh biaya pegangkutan dan transportasi ditanggung oleh pedagang perantara (agen). Harga telur ditingkat peternak adalah Rp 1200/butir, pada tingkat agen menjadi Rp 1500/butir dengan biaya yang digunakan sebesar Rp 194,17/butir. Sedangkan harga ditingkat pengecer menjual kepada konsumen dengan harga Rp 2000/butir, dengan biaya yang digunakan sebesar Rp 150/butir.

5.4.3. Efisiensi Pemasaran

Berdasarkan Tabel 25 menunjukkan efisiensi pemasaran ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar sebesar 17,21%. Maka dapat dikatakan bahwa pemasaran ayam ras petelur di daerah penelitian sudah efisien, dimana setiap Rp.100 nilai produk yang dipasarkan hanya memerlukan biaya pemasaran sebesar Rp. 17,21 bila semakin rendah ratio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran semakin efisien dan sebaliknya apabila semakin tinggi ratio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran tidak efisien.

VI. KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Dari uraian penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik peternak ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar memiliki umur 40 tahun, tingkat pendidikan 12 tahun, jumlah anggota keluarga 4 jiwa dan pengalaman berusahatani peternak ayam ras petelur adalah 4 tahun. Profil usaha peternak ayam ras petelur di lokasi penelitian memiliki bentuk badan perusahaan perorangan, modal usaha yang digunakan dalam satu periode produksi adalah sebesar Rp 2.103.285.800, dan luas setiap kandang adalah 145 m² atau luas ke 4 kandang adalah 560 m².
2. Usaha peternak ayam ras petelur di Desa Silam Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar dalam satu periode (24 bualan), dimana terdiri dari 5 bulan masa pendewasaan ayam dan 19 bulan masa produktif. Biaya produksi sebesar Rp 1.964.029.800,00 per periode produksi. Pendapatan bersih yang diperoleh oleh peternak adalah sebesar Rp 511.582.200,00 per periode produksi. Nilai RCR sebesar atau 1,26 per produksi.
3. BEP terbagi 3 yaitu BEP_{Unit} dan BEP_{RP}. dan BEP harga. Nilai BEP_{Unit} yaitu sebesar 129.838,41 perproduksi, dan BEP_{RP} sebesar Rp 548.845.501,94 per produksi, dan BEP harga sebesar Rp 1.046,36.
4. Margin pemasaran total dalam pendistribusian telur dari peternak hingga konsumen adalah sebesar Rp 800 per telur, total biaya pemasaran Rp 344,17 per telur, dan nilai efisiensi pemasaran sebesar 17,21 %.

6.2. Saran

Saran yang dapat disampaikan oleh peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karna biaya produksi yang sangat tinggi yaitu pada biaya pembelian pakan ayam ras petelur, diharapkan peternak ayam ras petelur dapat membuat pakan alternatif agar mengurangi biaya produksi dan bisa menambah pendapatannya.
2. Diharapkan bagi peternak ayam ras petelur untuk meningkatkan pengetahuannya dalam mengelola peternakan dengan mencari informasi dibidang peternakan dan membaca referensi atau menggunakan tenaga kerja yang ahli, agar kedepannya usaha peternakan lebih menguntungkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Andel. 2018. Analisis Pedagang Ayam Broiler (Bakul) yang Bermitra dengan Perusahaan Peternakan di Kota Kendari. Skripsi Fakultas Peternakan Universitas Halu Oleo, Kendari.
- Arie, U. 2000. Budidaya Ayam ras Petelur Penebar Swadaya., Jakarta.
- Asmawi, S. 1986. Pemeliharaan Ayam Dalam Kandang. Gramedia, Jakarta.
- Aziz, D. 2007. Mengenal Ayam Petelur. Sinar Cemerlang Abadi, Jakarta.
- Basu Swasta. 1992. Saluran Pemasaran, Konsep, dan Strategi Analisis Kuantitatif. BPFE UGM, Yogyakarta.
- BPTP Nusa Tenggara Barat.2003. Beternak Ayam Buras. Folder No.01/folder/PF3IP/2003. Mataram.
- Cahyono, B. 2019. Panen Ayam Broiler. Lily Publisher, Yogyakarta.
- Dahl Dc, Hammond JW. 1977. Market and Price Analysis The Agricultural Industry. Mc. Grawhill Book Company, New York.
- Dahuri, R. 2002. Paradigma Baru Pembangunan Indonesia Berbasis Lautan. IPB, Bogor.
- Daniel. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. PT. Buni Akasara, Jakarta.
- Dinas Peternakan DKI Jakarta. 1996. Brosur intensifikasi Ternak Ayam Buras, Jakarta.
- Hanafi. 2006. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Kedua. STIE YKPN, Yogyakarta.
- Hanafiah, A.M. A.M. Saefuddin. 1986. Tataniaga Hasil Pertanian. Penerbit UI, Jakarta.
- Hanafiah, A.M dan A.M. Saefuddin. 1986. Tataniaga Hasil Pertanian. Penerbit UI, Jakarta.
- Hanafiah, A.M.,A.M. Saefuddin.1983. Tataniaga Hasil perikanan. UI Press, Jakarta.
- Hanafiah. 1996. Tataniaga hasil Perikanan. UI Pres, Jakarta.

- Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen. 2005. Akuntansi Manajemen. Erlangga, Jakarta.
- Hasibuan, S.P. 1984. Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah. Jakarta.
- Herjanto, Eddy. 2007. Manajemen Operasi. Grasindo, Jakarta.
- Hernanto. 1989. Ilmu Usaha Tani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hernanto. 1991. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Istiyanti dan Eni. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngeplak Kabupaten Sleman. *Jurnal Mapeta*, Vol. 12 (2) : 116-124.
- Jangkaru. 2005. Pemasaran Ikan Air Tawar di Berbagai Lingkungan Pemeliharaan. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Kamal, M. 1991. Analisa Usahatani Digalakan. Sinar Tani, Jakarta.
- Philip, K. 1996. Manajemen Pemasaran Maketing Management 9e. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Philip, K. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia. Salemba Empat, Jakarta.
- Philip, K.. 2000. Manajemen Pemasaran di Indonesia. Slemba Empat, Jakarta.
- Liana, L., Bahri, S. dan Tibrani. 2014. Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Ikan Lemak Dalam Kandang Di Desa Tanjung Belit Airtiris Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Dinamika Pertanian*, Vol. 29 : 87-96.
- Liana, L. 2015. Analisis Usaha Budidaya Perikanan Air Tawar di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Dinamika Pertanian.*, Vol. 30 : 53-60.
- Limbong, W.H dan Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian IPB, Bogor.
- Lipsey, R. G. 1995. Pengantar Mikroekonomi. Edisi Kesepuluh. Jilid Satu. Binarupsa Aksara, Jakarta.
- Makmur .2012. Analisis Produktivitas dan Efisiensi Usahatani Padi Sawah di Kabupaten Rokan Hulu. Thesis Program Magister (S2) Manajemen Agribisnis Program Pasca Sarjana Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Marsono dan Sigit, P. 2005. Karet. Strategi Pemasaran Budidaya dan Pengolahan. Penebar Swadaya, Jakarta.

- Moehar. 2001. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta.
- Mosher, A.T. 1968. Menggerakkan dan Membangun Pertanian. Yasaguna, Jakarta.
- Mubyarto. 1977. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES, Jakarta.
- Pramudyati, S. Y. dan Agung, P. 2009. Petunjuk Teknis Beternak Ayam Ras Petelur. MRPP dan BPTP Sumatra Selatan, Palembang.
- Prawirosentono. 2010. Manajemen Operasi. Edisi ke 5. Raja Grafindo, Jakarta.
- Rahardi. 1988. Agribisnis Peternakan. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahim, A. dan Hastuti, DRW. 2007. Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahmat, R. 2005. Ayam Buras Intensifikasi dan Kiat Pengembangan. Penerbit Kanius, Yogyakarta.
- Ranupandojo, H. 1990. Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan. AMP YKPN, Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1994. Beternak Ayam Ras Petelur. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rasyaf, M. 1994. Memelihara Ayam Buras. Penerbit Kanius, Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1997. Beternak Ayam Ras Petelur. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rasyaf, M. 2008. Panduan Betenak Ayam Pedaging. Penerbit Swadaya, Jakarta.
- Rukmana, R. 1997. Budidaya dan Prospek Agribisnis. Kanisius, Yogyakarta.
- Soekartawi. 1993. Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern. Pustaka Harapan, Jakarta
- Soekartawi. 1995. Analisis Usaha Tani. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Raja Grafindo, Jakarta.
- Stanton, William, J. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid Ketujuh. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sudaryani, T dan Hari, S. 1996. Pemeliharaan Ayam Ras Petelur di Kandang Baterai. P.T. Penebar Swadaya, Jakarta.

Sudiyono A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.

Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Edisi Kedua. UMM Press, Malang.

Sukirno, S. 2006. Ekonomi Pembangunan. Kencana, Jakarta.

Sumaryanto., I Wayan Rusastra dan Arti Djatihart. 2016. Analisis Usaha Ayam Petelur Peternak Plasma di Jawa Barat dan Lampung. Staf Peneliti Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.

Suprijatno dan Atmomarsono. 2005. Ilmu Dasar Ternak Unggas. Penebar Swadaya, Jakarta.

Supriyono, S.U. 2000. Sistem Pengendalian Manajemen. Edisi Pertama. Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Suratiyah. 2006. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.

Tohir dan Kaslan.1991. Seuntai Pengetahuan Usaha Tani Indonesia. Rineka Cipta, Jakarta.

Ulfa, Z. W. S. dan S. I. Santoso. 2014. Analisis Finansial Usaha Peternakan Ayam Petelur UD. Balebat di Desa Karang Kobar Kecamatan Sukorejo Kabupaten Kendal. Journal Animal Agriculture, Vol. 3 (3) : 476-482.

Wiharto. 1985. Petunjuk Beternak Ayam. Universitas Brawijaya, Malang.

Yasin, A dan Makmum. 2003. Pengaruh Investasi dan Tenaga Kerja terhadap PDB Indonesia. Thesis Universitas Syiah Kuala, Aceh.