

Dinamika Kinerja Agribisnis Ayam Lokal di Indonesia

(Dynamics Performance of Native Chicken Agribusiness in Indonesia)

Broto Wibowo

Balai Penelitian Ternak, PO Box 221, Bogor 16002
broto.wib@gmail.com

(Diterima 26 April 2016 – Direvisi 27 Oktober 2016 – Disetujui 6 Desember 2016)

ABSTRACT

Native chicken can be found in almost every region of Indonesia. There are three systems of raising native chicken, i.e. extensive, semi-intensive, and intensive. Raising native chicken under intensive system could enhance productivity and revenue. The prospect of raising native chicken has a potential market with a niche segmented consumer. Native chicken business for meat and egg production is feasible to provide economic benefit for stakeholders, such as farmers, traders, wholesaler, and retailers. Institutional empowerment towards cooperative with simultaneous upstream through downstream agribusinesses could increase farmers' income. This could be applied by individual business or cooperative to attain higher efficiency of production system. Government support as farmers' motivator and supervision is needed to achieve the success of native chicken business that improves farmers' welfare.

Key words: Native chicken, performance, agribusiness

ABSTRAK

Ayam lokal tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia, dengan tiga pola pemeliharaan yang saat ini masih dilakukan yaitu ekstensif, semi-intensif dan intensif. Usaha ayam dengan pola intensif dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan usaha. Pangsa pasar produk ayam lokal masih sangat terbuka dengan segmen pasar tersendiri. Usaha ayam lokal untuk tujuan produksi telur maupun daging mampu memberikan manfaat ekonomi yang layak bagi seluruh pelaku yaitu, pembibit, pembudidaya, pedagang, distributor dan pengecer. Penguatan kelembagaan setara koperasi yang bergerak pada kegiatan subsistem hulu dan subsistem hilir dapat meningkatkan pendapatan peternak. Hal ini dapat dilakukan melalui usaha yang dikelola secara individu maupun usaha yang dikelola oleh koperasi, sehingga terwujud perbaikan efisiensi usaha ayam lokal. Dukungan pemerintah diperlukan dalam kapasitasnya sebagai penggerak dan pembina untuk meraih keberhasilan agribisnis ayam lokal yang mampu mensejahterakan peternak.

Kata kunci: Ayam lokal, kinerja, agribisnis

PENDAHULUAN

Pada umumnya ternak mempunyai peran dan fungsi yang sangat kompleks dalam kehidupan sosial budaya masyarakat Indonesia. Peran ternak tidak hanya semata sebagai penghasil pangan, tetapi juga berperan penting dalam aspek lain, seperti: (1) Mengakumulasi asset, tabungan atau asuransi; (2) Meningkatkan status sosial pemiliknya, atau untuk keperluan sosial budaya dan keagamaan; (3) Memiliki bagian integral usaha tani sebagai hewan piaraan untuk keperluan hobi, olah raga atau hewan kesayangan; dan (4) Menyediakan bahan pangan bernilai gizi tinggi yaitu susu, daging dan telur (Diwyanto & Priyanti 2009). Salah satu produk peternakan yang sudah berkembang dan menjadi favorit masyarakat adalah ayam lokal, atau dikenal dengan ayam buras (ayam bukan ras) yang paling banyak dipelihara oleh masyarakat Indonesia khususnya di pedesaan.

Ayam lokal memiliki keanekaragaman karakteristik morfologis yang luas dengan pemanfaatan yang berbeda. Sartika & Iskandar (2007) mengelompokkan ayam ini dalam empat kelompok sesuai dengan tujuan pemeliharaan yaitu: (1) Sebagai ternak bersuara merdu seperti ayam Pelung, Bekisar, Kokok Balenggek, Gaok dan Ketawa; (2) Untuk upacara adat dan kepercayaan etnis tertentu yaitu ayam Cemani, Kedu Hitam, Kedu Putih, Nunukan dan Merawang; (3) Sebagai ternak hias dan aduan seperti ayam Kate, Kapas, Mutiara, Poland/Kate Jambul, Semara dan Bangkok, Sumatera, Jalak Harupat, Bali atau Olgan; dan (4) Sebagai penghasil daging dan telur yaitu ayam Tolaki, Sentul, Arab, Kalosi dan Wareng. Lebih lanjut dinyatakan bahwa ayam lokal yang mempunyai potensi sebagai hewan kesayangan atau ternak "klangenan" (bahasa Jawa) (*fancy*) mempunyai harga jual tinggi. Ayam tersebut antara lain ayam Pelung, Bekisar, Kokok Balenggek, Gaok,

Ketawa, Bangkok, Semara, Mutiara, Kate dan Kapas. Salah satu ayam lokal yang telah mengalami program seleksi dan mulai dikembangkan adalah ayam Kampung Unggul Badan Litbang Pertanian (KUB). Ayam ini mempunyai keunggulan dalam produksi telur, dengan ciri warna bulu yang beragam, umur pertama bertelur 20-22 minggu, produksi telur mencapai 130-160 butir/tahun/ekor, bobot badan 1.200-1.600 g/ekor dan lebih tahan terhadap serangan penyakit (Sartika et al. 2013).

Ayam lokal mempunyai potensi pasar yang cukup besar, dimana produksi telur dan daging ayam lokal pada tahun 2015 masing-masing mencapai 191.800 ton dan 314.000 ton (Ditjennak 2015) dan masih dapat diserap pasar. Hal ini mengindikasikan bahwa produk ayam lokal belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen atau permintaan pasar. Zulkarnain (2007) menyatakan bahwa dalam 10 tahun terakhir konsumsi daging dan telur ayam lokal justru lebih diminati oleh masyarakat menengah ke atas atau kaum urban. Hampir sebagian besar rumah makan di kota-kota besar dan daerah wisata lebih banyak menawarkan menu makanan dari produk ayam lokal. Demikian pula saat hari raya, permintaan ayam lokal meningkat cukup tinggi bahkan terjadi ketimpangan yang sangat besar antara jumlah pasokan dan permintaan. Daging ayam lokal mempunyai rasa dan tekstur yang khas sehingga disukai oleh sebagian besar masyarakat bahkan dapat dikatakan telah mempunyai segmen pasar tersendiri.

Saptana (2012) menyatakan bahwa sesungguhnya masyarakat masih mempunyai ruang untuk memperbesar pangsa pasar produk-produk peternakan terutama unggas lokal seperti ayam. Diversifikasi konsumsi pangan asal ternak perlu didorong bukan saja untuk produk-produk dari unggas komersial tetapi juga produk-produk ternak dari unggas lokal sehingga dapat mempercepat peningkatan indeks pembangunan sumberdaya manusia (*human development index*) dan pola pangan harapan (PPH). Pengembangan ayam lokal dapat mendukung program pelestarian dan pemanfaatan plasma nutfah dan memberikan kontribusi berarti pada pasokan daging dan telur nasional. Berkembangnya ekonomi kreatif pada industri ayam lokal dapat berdampak terhadap tumbuhnya usaha rumah tangga, usaha kecil dan usaha menengah. Industri kreatif berbasis produk ayam lokal dapat berperan sebagai pengungkit pertumbuhan ekonomi yang *pro growth*, *pro poor* dan *pro job* sehingga menghasilkan pertumbuhan berkualitas yaitu pertumbuhan yang diikuti pemerataan.

Usaha budidaya ayam lokal telah dilakukan oleh masyarakat baik secara individu maupun berkelompok pada berbagai skala usaha. Pada umumnya, jika dilakukan secara berkelompok masih sangat tergantung kepada program pemerintah sehingga menjadi sangat

rentan untuk keberlanjutannya. Kerentanan tersebut diduga disebabkan karena kurangnya aspek pemberdayaan peternak dan kurang tersedianya lembaga penjamin usaha. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan program pengembangan agribisnis ayam lokal harus menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat dengan memperkuat kelembagaan yang dapat meningkatkan bahkan menjamin keberlanjutan usaha ayam lokal.

Saragih (2001) menyatakan bahwa dalam sektor agribisnis, nilai tambah (*added value*) ekonomi terbesar terdapat pada agribisnis hulu dan hilir, sedangkan pada agribisnis budidaya (*on-farm*) nilai tambah yang ada relatif kecil. Lebih lanjut dinyatakan bahwa jika tidak diupayakan untuk merubah kondisi ini, maka peternak yang berada di dalam subsistem budidaya akan selalu berada pada posisi pendapatan yang relatif rendah dibandingkan dengan subsistem hulu maupun hilir. Upaya perubahan tersebut antara lain dilakukan melalui penguatan kelembagaan atau koperasi untuk lebih dapat berperan aktif sehingga mewujudkan peningkatan kesejahteraan dalam pendapatan bagi anggotanya. Makalah ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menyampaikan gagasan yang dapat memperkuat agribisnis ayam lokal berdasarkan potensi dan peluang pengembangannya. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan pasokan daging dan telur nasional yang akan bermuara pada peningkatan pendapatan peternak.

POPULASI, PRODUKSI DAN PRODUKTIVITAS AYAM LOKAL

Populasi dan produksi

Ayam lokal telah lama dibudidayakan oleh masyarakat dan tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Selama kurun waktu tahun 2011 hingga tahun 2015 populasi ternak, produksi daging dan produksi telur ayam lokal mengalami peningkatan (Tabel 1). Secara kumulatif populasi ternak meningkat sebesar 7,6% setara dengan 20,6 juta ekor, dengan produksi daging meningkat sekitar 18,58% setara dengan 49,2 ribu ton, serta produksi telur meningkat sebesar 2,23%, setara dengan 4.200 ton (Ditjennak 2015). Perkembangan populasi, produksi telur dan daging ayam lokal dari tahun ke tahun tidak selalu menunjukkan nilai positif, artinya terjadi penurunan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan populasi yang terjadi tidak berlangsung lama, karena segera pulih kembali pada tahun berikutnya yang ditunjukkan dengan pertumbuhan nilai positif. Kondisi ini menggambarkan bahwa ternak ayam lokal mempunyai sifat daya lenting (pulih kembali) yang cukup tinggi. Daya lenting tersebut dipengaruhi oleh faktor biologis ternak dan

Tabel 1. Jumlah dan perkembangan populasi, produksi (telur dan daging) ayam lokal selama 2011-2015

Komoditas	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Ternak ayam lokal (000 ekor)	264.340,00	274.564,00	276.777,00	275.116,00	285.021,00
Pertumbuhan (000 ekor)		10.224,00	2.213,00	-1.661,00	9.905,00
Pertumbuhan (%)		3,80	0,80	-0,60	3,60
Telur ayam lokal (000 ton)	187,60	197,10	194,60	184,60	191,80
Pertumbuhan (000 ton)		9,50	-2,50	-10,00	7,20
Pertumbuhan (%)		5,06	-1,26	-5,13	3,90
Daging ayam lokal (000 ton)	264,80	267,50	319,60	297,70	314,00
Pertumbuhan (000 ton)		2,70	52,10	-21,90	16,30
Pertumbuhan (%)		1,00	19,40	-6,80	5,40

Sumber: Ditjennak (2015) yang diolah

adanya minat peternak yang tinggi untuk memelihara ayam lokal.

Produksi daging ayam lokal meningkat sangat tinggi pada periode tahun 2012-2013 dan diduga telah terjadi pertumbuhan kegiatan usaha perbibitan untuk menghasilkan bibit ayam yang lebih unggul. Hal ini diindikasikan dengan semakin berkembangnya teknologi budidaya yang diterapkan oleh peternak. Penggunaan bibit unggul disertai dengan penerapan manajemen yang benar dapat menghasilkan produksi yang lebih baik dalam waktu yang relatif singkat. Namun demikian, hal ini tidak berlangsung lama, karena periode tahun berikutnya mengalami penurunan produksi daging yang diakibatkan oleh menurunnya jumlah populasi ayam lokal pada tahun 2014. Menurunnya populasi ini tidak dapat dipisahkan dari kejadian terjangkitnya penyakit flu burung akhir-akhir ini, maupun penyakit lainnya yang dapat menyebabkan kematian secara mendadak.

Pada tahun 2015 kontribusi ayam lokal telah menyumbangkan daging sebesar 314 ribu ton atau 10,25% terhadap produksi daging secara nasional, sedangkan terhadap daging unggas sebanyak 15,11%. Produksi telur mencapai 191.800 ton setara dengan 10,60% terhadap produksi telur nasional yang sebesar 1,82 juta ton (Ditjennak 2015). Dari data tersebut dapat dicermati bahwa gairah masyarakat beternak ayam lokal sangat tinggi untuk menghasilkan produk pangan bergizi berupa telur dan daging yang sangat dibutuhkan masyarakat.

Ayam lokal telah berkembang dan tersebar di 34 provinsi, mulai dari Provinsi Nangroe Aceh Darussalam hingga Papua, namun demikian populasinya terkonsentrasi di Pulau Jawa (Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DI Yogyakarta dan Banten) mencapai 41,9% dari populasi nasional (Ditjennak 2015). Dominasi populasi di Pulau Jawa sesungguhnya berada pada tiga provinsi yaitu Provinsi Jawa Timur, Jawa Barat dan Jawa Tengah masing-masing sebesar

34, 28 dan 42 juta ekor. Beberapa provinsi di luar Pulau Jawa yang mempunyai populasi cukup besar adalah Sulawesi Selatan, Sumatera Utara, Jambi, Lampung dan NTT masing-masing sejumlah 24, 14, 12, 11 dan 10 juta ekor. Sebaran ternak ayam lokal pada berbagai provinsi dapat diklasifikasikan berdasarkan strata populasi sebagaimana tercantum pada (Tabel 2). Data populasi dari setiap provinsi, selanjutnya dihitung rata-rata beserta standar deviasinya. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata populasi adalah 16 juta ekor dengan standar deviasi 9 juta ekor. Populasi terendah adalah 655 ribu ekor dengan populasi tertinggi sebesar 42 juta ekor. Berdasarkan hasil tersebut maka strata populasi dikelompokkan menjadi 5 kategori yaitu; sangat rendah (<7 juta), rendah (7-16 juta), sedang (16-25 juta), tinggi (25-34 juta) dan sangat tinggi (34-42 juta).

Tabel 2. Penyebaran ayam lokal berdasarkan strata populasi

Populasi ternak (juta ekor)	Jumlah provinsi	%	Kategori
<7	21	63,63	Sangat rendah
7-16	8	24,24	Rendah
>16-25	1	3,03	Sedang
>25-34	1	3,03	Tinggi
>34-42	2	6,06	Sangat tinggi
Jumlah	33	100	

Sumber: Ditjennak (2015), data diolah

Tabel 2 menunjukkan bahwa populasi ayam lokal di antara provinsi sangat beragam, masih terdapat 21 provinsi yang mempunyai populasi kurang dari 7 juta ekor. Kondisi ini memberikan peluang besar untuk pemanfaatan pengembangan ayam lokal sebagai sumber gizi masyarakat maupun aset nasional dan dapat dilestarikan seoptimal mungkin untuk

mensubstitusi kebutuhan daging dan telur ayam nasional (Iskandar 2006). Peternak ayam lokal dengan sistem pemeliharaan ekstensif dan skala kecil sangat banyak tersebar di seluruh Indonesia. Sidadalog (2007) menyatakan bahwa ayam lokal sudah tersebar di seluruh pelosok Indonesia, dengan sistem pemeliharaan yang benar-benar telah menyatu dengan masyarakat pedesaan namun masih bersifat tradisional sebagai penghasil daging dan telur.

Upaya peningkatan produktivitas

Kinerja ayam lokal diwujudkan dalam bentuk produksi telur maupun daging dalam arti jumlah maupun kualitasnya. Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat produksi adalah jenis dan kualitas bibit, jenis dan komposisi pakan, obat dan vitamin, lingkungan kandang dan sarana penunjang, serta manajemen usaha ternak yang diterapkan oleh pengelolanya (Ketaren 2010; Iskandar 2012; Resnawati 2012). Guna memperoleh hasil yang berdayasaing tinggi, Prawirodigdo S. (2006) menyatakan bahwa aspek kesehatan perlu diperhatikan melalui pembersihan kandang maupun program vaksinasi sesuai standar kebutuhan. Selain faktor teknis budidaya maka peran peternak dan kelembagaan ikut menentukan keberhasilan usaha ayam lokal. Jarmani (2006) menyatakan bahwa peran peternak maupun kelembagaan yang dimaksud adalah adanya kelompok yang disiplin, berdedikasi dan mempunyai arah tujuan yang jelas. Produktivitas diperoleh seiring dengan terpenuhi kebutuhan ternak terhadap pakan secara kualitas maupun kuantitasnya. Peningkatan produksi ayam lokal penghasil telur maupun daging saat ini dapat menerapkan berbagai teknologi yang telah tersedia mulai dari penggunaan pakan, bibit maupun aspek manajemen.

Pakan unggas sekarang sudah banyak diproduksi oleh perusahaan komersial, namun memiliki konsekuensi terhadap harga yang menjadi relatif lebih mahal. Dalam menyikapi harga pakan dan kelangsungan usaha, maka peternak telah melakukan rekayasa penyusunan pakan tanpa mengurangi standar kebutuhan gizinya. Subagyo et al. (2015) melaporkan bahwa peternak mengurangi harga pakan dengan menyusun pakan sendiri. Kegiatan ini dilakukan pada penggemukan ayam KUB selama 70 hari dalam skala 500 ekor dengan keuntungan lebih tinggi 66,31% jika dibandingkan dengan penggunaan pakan pabrikan. Isbandi & Agustina (2015) melaporkan bahwa penyusunan ransum oleh peternak untuk usaha produksi DOC mampu mengurangi biaya pakan per satuan berat, untuk fase *grower* mencapai 35,45% atau Rp. 1.950/kg turun dari Rp. 5.500/kg menjadi Rp. 3.550/kg. Hal tersebut untuk pakan fase *layer* mencapai

37,50% atau Rp. 2.250/kg, turun dari harga Rp. 6.000/kg menjadi Rp. 3.750/kg. Selanjutnya dinyatakan bahwa usaha pembibitan ini dilakukan menggunakan model usaha ternak ayam KUB dan memperoleh tingkat keuntungan cukup memuaskan jika dibandingkan dengan menggunakan pakan buatan pabrikan.

Upaya lain peningkatan produktivitas adalah menyiapkan bibit unggul, dimana di beberapa daerah tertentu telah dilakukan persilangan antara ayam lokal dengan ayam ras untuk meningkatkan produksi telur maupun daging, namun hasil tersebut kurang disukai oleh konsumen Pramono (2006) dan Iskandar (2005a) menyatakan bahwa secara umum hasil persilangan ayam Kedu dengan ayam Arab dapat memberikan suatu pilihan untuk memproduksi daging ayam bertekstur ayam lokal yang lebih tinggi dibandingkan dengan tetuanya. Lebih lanjut dinyatakan bahwa hasil persilangan tersebut memberikan indikasi perbaikan efisiensi penggunaan ransum, sehingga memberikan peluang usaha dan prospek pasar yang lebih baik.

Produktivitas ayam lokal yang dipelihara secara ekstensif/tradisional di pedesaan sangat rendah, penyebabnya adalah faktor nutrisi, penyakit, manajemen dan binatang pemangsa antara lain adalah musang (Iskandar 2007). Kemampuan ayam lokal dalam menghasilkan telur selama periode tertentu sangat bervariasi tergantung dari sistem pemeliharaannya. Pemanfaatan *input* teknologi dari pemeliharaan ekstensif menjadi semi intensif atau intensif dapat meningkatkan produktivitas ayam lokal sebagaimana dilaporkan oleh Iskandar (2005b). Tabel 3 menunjukkan bahwa pola intensif memperoleh produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan pola ekstensif maupun semi-intensif, tidak ada waktu yang dipergunakan untuk masa mengeram maupun mengasuh anak.

Tabel 3. Produksi telur berdasarkan pola pemeliharaan ayam lokal

Uraian (minggu)	Pola pemeliharaan		
	Ekstensif	Semi-intensif	Intensif
Masa produksi	2	2	2
Mengeram	3	3	0
Masa kosong	0	3	3
Mengasuh anak	8	0	0
Total (minggu)	13	8	5
Frekuensi periode bertelur (kali/tahun)	4	6	10
Total produksi telur (butir/tahun)	40	60	100

Sumber: Iskandar (2005b)

Pemeliharaan ayam lokal saat ini lebih terdorong untuk dilakukan secara intensif, yang diharapkan dapat meningkatkan keamanan dari serangan penyakit maupun keamanan produk pangannya. Upaya yang dilakukan harus berbasis pendekatan keuntungan ekonomis, terutama dalam pemanfaatan ransum dengan kadar gizi optimal (Iskandar 2012).

Wibowo & Sartika (2011) menyatakan bahwa keuntungan pemeliharaan secara intensif meliputi: (1) Dapat diterapkan manajemen pemeliharaan secara cepat; (2) Dapat menerapkan manajemen kesehatan ternak yang memadai; (3) Dapat dilakukan evaluasi dan kontrol terhadap penyakit; (4) Dapat meningkatkan nilai tambah usaha; dan (5) Dapat meningkatkan estetika dan kualitas sanitasi. Di sisi lain, kelemahan pemeliharaan pola ini adalah: (1) Perlu adanya pemberian pakan khusus; (2) Tingginya ketersediaan waktu untuk mengurus dan memelihara; (3) Ada sedikit eksploitasi terhadap peningkatan kepadatan ayam, *stres* ayam lebih tinggi, penularan penyakit lebih cepat terjadi; dan (4) Dibutuhkan modal usaha yang lebih besar.

DINAMIKA USAHA AYAM LOKAL

Sistem budidaya ayam lokal

Budidaya ayam lokal cenderung menuju usaha yang terspesialisasi dengan pemeliharaan intensif ke arah produksi telur atau produksi daging. Akhir-akhir ini usaha produksi daging ayam umur 10-12 minggu pada bobot hidup 700-1.000 g/ekor terus meningkat (Sartika et al. 2013). Budidaya ayam lokal mempunyai keragaman sesuai dengan tujuannya, beberapa tujuan tersebut yang diungkap adalah produksi DOC, produksi daging dan produksi telur konsumsi.

Budidaya produksi day old chick (DOC)

Usaha produksi bibit tidak terlepas dari aspek reproduksi dan penetasan telur, dimana penggunaan mesin tetas sangat diperlukan karena dapat menghasilkan DOC dalam jumlah banyak pada waktu yang bersamaan. Hal ini mengakibatkan produksi DOC menjadi lebih efektif dan efisien dalam hal jenis, jumlah dan kontinuitas produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam proses pengeraman sebutir telur akan mengalami kehilangan beratnya setelah menjadi anak ayam. Pamungkas (2005) memperoleh hasil bahwa rata-rata bobot telur ayam lokal adalah 46,59 g/butir dengan bobot tetas 27,10 g/ekor sehingga selama dalam proses pengeraman telur tersebut mengalami pengurangan bobot sebesar 41,83%. Dalam hal ini, besarnya anak ayam dipengaruhi oleh besarnya telur dan bobot telur yang ditetaskan.

Budidaya pembibitan ayam lokal untuk menghasilkan DOC yang berorientasi ekonomi dilakukan melalui sistem agribisnis sebagai alat pemacu pengembangan peternakan sehingga dapat menambah pendapatan peternak ayam lokal. Wibowo & Sartika (2010) menyatakan bahwa usaha ini dengan skala usaha 300 ekor indukan dan 60 ekor pejantan diperoleh keuntungan sebesar Rp. 3.449.097 per bulan. Kajian ini dilakukan oleh Kelompok Tani Barokah, di Kabupaten Ciamis, dimana dibutuhkan biaya produksi sebesar Rp. 6.607.658 per bulan dengan penerimaan mencapai sebesar Rp. 10.119.755 per bulan. Komponen penerimaan ini berasal dari penjualan DOC, telur konsumsi dan ayam afkir. Berdasarkan perbandingan antara nilai penerimaan dan biaya produksi maka diperoleh nisbah R/C sebesar 1,52. Hal ini dapat dimaknai bahwa setiap pengeluaran sebesar 1 unit, maka akan memperoleh penerimaan sebesar 1,52 unit. Titik impas produksi dicapai jika minimal sebanyak 1.482 ekor DOC dijual dan akan mencapai titik impas harga jika harga per ekor DOC yang dijual adalah Rp 3.949. Pada saat kegiatan dilakukan harga DOC sebesar Rp. 4.500/ekor dan harga telur konsumsi sebesar Rp. 1.200/butir.

Budidaya penggemukan

Kebutuhan masyarakat terhadap daging ayam lokal cenderung mengalami peningkatan yang diindikasikan dengan semakin berkembangnya industri kuliner dan bertambahnya restoran maupun rumah makan yang menyajikan daging ayam lokal khususnya di kota-kota besar. Fenomena ini dapat memberi dorongan bagi kalangan peternak dan pelaku usaha agribisnis untuk lebih meningkatkan usaha pemeliharaan ayam lokal sebagai penghasil daging ayam potong. Usaha penggemukan ayam lokal yang dilakukan peternak masih sangat bervariasi terutama dalam hal waktu (lama) penggemukan.

Wibowo & Sartika (2011) melaporkan budidaya penggemukan ayam lokal yang dilakukan oleh kelompok Tani Barokah di Kabupaten Ciamis dengan jumlah ternak yang dipelihara sebanyak 2.400 ekor hingga umur tiga bulan. Kegiatan usaha penggemukan memberikan hasil yang menguntungkan, dimana komponen biaya mencapai Rp. 44.725.050 yang terdiri dari biaya tetap sebanyak Rp. 5.027.550 dan biaya tidak tetap sebesar Rp. 39.697.500. Komponen penerimaan mencapai Rp. 51.411.000 yang berasal dari hasil penjualan ayam sejumlah Rp. 51.336.000 ditambah dengan penjualan kotoran kandang (pupuk) sebesar Rp. 75.000. Keuntungan yang diperoleh mencapai Rp. 6.685.950, dengan R/C sebesar 1,15. Titik impas produksi dicapai jika jumlah ayam dijual minimal sebanyak 1.944 ekor dengan harga jual ayam minimal Rp. 20.038/ekor. Dalam perhitungan analisis

digunakan harga DOC Rp. 4.500/ekor (*unsexed*), dan harga jual ayam Rp. 23.000/ekor.

Wahyuning & Saptana (2013) melaporkan budidaya penggemukan ayam lokal di Jawa Timur dan Jawa Barat dengan jumlah pemeliharaan 500 ekor selama 40 hari. Dinyatakan bahwa masing-masing daerah usaha budidaya penggemukan secara ekonomi dapat meraih keuntungan, yaitu berturut-turut adalah Rp. 867.241 dan Rp. 1.607.036 di Jawa Barat dan Jawa Timur. Hal tersebut untuk total biaya mencapai Rp. 11.853.143 dan Rp. 9.312.186, sedangkan total penerimaan adalah Rp. 12.720.383 dan Rp. 10.919.222 untuk di Jawa Barat dan di Jawa Timur dengan R/C masing-masing sebesar 1,07 dan 1,17.

Budidaya produksi telur konsumsi

Saptana & Sartika (2014) melaporkan hasil analisis finansial usaha intensif dan menggunakan pakan pabrikan pada ayam lokal petelur di tiga lokasi (Jawa Barat, Jawa Timur dan Kalimantan Selatan) yang dilakukan dalam kurun waktu satu tahun dengan skala 1.000 ekor (Tabel 4). Komponen biaya produksi meliputi bibit, pakan, tenaga kerja dan lainnya.

Tabel 4. Analisis finansial usaha telur pada skala 1.000 ekor di Jawa Barat, Jawa Timur dan Kalimantan Selatan

Uraian	Lokasi		
	Jawa Barat	Jawa Timur	Kalimantan Selatan
Biaya (Rp./tahun)			
Bibit	6.000.000	4.775.862	6.437.500
Pakan	184.027.376	229.009.007	276.192.188
Tenaga kerja	12.799.430	10.613.793	75.750.000
Lainnya	8.845.830	16.603.563	4.125.000
Total biaya (Rp./tahun)	211.672.635	261.002.296	362.504.688
Penjualan (Rp.)			
Telur	198.276.046	299.569.161	356.529.820
Pupuk	917.419	456.897	458.105
Ayam afkir	30.937.607	16.187.931	35.942.888
Total penerimaan (Rp./tahun)	230.131.072	316.213.981	392.930.813
Pendapatan (Rp./tahun)	18.458.436	55.211.693	30.426.125
R/C	1,09	1,21	1,08

Sumber: Saptana & Sartika (2014)

Dari struktur biaya produksi tersebut ternyata biaya pakan menempati proporsi yang paling besar

yaitu masing-masing sebesar 86,94% di Jawa Barat, 87,74% di Jawa Timur dan 76,19% di Kalimantan Selatan. Dinyatakan bahwa di Jawa Barat dan Jawa Timur sebagian besar peternak menggunakan pakan jadi (pabrikan). Di Kalimantan Selatan walaupun peternak menggunakan pakan jadi namun masih memanfaatkan sagu, dimana produksi sagu sangat melimpah. Penerimaan sebagai produksi utama adalah produksi telur, namun demikian dalam total penerimaan terdiri dari komponen telur, pupuk dan ayam afkir. Jumlah penerimaan keseluruhan masing-masing mencapai Rp. 230,1 juta di Jawa Barat, Rp. 316,2 juta di Jawa Timur dan Rp. 392,9 juta di Kalimantan Selatan.

Suatu usaha akan mengalami keuntungan jika nisbah R/C lebih dari 1. Keuntungan yang diperoleh ini merupakan sumbangan yang cukup besar dan layak diperhitungkan bagi masyarakat pertanian di perdesaan. Implikasinya adalah pengembangan agribisnis telur ayam lokal mampu memberikan tambahan pendapatan bagi masyarakat pertanian di perdesaan, sehingga pengembangan agribisnis telur ayam lokal dapat membuka peluang usaha dalam penyediaan bibit dan budidaya ayam lokal petelur. Jika disetarakan per bulan maka usaha ternak ini mampu menyumbangkan pendapatan keluarga sebesar Rp. 1,5 juta/bulan di Jawa Barat, Rp. 4,6 juta/bulan di Jawa Timur dan Rp. 2,54 juta/bulan di Kalimantan Selatan. Tingginya pendapatan di Jawa Timur dan Kalimantan Selatan didukung oleh bahan baku terutama jagung dan bekatul, sedangkan di Kalimantan Selatan cukup melimpah ketersediaan pangan lokal berupa sagu.

AGRIBISNIS AYAM LOKAL

Perkembangan usaha ayam lokal

Perkembangan industri perunggasan modern di Indonesia sangat cepat, sejak tahun 1970-an menunjukkan peningkatan peran perunggasan yang sangat nyata dalam menyediakan sumber protein hewani pangan bagi masyarakat Indonesia. Resnawati (2012) mengelompokkan perkembangan industri perunggasan meliputi: (1) Periode sebelum tahun 1960, belum ada industri ayam ras impor sehingga pengadaan telur dan daging di pasaran didominasi oleh ayam lokal, demikian pula informasi dan teknologi beternak ayam belum banyak diketahui oleh peternak; (2) Periode 1961-1969, peran ayam lokal sebagai penghasil daging dan telur mulai tergeser akibat perkembangan ayam ras. Di sisi lain terjadi perubahan pemeliharaan ayam lokal dari sistem ekstensif menjadi sistem semi-intensif melalui perbaikan tatalaksana dan pemberian pakan; (3) Sejak awal tahun 1980an pemeliharaan ayam lokal secara semi intensif terus berkembang karena terbukti dapat meningkatkan produktivitas,

dengan angka kematian yang masih tinggi. Oleh karena itu, pemerintah membuat kebijaksanaan untuk melindungi dan mengembangkan ayam lokal melalui program Intensifikasi Ayam Buras (INTAB), Intensifikasi Vaksinasi (Invak), dan *Rural Rearing Multiplication Center* (RRMC); dan (4) Periode 1997 sampai 2007, dimana pada tahun 1997 terjadi gejala krisis moneter yang menyebabkan turunnya perekonomian di berbagai sektor, termasuk usaha peternakan ayam ras impor yang sebagian besar bahan baku pakannya berasal dari impor. Keadaan ini mengakibatkan usaha ayam ras impor mengalami kebangkrutan, karena biaya produksi yang sangat mahal, sedangkan posisi ayam lokal cukup stabil.

Akhir-akhir ini agribisnis ayam lokal mulai membenahi diri dalam rangka menunjang pembangunan industri perunggasan nasional. Telah tumbuh beberapa kegiatan yang memfokuskan dalam aspek perbibitan baik yang dilakukan oleh pihak swasta, pemerintah maupun kelompok peternak. Saptana & Sartika (2014) menyatakan beberapa industri perbibitan untuk menghasilkan DOC unggas lokal petelur maupun pedaging baik oleh pengusaha maupun pemerintah di beberapa daerah diantaranya adalah: (1) PT Ayam Kampung Indonesia (AKI); (2) Unggul Pusat Pembibitan Ayam Kampung; (3) Trias Farm; (4) Citra Lestari Farm; (5) Balai Pembibitan Ternak Unggas (BPTU); (6) Balai Penelitian Ternak (Balitnak); (7) CV Kuda Hitam Perkasa; dan (8) Kelompok-kelompok peternak dengan pemeliharaan indukan yang jumlahnya masih terbatas.

Sistem agribisnis merupakan satu kesatuan dari subsistem yang dimulai dari kegiatan hulu atau *input* produksi hingga kegiatan hilir atau distribusi (Saragih 2001; Firman & Tawaf 2008). Kegiatan hulu yaitu kegiatan yang meliputi penyediaan sarana produksi, kegiatan budidaya yaitu kegiatan yang menghasilkan komoditas peternakan primer, Kegiatan pengolahan yaitu pengolahan dari produk primer menjadi produk siap guna, dan kegiatan distribusi meliputi pemasaran produk dari kegiatan budidaya, produksi pengolahan maupun produk industri sarana produksi. Subsistem jasa pendukung yaitu lembaga penyedia jasa yang dibutuhkan agribisnis.

Industri hulu yang menghasilkan sarana produksi selalu memerlukan informasi dari kegiatan budidaya agar produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pihak pembudidaya. Demikian pula pihak pembudidaya membutuhkan sarana untuk operasionalisasi kegiatan produksi. Seluruh aktivitas yang berkaitan dengan budidaya yang produksinya dapat dikonsumsi langsung tanpa pengolahan dapat langsung dijual kepasar, demikian sebaliknya jika produk yang dihasilkan tidak dapat langsung dikonsumsi dan masih perlu diolah maka harus diproses dahulu. Pada umumnya produk hasil pengolahan mempunyai harga jual yang lebih

tinggi. Subsistem pemasaran merupakan subsistem yang mendistribusikan produksi dan produk turunannya ke konsumen. Subsistem lembaga penunjang merupakan subsistem yang turut andil dalam mengembangkan subsistem *input* produksi hingga subsistem pemasaran (Firman & Tawaf 2008). Berdasarkan cakupan sektor agribisnis peternakan tersebut, maka cara mengembangkan subsektor peternakan yang berhasil adalah membangun keseluruhan subsistem agribisnis peternakan secara simultan, konsisten dan terintegrasi.

Saptana (2012) dan Budiarsana & Hidayat (2012) melaporkan bahwa mengembangkan unggas lokal secara intensif sebagai penghasil daging/telur guna memperoleh hasil yang maksimal dan meningkatkan kesejahteraan harus dilakukan melalui model kemitraan. Model ini harus saling menguntungkan diantara pelaku agribisnis secara vertikal sehingga terbangun kemitraan usaha yang saling membutuhkan, memperkuat dan menguntungkan. Pendekatan dalam realisasinya dapat menerapkan prinsip dasar antara lain: (1) Adanya kesetaraan antar pihak yang bermitra; (2) Saling percaya-memercayai antara satu pihak dengan pihak lainnya; (3) Adanya keterbukaan antar pihak-pihak yang bermitra terutama dalam hal kualitas produk dan harga; (4) Tindakan antar pihak-pihak yang bermitra dapat dipertanggungjawabkan.

Iskandar (2006) menyatakan bahwa ayam lokal mempunyai potensi besar untuk dikembangkan menjadi suatu industri perunggasan rakyat sehingga kemitraan dengan pemerintah dalam bentuk program dan proyek seyogyanya dapat mempercepat perkembangan industri ayam lokal. Lebih lanjut dinyatakan bahwa peternak-peternak swakarsa dapat dijadikan mitra usaha untuk menjembatani upaya pemerintah dengan masyarakat peternak sebagai produsen pedesaan.

Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penyampaian barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Dalam bahasa ekonomi, pemasaran itu menciptakan *time*, *place* dan *possession utilities*. Karena menciptakan kegunaan (*utility*) maka pemasaran itu menjadi hal yang produktif. (Reksohadiprodjo et al. 1993). Meningkatnya jumlah penduduk dan tingkat pendapatan membuka lebar peluang pasar produk unggas. Produk ayam lokal bersifat komplementer, karena mempunyai segmen pasar tersendiri sehingga tidak harus bersaing dengan produk ayam ras impor.

Salah satu pertimbangan konsumen memilih ayam lokal karena dalam pemeliharaannya dianggap bebas zat-zat kimia, yang perlu dipertahankan utamanya dalam penanganan kesehatan (pemberian obat)

(Zulkarnain 2007). Harga jual persatuan produk ayam lokal (baik daging maupun telur) yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan ayam ras menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena produk ayam lokal tidak mengandung residu antibiotika (sangat minimal) sehingga digunakan sebagai bahan kuliner khusus dengan tekstur dan rasa yang berbeda dengan ayam ras (Priyanti et al. 2016).

Saptana & Sartika (2014) melaporkan hasil kajian tentang tataniaga telur ayam lokal di tiga lokasi (Jawa Barat, Jawa Timur dan Kalimantan Selatan), terdapat beberapa mata rantai yang dilalui dari produsen hingga konsumen, yaitu pedagang pengumpul/keliling, pedagang pengepul/bandar, pedagang besar/grosir dan pedagang pengecer (Tabel 5). Biaya tataniaga terbesar di Jawa Barat ditanggung oleh pedagang pengecer yaitu 1,62%, sedangkan di Jawa Timur dan Kalimantan Selatan ditanggung oleh pedagang pengepul masing-masing adalah 2,63 dan 2,57% dari harga jual produk. Oleh karenanya, tingkat keuntungan per unit *output* terbesar diperoleh pedagang pengecer, yaitu masing-masing sebesar Rp. 1.875/kg di Jawa Barat, Rp. 925/kg di Jawa Timur dan Rp. 2.087/kg di Kalimantan Selatan. Namun, jika dilihat dari keuntungan total secara berturut-turut (dari yang terbesar) adalah pedagang besar, pedagang pengepul, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Hal ini disebabkan karena volume penjualan yang lebih besar.

Berdasarkan jalur rantai pasok yang ada, posisi pedagang pengumpul dan pengepul adalah yang paling strategis, karena pelaku ini memiliki akses ke peternak dan akses ke berbagai tujuan pasar dengan baik. Peternak atau kelompok peternak yang dapat mengakses langsung ke pabrik roti/kue dan jamu adalah yang paling menguntungkan. Memperhatikan kondisi tersebut, maka untuk meningkatkan nilai tambah yang diterima peternak diperlukan penguatan kelembagaan yang mampu menghubungkan dengan konsumen akhir yang menggunakan bahan baku dari telur ayam lokal dalam industrinya.

Tataniaga pada komoditas daging ayam lokal dilaporkan oleh Wahyuning & Saptana (2013) bahwa semua pelaku tataniaga yang terlibat mulai dari pedagang pengumpul hingga pedagang pengecer memperoleh keuntungan. Keuntungan pada setiap mata rantai perdagangan di Jawa Barat adalah masing-masing sebesar: (1) Pedagang pengumpul Rp. 1.500/kg; (2) Pedagang pengepul Rp. 1.097/kg; (3) Pedagang grosir Rp. 1.020/kg; dan (4) Pedagang pengecer Rp. 5.057/kg. Hal tersebut untuk Provinsi Jawa Timur adalah masing-masing sebesar: (1) Pedagang pengumpul Rp. 1.638/kg; (2) Pedagang pengepul Rp. 1.523/kg; (3) Pedagang grosir Rp. 1.075/kg; dan (4) Pedagang pengecer Rp. 3.522/kg.

Komponen biaya terbesar untuk wilayah Jawa Barat terjadi pada pedagang besar yaitu 4,71% atau Rp. 1.980/kg, dimana biaya terbesar merupakan biaya transportasi yaitu Rp. 1.130/kg. Biaya tataniaga di Jawa Timur terbesar terjadi pada pedagang pengepul dan pedagang pengecer masing-masing yaitu 3,84% yaitu Rp. 1.903/kg pada pedagang pengepul dan Rp. 1.493/kg pada pedagang pengecer. Biaya terbesar terletak pada biaya pakan di tempat penampungan ayam yaitu Rp. 691/kg. Berdasarkan keuntungan yang diperoleh, maka pedagang pengecer di Jawa Barat maupun di Jawa Timur masing-masing meraih sebesar Rp. 5.507/kg dan Rp. 3.552/kg.

Rantai nilai menunjukkan nilai jual ayam lokal pada setiap tahapan pelaku usaha sehingga dapat diketahui nilai yang dapat ditambahkan pada setiap tahapan. Rantai nilai pada jalur peternak hingga pedagang pengecer di Jawa Barat maupun Jawa Timur yaitu tambahan nilai yang didapatkan pada pedagang pengumpul hingga pedagang besar tidak banyak berbeda, yaitu berkisar Rp. 2500 hingga Rp. 3000/kg. Nilai yang ditambahkan pada pedagang pengecer paling tinggi masing-masing adalah Rp. 7000/kg dan Rp. 5000/kg.

Tabel 5. Analisis margin tataniaga produk telur ayam lokal di Jawa Barat, Jawa Timur dan Kalimantan Selatan

Uraian	Lokasi		
	Jawa Barat	Jawa Timur	Kalimantan Selatan
Peternak (Rp./kg)			
Harga jual	26.400	25.408	32.951
Pedagang pengumpul/keliling (Rp./kg)			
Biaya	460	410	465
Harga jual	27.600	26.500	35.416
Keuntungan	740	682	2.000
Pedagang pengepul/bandar (Rp./kg)			
Biaya	470	730	975
Harga jual	28.800	27.800	37.991
Keuntungan	730	570	1.600
Pedagang besar/grosir (Rp./kg)			
Biaya	490	470	575
Harga jual	30.000	28.700	40.066
Keuntungan	710	430	1.500
Pedagang pengecer (Rp./kg)			
Biaya	525	375	798
Harga jual	32.400	30.000	42.951
Keuntungan	1.875	925	2.087

Sumber: Saptana & Sartika. (2014)

Meskipun nilai yang ditambahkan pada pedagang besar lebih kecil dari pedagang pengecer namun karena jumlah barang yang terjual cukup banyak maka secara keseluruhan keuntungan yang didapat akan menjadi lebih besar.

Kendala dan tantangan

Pengembangan ayam lokal menghadapi berbagai kendala secara nasional, yang melekat pada ternak yang bersangkutan maupun sistem usaha pemeliharaannya. Kendala tersebut antara lain karena kurangnya pengenalan ayam lokal secara genetik. Ayam yang dijual biasanya mempunyai nilai ekonomis tinggi secara ekonomi dan yang kurang bernilai (kecil, cacat, kurus) tetap diusahakan sebagai induk generasi penerus sehingga mengalami penurunan kualitas indukan dan bibit yang dihasilkan (Sidadalog 2007). Iskandar (2007) menyatakan bahwa ada sifat mengeram maupun sifat kanibal dan beberapa penyakit yang sering menyerang yang disebabkan oleh virus, bakteri, jamur, parasit dan serangga kecil (kutu). Prawirodigdo (2006) dan Tondok et al. (2014) melaporkan bahwa pada umumnya pemberian pakan kurang memperhatikan kebutuhan kandungan nutrisi, namun lebih didasarkan pada profit usaha.

Saptana (2012) menyatakan bahwa permasalahan yang menghambat pengembangan agribisnis unggas lokal antara lain: (1) Belum adanya sistem seleksi yang baik terhadap unggas lokal; (2) Belum berkembangnya industri pembibitan unggas lokal; (3) Pakan masih bertumpu pada limbah konsumsi keluarga; (4) Kurang tersedianya bahan baku industri pakan perunggasan; (5) Belum adanya penataan pengembangan industri unggas lokal; (6) Keterbatasan modal peternak; (7) Mewabahnya penyakit menular terutama flu burung (*Avian Influenza*); dan (8) Kompetisi penggunaan komoditas pangan seperti jagung, dedak/bekatul, ubi kayu dan kedelai untuk ternak dan unggas komersial. Haryono et al. (2012) menyatakan bahwa hal tersebut juga disebabkan oleh skala usaha relatif kecil, produksi telur rendah, kelangkaan bibit, pertumbuhan lambat, mortalitas tinggi, biaya ransum mahal dan pengusahaan secara perorangan menjadi faktor penghambatnya. Terdapat dua simpul permasalahan yang penting dicarikan penyelesaiannya, yakni: (1) Mengatasi kelangkaan indukan dan bibit berkualitas di kalangan para peternak ayam lokal; dan (2) Meningkatkan produktivitas (daging dan telur).

Kendala seperti diuraikan di atas, saat ini masih ada dan terdapat kecenderungan bahwa para peternak ayam lokal mulai mengubah pola pemeliharaan ekstensif tradisional dan semi intensif menjadi pemeliharaan intensif. Hidayat (2012) menyatakan bahwa untuk mengatasi kelangkaan bibit dapat dilakukan melalui mengaktifkan peran institusi

perbibitan peternakan milik pemerintah pusat maupun daerah, sedangkan perbaikan kinerja produksi dapat dilakukan dengan pendekatan perbaikan mutu genetik, pakan dan manajemen.

Saptana (2012) melaporkan bahwa terdapat dua tuntutan yaitu sisi permintaan dan sisi penawaran yang harus disadari terhadap produk-produk unggas lokal yang dipersepsikan bernilai ekonomi tinggi oleh konsumen. Sisi permintaan, menuntut berbagai atribut lengkap dan rinci, mencakup atribut keamanan produk, nutrisi, nilai, pengepakan, lingkungan dan kemanusiaan, serta aspek kesejahteraan ternak yang merupakan persyaratan baru. Sisi penawaran di lain pihak, peternak unggas lokal dituntut untuk dapat bersaing berkaitan dengan kemampuan merespon atribut produk yang diinginkan konsumen secara cepat dan efisien baik untuk tujuan konsumen pasar tradisional, pasar modern, dan industri kuliner. Artinya bahwa, peternak harus mampu menghasilkan produk-produk unggas lokal yang memenuhi dimensi jenis, kuantitas, kualitas, kontinuitas, cita rasa, serta atribut yang diinginkan konsumen dengan harga yang bersaing.

Strategi penguatan agribisnis

Dalam mewujudkan agribisnis maka dapat diciptakan hubungan kerjasama vertikal antar pelaku usaha pada sistem dan usaha agribisnis komoditas ayam lokal secara terintegrasi. Saragih (2001) menyatakan bahwa peternak rakyat umumnya adalah kecil-lemah, maka secara individu tidak akan mampu memperoleh nilai tambah. Lebih lanjut dinyatakan bahwa perlu dibangunnya organisasi bisnis peternak rakyat, yaitu peternak rakyat yang bergerak pada agribisnis budidaya peternakan didorong dan difasilitasi untuk membentuk organisasi bisnis peternak rakyat berbentuk koperasi yang dikelola secara profesional. Kegiatan yang dikoperasikan adalah kegiatan agribisnis hulu dan hilir yang memang bersifat biaya produksi per unit yang menurun dengan meningkatnya total produksi (*decreasing cost*). Kelembagaan ini perlu diperkuat lagi sehingga mampu mengakses kebutuhan peternak dalam hal penyediaan sarana produksi dan penjualan hasil.

Koperasi melakukan kegiatan yang sangat diperlukan peternak ayam lokal yaitu pada subsistem hulu (pengadaan DOC maupun pakan) dan pada subsistem hilir (pemasaran telur dan ayam hasil penggemukan). Pada agribisnis peternakan, keberhasilan bisnis akan sangat tergantung pada pakan, karena sekitar 60-70% biaya produksi adalah pakan. Penguasaan pada usaha pakan berdampak pada keunggulan dalam bisnis peternakan. Koperasi yang terbentuk segera menangani kegiatan industri pakan dan penetasan dengan skala yang disesuaikan kebutuhan anggotanya. Penguasaan pada agribisnis

hilir diantaranya kegiatan pemasaran telur, pemasaran ayam hasil penggemukan dalam bentuk hidup maupun pemasaran karkas yang dihasilkan dari jasa pemotongan ternak. Pada kegiatan pemasaran hasil ternak yang dimaksud maka koperasi dapat mengadakan kios-kios hasil ternak di berbagai lokasi pasar. Mekanisme kegiatan pada koperasi yaitu;

1. Kegiatan pemasaran telur; Koperasi yang dibentuk melakukan kegiatan pemasaran dengan cara menampung atau membeli telur dari peternak budidaya dengan harga yang telah disepakati. Selanjutnya telur tersebut dijual langsung kepada konsumen untuk telur konsumsi, sedangkan untuk telur tetas digunakan koperasi sebagai bahan baku kegiatan penetasan untuk menghasilkan DOC sebagai bibit yang diperlukan peternak.
2. Kegiatan penetasan telur; Koperasi ini harus mempunyai perencanaan yang matang maupun pengetahuan yang memadai tentang teknis penetasan mulai dari pemilihan telur, penanganan telur dan teknis mengoperasikan mesin tetas. Pengetahuan praktis penetasan tersebut dapat diperoleh dari berbagai informasi yang telah berkembang maupun pembinaan dari institusi terkait (Dinas Peternakan, BPTU, Balai Penelitian Ternak, Pusat Pengembangan dan Penelitian Peternakam maupun Balai Pengkajian Teknologi Peternakan). Hasil penetasan (DOC) selanjutnya dijual kepada pihak yang memerlukannya dengan harga yang telah ditentukan. Dengan demikian kebutuhan peternak untuk kegiatan budidaya dapat terpenuhi dalam kuantitas maupun kualitasnya, karena DOC yang dihasilkan mempunyai umur yang hampir sama dengan jumlah yang memadai untuk digunakan sebagai usaha penggemukan.
3. Kegiatan pemasaran ayam hasil penggemukan; Koperasi membeli hasil penggemukan dari peternak dengan harga yang telah ditentukan, sehingga peternak terbantu dalam pemasaran produksi penggemukannya. Selanjutnya koperasi menjual kepada konsumen dalam bentuk ayam hidup maupun karkas. Kegiatan pemasaran produk ternak yang telah dikuasai peternak melalui koperasinya diharapkan harga yang dibayarkan konsumen akhir (hasil mekanisme pasar) secara langsung dapat dinikmati oleh peternak rakyat.
4. Kegiatan pengadaan pakan; koperasi melakukan kegiatan pembuatan pakan ayam lokal, yang tentunya mempunyai kualitas baik berdasarkan standar ransum. Selanjutnya pakan tersebut disalurkan kepada peternak dengan cara penjualan yang ditentukan harganya, namun demikian teknis pembayaran dapat diselaraskan dengan kesepakatan yang telah dibuat. Peternak melalui koperasinya secara tidak langsung telah memiliki pakan ternak, sehingga harga pakan yang dibayar oleh peternak

rakyat hanyalah harga pokok penjualan saja, tidak lagi harga yang ditetapkan lebih tinggi dari harga normal atau harga monopoli seperti selama ini.

Keberadaan koperasi mempunyai peran yang sentral terhadap kelangsungan usaha peternak khususnya dalam hal pemasaran hasil dan pengadaan sarana produksi sehingga peternak akan lebih fokus pada kegiatan budidaya. Koperasi perlu dikelola secara profesional, mencakup manajemen yang tangguh meliputi perencanaan, pelaksanaan dan melakukan evaluasi hasil kegiatannya. Guna memenuhi standar profesional maka tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan tenaga yang mendapat imbalan (gaji). Tidak kalah penting adalah wawasan yang luas dan jaringan kuat terutama dalam pemasaran produk ke pihak konsumen .

Berfungsinya koperasi dengan baik dan sehat akan mengakibatkan nilai tambah yang ada pada agribisnis hulu dan hilir dapat dimiliki oleh peternak rakyat. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan pendapatan peternak melalui usahanya yang dikelola secara individu maupun kegiatan yang dikelola koperasi. Pada gilirannya koperasi menjadi kuat, kondusif dan mencapai efisiensi tertinggi (Saragih 2001). Berkembangnya koperasi agribisnis yang demikian, maka nilai tambah yang besar pada agribisnis hulu dan hilir dapat dinikmati oleh rakyat yang berada di usaha tani melalui koperasinya.

Peran pemerintah sangat dibutuhkan antara lain dalam hal memberi kemudahan ijin usaha, lokasi, fasilitas kredit dan lain-lain dengan harapan bahwa pemerintah lebih serius untuk mendorong pengembangan koperasi agribisnis ini. Pada akhir-akhir ini telah diluncurkan dana desa, melalui koordinasi yang baik dari instansi terkait maka tidak menutup kemungkinan bahwa sebagian dana tersebut dapat dimanfaatkan untuk menguatkan keberadaan koperasi melakukan kegiatan yang lebih produktif.

KESIMPULAN

Ayam lokal yang telah berkembang di berbagai daerah di seluruh Indonesia menjadi aset nasional yang tetap perlu dikembangkan dalam rangka memenuhi kebutuhan pangan, gizi dan pelestarian sumber daya genetik. Usaha ayam lokal secara intensif sebagai penghasil telur maupun daging dinyatakan mampu memberikan manfaat ekonomi bagi pelakunya. Pada aspek pemasaran komoditas telur maupun daging ayam lokal juga mampu memberikan kesejahteraan bagi pelaku-pelaku tataniaga mulai dari pedagang pengumpul hingga pedagang eceran. Diperlukan penguatan kelembagaan koperasi yang bergerak pada kegiatan subsistem hulu dan hilir guna meningkatkan pendapatan peternak melalui usaha yang dikelola

secara individu maupun kegiatan yang dikelola oleh koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarsana IGM, Hidayat C. 2012. Model kemitraan dan dukungan teknologi pada agribisnis peternakan ayam lokal. Dalam: Iskandar S, Resnawati H, Priyanti A, Sartika T, Damayanti R, penyunting. Pengembangan Peran Unggas Lokal dalam Industri Perunggasan Nasional. Prosiding Workshop Nasional Unggas Lokal. Jakarta, 5 Juli 2012. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak. hlm. 61-67.
- Ditjennak. 2015. Buku statistik peternakan. Jakarta (Indonesia): Direktorat Jenderal Peternakan, Kementerian Pertanian.
- Diwyanto K, Priyanti A. 2009. Pengembangan industri peternakan berbasis sumber daya lokal. Pengembangan Inovasi Pertanian. 2:208-228.
- Firman A, Tawaf R. 2008. Manajemen agribisnis peternakan teori dan contoh kasus. Bandung (Indonesia): UNPAD Press.
- Haryono, Tiesnamurti B, Hidayat C. 2012. Prospek usaha ayam lokal mengisi pangsa pasar nasional. Dalam: Iskandar S, Resnawati H, Priyanti A, Sartika T, Damayanti R, penyunting. Pengembangan Peran Unggas Lokal dalam Industri Perunggasan Nasional. Prosiding Workshop Nasional Unggas Lokal. Jakarta, 5 Juli 2012. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak. hlm. 3-10.
- Hidayat C. 2012. Pengembangan produksi ayam lokal berbasis bahan pakan lokal. Wartazoa. 22:85-98.
- Isbandi, Agustina N. 2015. Profil dan analisa usaha dan pembibitan ayam KUB di Kelompok Peternak Jaya Mandiri Batu Beson, Desa Jago, Kecamatan Praya, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Dalam: Noor SM, Handiwirawan E, Martindah E, Widiastuti R, Sianturi RSG, Harawati T, Purba M, Anggraeny YN, Batubara A, penyunting. Teknologi Peternakan dan Veteriner untuk Peningkatan Daya Saing dan Mewujudkan Kedaulatan Pangan Hewani. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner. Jakarta, 8-9 Oktober 2015. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak. hlm. 557-563.
- Iskandar S. 2005a. Pertumbuhan dan perkembangan karkas ayam silangan Kedu dengan Arab pada dua sistem pemberian ransum. JITV. 10:253-259.
- Iskandar S. 2005b. Usahatani ayam kampung peningkatan manfaat sumberdaya nasional. Bogor (Indonesia): Balai Penelitian Ternak.
- Iskandar S. 2006. Strategi pengembangan ayam lokal. Wartazoa. 16:190-197.
- Iskandar S. 2007. Tatalaksana pemeliharaan ayam lokal. Dalam: Keanekaragaman sumber daya hayati ayam lokal: Manfaat dan potensi. Bogor (Indonesia): Pusat Penelitian Biologi LIPI. hlm. 133-155.
- Iskandar S. 2012. Optimalisasi protein dan energi ransum untuk meningkatkan produksi daging ayam lokal. Pengembangan Inovasi Pertanian. 5:96-107.
- Jarmani SN. 2006. Peluang budidaya ayam buras di pedesaan sebagai penyangga industri boga. Dalam: Subandriyo, Diwyanto K, Kompyang IP, Inounu I, Setioko AR, Ketaren PP, Suparyanto A, Priyanti A, penyunting. Inovasi Teknologi dalam Mendukung Usaha Ternak Unggas Berdayasaing. Prosiding Lokakarya Nasional. Semarang, 4 Agustus 2006. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak bekerjasama dengan Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro. hlm. 131-143.
- Ketaren PP. 2010. Kebutuhan gizi ternak unggas di Indonesia. Wartazoa. 20:172-180.
- Pamungkas FA. 2005. Beberapa kriteria analisis penduga bobot tetas dan bobot hidup umur 12 minggu dalam seleksi ayam kampung. JITV. 10:281-285.
- Pramono D. 2006. Ayam hasil persilangan sebagai alternatif pengembangan usaha ternak unggas. Dalam: Subandriyo, Diwyanto K, Kompyang IP, Inounu I, Setioko AR, Ketaren PP, Suparyanto A, Priyanti A, penyunting. Inovasi Teknologi dalam Mendukung Usaha Ternak Unggas Berdayasaing. Prosiding Lokakarya Nasional. Semarang, 4 Agustus 2006. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak bekerjasama dengan Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro. hlm. 157-161.
- Prawirodigo S. 2006. Pemberian pakan mengandung asam amino seimbang dan antioksidan nabati sebagai strategi proteksi terhadap serangan penyakit pada ternak ayam. Dalam: Subandriyo, Diwyanto K, Kompyang IP, Inounu I, Setioko AR, Ketaren PP, Suparyanto A, Priyanti A, penyunting. Inovasi Teknologi dalam Mendukung Usaha Ternak Unggas Berdayasaing. Prosiding Lokakarya Nasional. Semarang, 4 Agustus 2006. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak bekerjasama dengan Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro. hlm. 144-161.
- Priyanti A, Sartika T, Priyono, Julianto TB, Soedjana TD, Sjamsul B, Tiesnamurti B. 2016. Kajian ekonomi dan pengembangan inovasi ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB). Bogor (Indonesia): Puslitbangnak.
- Reksohadiprodjo S, Heidjrachman R, Irawan. 1993. Pengantar ekonomi perusahaan. Buku 2. Yogyakarta (Indonesia): BPFE.
- Resnawati H. 2012. Inovasi teknologi pemanfaatan bahan pakan lokal mendukung pengembangan industri ayam kampung. Pengembangan Inovasi Pertanian. 5:79-95.
- Saptana. 2012. Kelembagaan kemitraan usaha dalam mendukung agribisnis unggas lokal yang berkelanjutan. Dalam: Iskandar S, Resnawati H, Priyanti A, Sartika T, Damayanti R, penyunting. Pengembangan Peran Unggas Lokal dalam Industri Perunggasan Nasional. Prosiding Workshop Nasional

- Unggas Lokal. Jakarta, 5 Juli 2012. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak. hlm. 43-54.
- Saptana, Sartika T. 2014. Manajemen rantai pasok komoditas telur ayam kampung. *J Manajemen Agribisnis*. 11:1-4.
- Saragih B. 2001. Agribisnis. paradigma baru pembangunan ekonomi berbasis pertanian. Dalam: Pambudy R, Sipayung T, Saragih JR, Dabukke FBM, Burhanuddin, penyunting. Bogor (Indonesia): Yayasan Persada Mulia Persada Indonesia dan PT Surveyor Indonesia bekerjasama dengan Pusat Studi Pembangunan IPB dan USESE Foundation.
- Sartika T, Desmayanti, Iskandar S, Resnawati H, Setioko AR, Sumanto, Sinurat A, Isbandi, Tiesnamurti B, Romjali E. 2013. Ayam KUB 1. Jakarta (Indonesia): IAARD Press.
- Sartika T, Iskandar S. 2007. Mengenal plasma nutfah ayam Indonesia dan pemanfaatannya. Bogor (Indonesia): Balai Penelitian Ternak.
- Sidadalog JHP. 2007. Pemanfaatan dan kegunaan ayam lokal Indonesia. Dalam: Keanekaragaman sumber daya hayati ayam lokal manfaat dan potensi. Bogor (Indonesia): Pusat Penelitian Biologi LIPI. hlm. 27-42.
- Subagyo, Setiyono B, Hanafi H. 2015. Analisis finansial introduksi penggunaan pakan lokal pada pembesaran ayam Kampung Unggul Badan Litbang (KUB) di Karangon Jogotirto Berbah Kabupaten Sleman. Dalam: Noor SM, Handiwirawan E, Martindah E, Widiastuti R, Sianturi RSG, Harawati T, Purba M, Anggraeny YN, Batubara A, penyunting. Teknologi Peternakan dan Veteriner untuk Peningkatan Daya Saing dan Mewujudkan Kedaulatan Pangan Hewani. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner. Jakarta, 8-9 Oktober 2015. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak. hlm. 570-575.
- Tondok AR, Yuniarsih ET, Sariubang M. 2014. Analisis respon dan partisipasi petani pada introduksi teknologi ayam kampung di Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. Dalam: Pamungkas D, Widiawati Y, Noor SM, Purwantari ND, Widiastuti R, Brahmantiyo B, Herawati T, Kusumaningsih A, Handiwirawan E, Puastuti W, penyunting. Teknologi Peternakan dan Veteriner Mendukung Pertanian Bioindustri Berkelanjutan. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner. Malang, 12-14 Agustus 2014. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak. hlm. 628-634.
- Wahyuning KS, Saptana. 2013. Analisis manajemen rantai pasok ayam kampung pedaging: Studi kasus di Provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur. Dalam: Hutabarat B, Hermanto, Heny SS, penyunting. Optimalisasi Sumber Daya Lokal melalui Diversifikasi Pangan Menuju Kemandirian Pangan dan Perbaikan Gizi Masyarakat. Prosiding Seminar Nasional Hari Pangan Sedunia ke-33 Menyongsong Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. hlm. 361-381.
- Wibowo B, Sartika T. 2010. Analisa kelayakan usaha pembibitan ayam kampung (lokal) penghasil *Day Old Chick* (DOC) di tingkat petani. Studi kasus Kelompok Peternak Ayam Buras "Barokah" di Ciamis. Dalam: Prasetyo LH, Natalia L, Iskandar S, Puastuti P, Herawati T, Nurhayati, Anggraeni A, Damayanti R, Dharmayanti NLPI, Estuningsih SE, penyunting. Teknologi Peternakan dan Veteriner Ramah Lingkungan dalam Mendukung Program Swasembada Daging dan Peningkatan Ketahanan Pangan. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner. Bogor, 3-4 Agustus 2010. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak. hlm. 714-723.
- Wibowo B, Sartika T. 2011. Analisis kelayakan usaha penggemukan ayam kampung (lokal) di tingkat petani. Studi kasus Kelompok Peternak Ayam Kampung "Barokah" di Ciamis. Dalam: Prasetyo LH, Damayanti R, Iskandar S, Herawati T, Priyanto D, Puastuti P, Anggraeni A, Tarigan S, Wardhana AH, Dharmayanti NLPI, penyunting. Teknologi Peternakan dan Veteriner untuk Peningkatan Produksi dan Antisipatif terhadap Dampak Perubahan Iklim. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner. Bogor, 7-8 Juni 2011. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak. hlm. 699-704.
- Zulkarnain AM. 2007. Restrukturisasi peternakan dan kebangkitan peternakan rakyat ayam kampung. Jakarta (Indonesia): Yayasan Kepraks.