

ANALISIS KELEMBAGAAN RANTAI PASOK TELUR AYAM RAS PETERNAKAN RAKYAT DI JAWA BARAT

Egg Supply Chain Institution Analysis on Layer Smallholders Business in West Java

Wahyuning K. Sejati

*Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian
Jl. A. Yani No. 70 Bogor 16161*

ABSTRACT

Understanding characteristics and institutions of farmers, suppliers, and markets is an important factor on developing supply chain of egg and increasing livestock farmers' welfare. This paper aims to analyze supply chain of egg, namely: (1) identification of layer smallholders' institution; (2) analysis of egg supply chain; (3) anticipation of egg supply chain introduction for smallholding layer farms. Scope of this study consists of layer smallholders business, supply chain agents, traditional and modern markets, and consumer groups. Supply chain analysis is focused on layer smallholders business strategically to improve the their welfare. The result of the study shows that the marketing of egg tends to follow the market mechanism. Some factors that negatively affect the supply chain of egg are lack of market access to modern market and consumer groups, egg price fluctuation, and lack of market information. To improve egg supply chain, the government needs to apply policy that is consistent, predictable, transparent, and to guarantee business security and good distribution of the product.

Key words: *institution, supply chain, egg, layer*

ABSTRAK

Dalam konteks pengembangan pasar komoditas dan peningkatan kesejahteraan peternak rakyat perlu dipahami secara baik karakteristik dan kelembagaan petani, pemasok, dan pasar. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis kelembagaan rantai pasok peternak-pemasok-pasar komoditas telur ayam ras yang meliputi: (1) identifikasi kelembagaan peternakan rakyat ayam ras petelur; (2) analisis kelembagaan rantai pasok komoditas telur; dan (3)antisipasi kelembagaan introduksi rantai pasok telur ayam ras peternakan rakyat. Cakupan kajian mempertimbangkan pola perusahaan di tingkat peternakan rakyat, ragam agen rantai pasok, ragam pasar konvensional, ragam pasar modern, dan ragam konsumen lembaga. Analisis kelembagaan rantai pasok terhadap kedua jenis pasar yang dikaji dan dampak terhadap usaha peternakan difokuskan pada usahaternak rakyat yang dinilai strategis untuk dibina, dikembangkan, dan ditingkatkan kesejahteraannya. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemasaran telur cenderung mengikuti mekanisme pasar. Faktor-faktor yang dinilai berpengaruh dan berdampak negatif pada kelembagaan peternakan rakyat berkaitan dengan pemasaran telur yaitu kurangnya akses ke pasar modern maupun konsumen lembaga, dan harga telur yang cenderung sangat fluktuatif akibat kurangnya informasi pasar. Pengembangan kelembagaan rantai pasok telur ayam ras membutuhkan fasilitasi kebijakan yang konsisten, bisa diperkirakan,

transparan, jaminan keamanan usaha, kelancaran distribusi dan mobilitas barang antar daerah.

Kata kunci: *kelembagaan, rantai pasok, telur, ayam petelur*

PENDAHULUAN

Peternak skala kecil (peternakan rakyat) umumnya memiliki akses hanya terhadap pasar konvensional. Kondisi ini tidak terlepas dari intervensi dan distorsi dari pemasok skala besar yang dikuasai peternak skala perusahaan. Peternak skala besar memiliki akses lebih baik ke pasar modern yang memiliki segmen pasar khusus, yaitu konsumen potensial dengan pendapatan yang relatif tinggi, sehingga memiliki daya beli dan sanggup membayar lebih mahal. Dalam perspektif pengembangan pasar komoditas dan peningkatan kesejahteraan peternak perlu dipahami secara baik karakteristik pasar dan kelembagaan rantai pasok peternak-pemasok-pasar pada berbagai tingkatan. Kehadiran pasar modern diharapkan mampu memberikan sumbangan dalam peningkatan produksi dan kesejahteraan peternak skala kecil. Permasalahannya adalah dapatkah perkembangan pasar modern ini diakses melalui pengembangan kelembagaan rantai pasok (peternak-pemasok-pasar) sehingga dapat memberi kontribusi, manfaat, dan dampak bagi pengembangan peternak rakyat skala kecil dan menengah.

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis kelembagaan rantai pasok peternak-pemasok-pasar modern dan konvensional komoditas telur ayam ras yang meliputi: (1) identifikasi kelembagaan peternakan rakyat ayam ras petelur; (2) analisis kelembagaan rantai pasok komoditas telur; dan (3) antisipasi kelembagaan introduksi rantai pasok telur ayam ras peternakan rakyat.

KELEMBAGAAN RANTAI PASOK

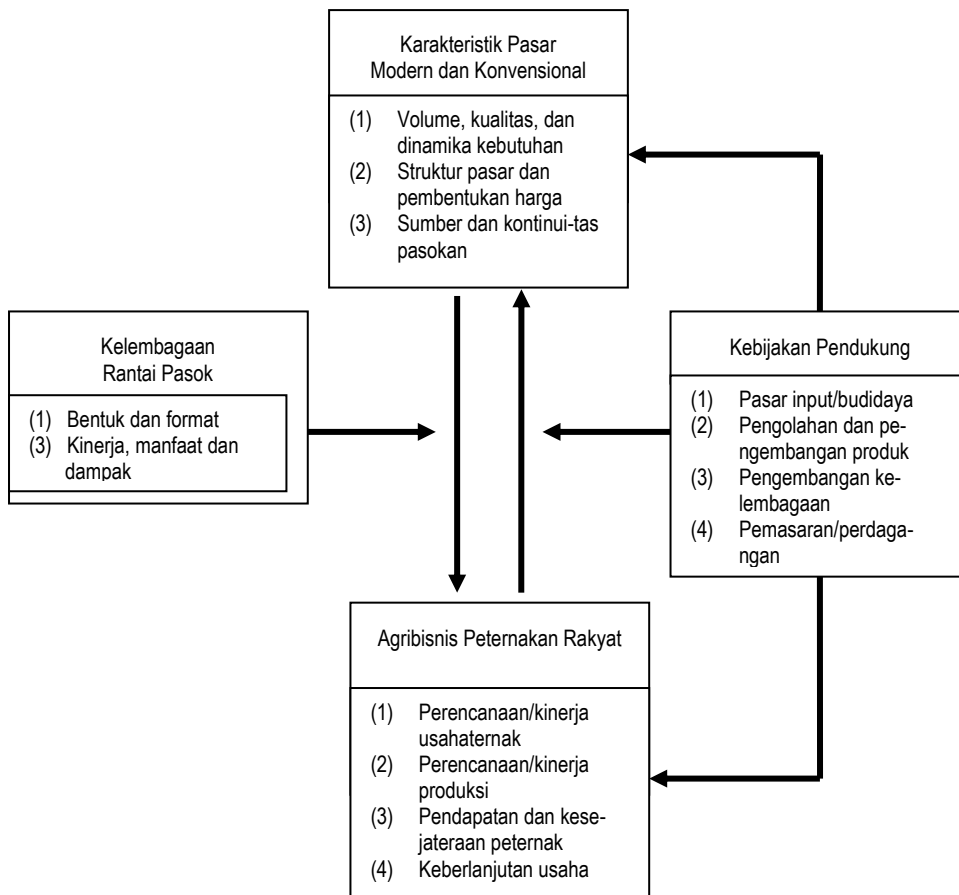
Kelembagaan merupakan fenomena sosial ekonomi yang berkaitan dengan hubungan antara dua atau lebih pelaku interaksi sosial ekonomi yang mencakup aturan-aturan yang disepakati oleh para pelaku interaksi, disertai analisis hasil akhir yang diperoleh dari interaksi yang terjadi (Taryoto, 1995). Rantai pasok mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Harland (1996) yang mengemukakan bahwa: *'supply chain management (SCM) is the management of a network of interconnected businesses involved in the ultimate provision of product and service packages required by end consumers'*. Kelembagaan rantai pasok pada hakekatnya menganalisis hubungan interaksi vertikal antar pelaku dalam rantai pasok. Secara vertikal kelembagaan peternakan rakyat yang terkait diantaranya adalah kelembagaan produksi peternakan rakyat, pemasaran, pengolahan, distribusi produk, dan pelaku di pasar konvensional/ modern.

Irghandi (2008) menyatakan bahwa munculnya manajemen rantai pasok (SCM) dilatar belakangi oleh dua hal pokok yaitu (1) praktek manajemen logistik tradisional yang bersifat adversarial pada era modern ini sudah tidak relevan lagi, karena tidak dapat menciptakan keunggulan kompetitif; (2) perubahan lingkungan bisnis yang semakin cepat dengan persaingan yang semakin ketat. Sementara Daryanto (2009) mengemukakan bahwa penerapan SCM sebagai salah satu upaya peningkatan daya saing produk peternakan memerlukan langkah yang menjadi perhatian stakeholder terkait, yaitu: (1) menciptakan hubungan antar rantai agar lebih spesifik pada bidang usaha sehingga terbentuk pola yang terpadu dan saling terkait, (2) dukungan manajemen mulai dari proses perencanaan, pengorganisasian, koordinasi pelaksanaan, sampai pengendalian, (3) membangun kemitraan dalam suatu kesepakatan pada keseluruhan rantai; (4) membangun sistem informasi yang terintegrasi di setiap bagian yang terlibat dalam sistem rantai pasokan.

Dalam konteks *market driven* pengembangan komoditas peternakan khususnya telur perlu dipahami perkembangan dua bentuk pasar, yaitu pasar modern dan pasar konvensional serta kebijakan terkait dengan pengembangan rantai pasok produk peternakan. Perkembangan kedua jenis pasar (khususnya pasar modern) hendaknya diarahkan melalui instrumen kebijakan yang tepat agar sebesar-besarnya memberi manfaat kepada pengembangan produk peternakan domestik, khususnya yang diusahakan oleh peternakan rakyat. Kebijakan pengembangan agribisnis peternakan dalam hal ini merupakan pengembangan rantai pasok yang dapat memberi manfaat dan dampak positif bagi pengembangan peternakan rakyat skala kecil dan menengah.

Gambar 1 menyajikan hubungan antara kelembagaan rantai pasok peternakan rakyat dan pasar komoditas serta kebijakan pendukung yang dibutuhkan dengan penjelasan:

- (1) Dalam konteks *market driven*, pengembangan agribisnis telur ayam ras, perlu mempertimbangkan perkembangan pasar modern dan konvensional yang ada.
- (2) Peternakan rakyat agar mampu memanfaatkan secara optimal perkembangan potensi pasar yang ada, perlu diwadahi dengan kelembagaan rantai pasok yang memungkinkan peternak memiliki akses yang memadai dan proporsional sesuai dengan potensi pasar modern dan konvensional.
- (3) Aktualisasi dan efektivitas kelembagaan rantai pasok dalam mendukung pengembangan agribisnis peternak rakyat ditentukan oleh kinerja kebijakan pendukung pengembangan agribisnis peternakan. Kebijakan tersebut mencakup aspek pasar input dan budidaya, pengolahan dan pemasaran, pengembangan kelembagaan, dan pemasaran yang dapat memberikan dampak langsung atau tidak langsung terhadap kinerja pasar dan/atau kinerja usaha peternakan



Gambar1. Kelembagaan Rantai Pasok Komoditas Peternakan (diadopsi dari Birmingham University dan MLC, 2004).

Secara empirik, beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan dalam kelembagaan rantai pasok (Birmingham University dan MCL, 2004) adalah: (1) pola pengembangan peternakan dominan yang memiliki akses langsung ke pasar modern dan pasar tradisional; (2) kompleksitas jaringan mulai dari dimensi produksi/usahaternak sampai pada konsumen akhir yang bekerja dalam rantai pasok yang spesifik; (3) rantai pasok dominan pada setiap pola pengembangan menurut jenis pasar (modern dan tradisional); (4) pada setiap jalur rantai pasok sedikitnya terdapat enam tahapan fungsional yaitu: faktor produksi, proses produksi peternakan, pemasaran, pengolahan primer, pengolahan sekunder, distribusi produk peternakan.

Analisa kebijakan dapat mempertimbangkan pola pengusahaan di tingkat peternakan rakyat, ragam agen rantai pasok, ragam pasar konvensional, ragam pasar modern, dan ragam konsumen lembaga (seperti restoran, hotel dan rumah

sakit). Analisis terhadap kedua jenis pasar yang dikaji dan dampak terhadap usaha peternakan dapat difokuskan pada usahaternak rakyat yang dinilai strategis untuk dibina, dikembangkan, dan ditingkatkan kesejahteraannya.

PERMASALAHAN PETERNAKAN RAKYAT AYAM RAS PETELUR

Terdapat berbagai masalah yang muncul dalam usahaternak ayam ras petelur. Permasalahan kelembagaan rantai pasok yang dihadapi peternak skala kecil diantaranya : (1) lemahnya koordinasi, sinergi, dan efektivitas kebijakan agribisnis yang perlu diarahkan untuk memantapkan kelembagaan rantai pasok sehingga secara efektif dapat mendorong peningkatan kinerja agribisnis peternakan rakyat. Kebijakan tersebut mencakup aspek pasar input, budidaya, pemasaran, dan kelembagaan pengembangan rantai pasok; (2) kurangnya pemahaman tentang karakteristik dan kinerja pasar modern dan pasar konvensional yang mencakup volume kebutuhan, bentuk dan kualitas produk yang dipasarkan, kontinuitas pasokan yang diharapkan, fluktuasi dan dinamika harga, dan sumber pasokan domestik dan impor; (3) relatif terbatasnya informasi tentang kinerja kelembagaan rantai pasok, yang mencakup berbagai bentuk kelembagaan yang ada danantisipasi perbaikannya demi kepentingan pengembangan peternakan rakyat.

Dalam konteks pengembangan kelembagaan rantai pasok perlu dilakukan analisis kebijakan yang menyangkut kebijakan pasar input, budidaya, pengembangan produk, pemasaran dan perdagangan. Kebijakan tersebut dapat berpengaruh terhadap kinerja pasar modern maupun konvensional yang akhirnya berdampak terhadap kinerja di sektor produksi, atau sebaliknya mempengaruhi sektor budidaya mengikuti jalur rantai pasok sampai ke tingkat pasar akhir. Analisis kebijakan rantai pasok ini membutuhkan pendekatan dengan sasaran reorientasi kebijakan untuk mendukung pengembangan kelembagaan rantai pasok agar peternak memperoleh manfaat maksimal dari pesatnya perkembangan pasar produk peternakan.

Permasalahan lainnya yang dihadapi peternakan rakyat adalah ketersediaan dan akses terhadap bibit (DOC), obat-obatan dan vaksin, keterbatasan permodalan, ekonomi biaya tinggi, dan inefisiensi usahatani dan pemasaran komoditas.

Setiabudi (2009) mengemukakan bahwa untuk menstabilkan dan memantapkan usahaternak ayam petelur, maka peternak harus melakukan perbaikan di berbagai aspek yang mencakup aspek produksi, manajemen pengelolaan, biosekuriti dan aspek pemasaran. Dalam aspek pemasaran perbaikan yang harus dilakukan peternak adalah: (1) perbaikan kualitas produk, dimana peternak harus bisa menjaga kesegaran telur yang higienis, kualitas kulit telur, dan kualitas isi telur yang memenuhi standar; (2) perbaikan dalam pengemasan telur

yang akan dijual secara curah atau dalam kemasan kecil; (3) penanganan dalam transportasi; (4) perbaikan saluran distribusi; (5) inovasi pengembangan produk telur; (6) kampanye gizi dan promosi manfaat telur.

DUKUNGAN KEBIJAKAN DAN KELEMBAGAAN AYAM RAS PETELUR

Dukungan Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pembangunan peternakan di Jawa Barat (Dinas Peternakan Jawa Barat, 2006) diarahkan pada pengembangan komoditi yang mendukung terhadap peningkatan daya beli, dengan memperhatikan:

- (1) Aktualisasi potensi wilayah, dengan memanfaatkan potensi SDM, potensi SDA, potensi/peleluang pasar dimana jumlah penduduk tinggi dan dekat dengan ibukota DKI Jakarta, keanekaragaman ternak unggul, potensi Litbang, dan Sistem Informasi dan Teknologi;
- (2) Peningkatan skala usaha peternakan rakyat, melalui: peningkatan skala jumlah ternak sesuai skala usaha per komoditi, optimalisasi sentra produksi dan pengembangan kawasan antara lain kawasan andalan, penerapan sistem agribisnis yang ramah lingkungan berkelanjutan, pengendalian penyakit baik penyakit ternak maupun penyakit zoonosis, kemudahan untuk mengakses modal (bank, non perbankan, pemerintah, swasta, kemitraan), promosi dan pemasaran;
- (3) Peningkatan daya saing melalui peningkatan kinerja (populasi, produktivitas, dan produksi) dimana Jawa Barat merupakan produsen ternak peringkat ketiga di Indonesia;
- (4) Penanganan penyakit hewan, terutama penyakit zoonosis yang berpengaruh terhadap kondisi sosial masyarakat seperti Avian Influenza (AI).

Pemerintah Indonesia memberikan dukungan yang cukup besar terhadap perkembangan peternakan ayam ras petelur. Hal ini dibuktikan dengan dikeluarkannya beberapa kebijakan yang mengatur keberadaan dan keberlangsungan usaha peternakan ayam ras petelur dari mulai pengadaan sapronak sampai ke pemasaran. Kebijakan tersebut dilakukan dalam upaya meningkatkan pengembangan peternakan ayam ras petelur baik dari segi kualitatif maupun kuantitatif, serta dalam rangka meningkatkan pendapatan peternak dan memperluas kesempatan kerja.

Beberapa kebijakan tersebut antara lain dituangkan dalam Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor 362/kpts/TN/120/5/1990 tentang ketentuan dan tata cara pelaksanaan pemberian izin dan pendaftaran usaha peternakan. Dalam SK. Mentan tersebut dijelaskan bahwa untuk usaha peternakan yang

jumlahnya 10.000 ekor ayam petelur dewasa atau dibawahnya, maka termasuk kategori peternakan rakyat. Dalam pendiriannya, usaha peternakan rakyat ini tidak perlu izin usaha, tetapi cukup didaftarkan saja. Hal ini merupakan peluang yang dapat memicu berkembangnya agribisnis perunggasan terutama ayam ras petelur. Kemudahan dalam perizinan telah mendorong berkembangnya peternakan ayam ras petelur, yang pada akhirnya dapat memacu peningkatan konsumsi dan produksi telur ayam di Indonesia

Badan Litbang Pertanian (2005) menyebutkan bahwa peranan pemerintah juga harus memperhatikan pengelolaan pasar, utamanya untuk : (1) melindungi industri ayam dalam negeri dari tekanan persaingan pasar global yang tidak adil; (2) mencegah persaingan tidak sehat antar perusahaan; (3) pengembangan sistem pencegahan dan penanggulangan wabah penyakit menular; (4) serta dukungan pembangunan infrastruktur penunjang lainnya. Lebih lanjut dikemukakan bahwa untuk menjamin kepastian berusaha pada peternakan mandiri perlu dibuat mekanisme yang menjamin transparansi dalam hal informasi produksi DOC, biaya bahan-bahan input, serta kondisi pasar (permintaan, produksi dan harga). Transparansi dalam informasi seperti ini akan membantu peternak maupun pemerintah untuk menentukan langkah dan sikap bila terjadi kelebihan produk. Dorongan dan dukungan untuk pengembangan industri hilir, seperti pabrik tepung telur dan pabrik olahan diharapkan dapat mengatasi bila terjadi fluktuasi harga dan kelebihan pasokan yang berlebihan.

Kelembagaan Ayam Ras Petelur

Usahaternak ayam ras petelur yang berkembang di Provinsi Jawa Barat pada umumnya dilakukan melalui dua bentuk kelembagaan yaitu peternak rakyat mandiri yang memiliki skala usaha kurang dari 10.000 ekor dan peternak dengan pola perusahaan yang memiliki skala usaha lebih dari 10.000 ekor. Meski usaha ternak ayam ras petelur di Jawa Barat pada umumnya dijalankan dalam skala besar, namun peternak rakyat masih eksis di beberapa wilayah. Usaha ternak ayam ras pola rakyat dilaksanakan secara mandiri. Ketersediaan dan akses permodalan, pembelian pakan dan obat-obatan, dan pemasaran hasil ternak (telur) dilakukan secara mandiri.

Diskusi interpersonal yang dilakukan dengan manajer Pinsar (Pusat Informasi Pasar) di Jawa Barat, pada tahun 2006, didapatkan masukan bahwa usaha ternak ayam ras petelur dengan skala kecil (pola rakyat), adalah kurang efisien karena input produksi khususnya DOC (*day old chick*) dan pakan yang dibeli oleh peternak rakyat cukup tinggi. Untuk menyiasatinya, peternak rakyat umumnya menjalin kerjasama dengan salah satu perusahaan peternakan yang cukup besar untuk membeli konsentrat. Konsentrat ini kemudian dicampur sendiri dengan dedak dan bahan pakan lainnya. Alasan mencampur ransum sendiri adalah karena dedak telah tersedia dengan harga terjangkau, sehingga dapat menekan

harga pakan. Usaha mandiri peternak juga dilakukan dalam hal pemasaran, dimana peternak telah memiliki langganan pasar sendiri di pasar lokal.

Sistem Hubungan Kerja

Kegiatan usahaternak meliputi pemenuhan teknologi dan pemenuhan sarana produksi, tenaga kerja, modal, pengelolaan usaha dan pemasaran hasil. Berdasarkan tahapan kegiatan, maka pola hubungan dan kinerja kelembagaan usaha peternakan rakyat di Kabupaten Cianjur, Jabar disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hubungan Kerja Menurut Jenis Kegiatan dalam Usaha Peternakan Rakyat di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat

Jenis kegiatan	Sumber pasokan/ pelaku terkait	Keterangan
1. Pemenuhan teknologi software	- Poultry shop	- Kurang tersedia
2. Pemenuhan sarana produksi:		
a. Pakan	- Poultry shop	- Cukup tersedia
b. Obat-obatan	- Poultry shop	- Cukup tersedia
c. Vaksin/suplemen	- Poultry shop	- Cukup tersedia
3. Pemenuhan modal usaha	- Milik sendiri, Bank	- Perlu fasilitasi
4. Pemenuhan tenaga kerja	- Masyarakat sekitar	- Cukup tersedia
5. Pengelolaan usaha	- Swadaya	- Cukup mandiri
6. Pemasaran hasil	- Pengumpul, Pasar konvensional	- Cukup baik, harga fluktuatif

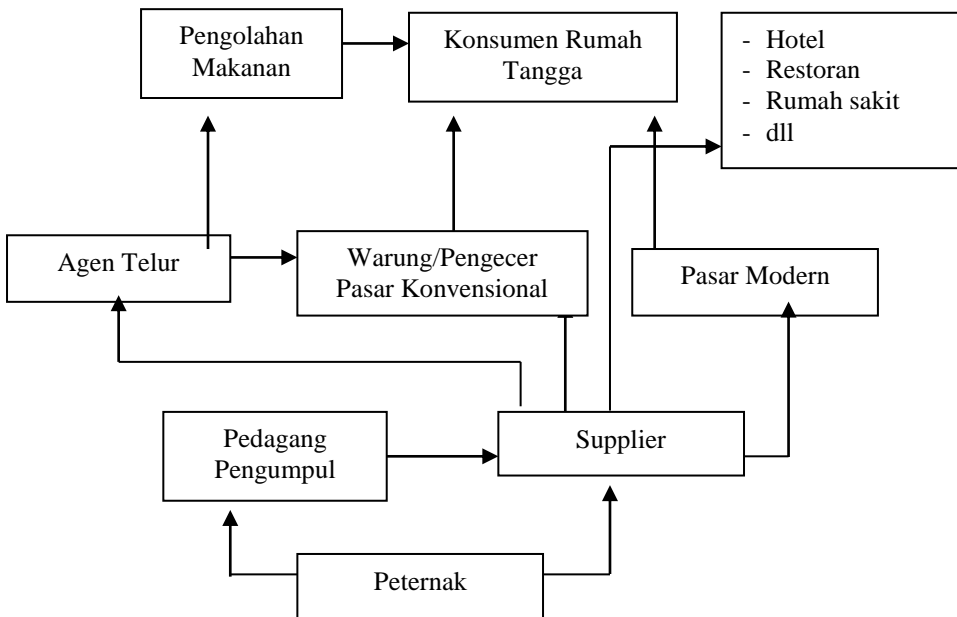
Dari Tabel 1 diketahui bahwa dalam berusaha, peternak rakyat kurang mendapatkan teknologi. Usahaternak dilakukan secara mandiri dengan sedikit pengetahuan yang mereka dapatkan dari pengalaman serta brosur yang ada di poultry shop. Pada umumnya peternak rakyat menggunakan sarana produksi seperti pakan, obat-obatan serta vaksin dari *poultry shop*, namun ada pula peternak yang membeli pakan dari peternak lain yang membuat ransum sendiri. Meskipun harganya sering berfluktuasi, namun sarana produksi tersebut cukup tersedia di poultry shop setempat. Kelembagaan finansial yang mendukung permodalan usaha dalam agribisnis usahaternak ayam petelur adalah Bank dan Poultry Shop serta modal keluarga. Pada hakekatnya usahaternak rakyat ini lebih banyak menggunakan modal sendiri.

Guna memenuhi kebutuhan tenaga kerja, peternak menggunakan tenaga upahan dari luar. Namun bagi sebagian peternak, upah tenaga kerja dinilai sangat mahal sehingga mereka menggunakan tenaga keluarga untuk memenuhi kebutuhannya. Pemasaran telur dilakukan melalui pedagang pengumpul tingkat desa atau menjual langsung ke pasar konvensional.

KELEMBAGAAN RANTAI PASOK KOMODITAS TELUR

Kelembagaan Pemasaran

Pemasaran telur oleh peternak rakyat dilakukan melalui 2 pelaku utama yaitu pedagang pengumpul dan langsung ke pedagang di pasar konvensional. Dari pedagang pengumpul, telur dijual ke pedagang pasar konvensional. Gambar 2 memperlihatkan keterkaitan antar pelaku dalam pemasaran komoditas telur ayam ras di pasar. Dalam rantai pasok ini pihak-pihak yang terlibat adalah peternak, pedagang pengumpul, agen kecil dan agen besar (grosir) yang biasanya berlokasi di pasar-pasar konvensional, pasar modern, konsumen lembaga (hotel, rumah sakit, restoran), dan pengolah makanan. Dalam menjalankan tugasnya masing-masing pelaku bekerja secara mandiri dalam suatu pola hubungan bisnis yang telah terbentuk diantara mereka.



Gambar 2. Keterkaitan Pelaku Agribisnis dalam Tata Niaga Telur Ayam Ras di Jawa Barat, 2006

Kelembagaan Pasar

Pada pasar konvensional, manajemen perolehan komoditas digerakkan oleh pedagang pengepul, grosir dan pengecer. Pada umumnya pedagang pengepul menjalin hubungan kerjasama dengan peternak rakyat. Pengepul ini menyalurkan telur ke pasar Grosir atau langsung ke Pengecer.

Pola hubungan dan kinerja kelembagaan menurut aktivitas pembelian dan penjualan yang dilakukan di pasar konvensional menunjukkan bahwa pembelian oleh pedagang grosir dilakukan langsung dari peternak perusahaan dan dari pedagang pengumpul. Sementara itu pengecer melakukan pembelian langsung pada pedagang grosir dengan akses secara fisik dan harga relatif mudah dan lancar. Keterkaitan yang terjadi pada pelaku di pasar konvensional bersifat positif dan merasa diperlakukan adil khususnya dalam hal pembagian keuntungan, karena pembentukan harga dilakukan berdasarkan mekanisme pasar yang dipengaruhi oleh mekanisme penawaran dan permintaan. .

Pembelian telur di pasar modern dilakukan oleh Grosir atau Rekanan (Supplier) melalui sistem kontrak kerja dengan persyaratan yang harus disepakati oleh kedua belah pihak. Pada beberapa pasar modern seperti supermarket, perjanjian kontrak kerja tidak terlalu mengikat. Dalam kontrak kerja, pihak pasar modern memberikan persyaratan yang harus dipenuhi oleh Suplier. Selama persyaratan ini masih dipenuhi oleh *supplier*, keterkaitan secara fungsional berjalan secara baik dan lancar. Untuk produk telur curah, tidak ditemui adanya masalah. Namun untuk produk telur eksklusif, karena pembelinya relatif terbatas, maka partisipasi pasar modern kelas sedang dalam penjualan produk ini juga relatif terbatas.

Hubungan bisnis tersebut dinilai tepat waktu dan volume, selama pihak pemasok dapat memenuhi pasokannya sesuai dengan kriteria yang dipersyaratkan pihak pasar modern. Konsumen pasar modern dengan kelas supermarket sebagian besar adalah dari kalangan rumah tangga. Dilihat dari keterkaitan secara fungsional hubungan antara pihak pasar modern dan rekanan dinilai positif, dan secara institusional, hubungan kedua belah pihak dinilai proporsional.

Revitalisasi pasar modern komoditas telur agar difokuskan pada pengembangan telur packing plus untuk supermarket yang ada di tingkat kabupaten. Pada supermarket antar kabupaten tampak perbedaan spesifikasi dalam penawaran jenis telur ini. Sebagai contoh pada supermarket di Bandung, jenis telur packing plus sangat beragam, sementara di kabupaten Cianjur, telur jenis ini belum banyak ditawarkan.

Kinerja Pelaku Pasar

Pelaku pasar dalam perdagangan telur ayam ras terdiri dari pedagang pengepul, pedagang pasar konvensional baik pengecer maupun grosir, dan suplier pasar modern. Pada peternak rakyat, peran pengepul sangat penting karena kepada pedagang inilah sebagian besar peternak rakyat menjual hasil produksinya. Kerjasama antara pengepul dengan peternak mencakup masalah harga, kualitas barang maupun pembayaran. Pembentukan harga antara pengepul dengan peternak dilakukan melalui negosiasi, meskipun dalam praktek peternak tetap saja sebagai penerima harga (*price taker*), sehingga nilai tambah yang diterima peternak relatif

kecil. Kondisi ini tidak terlepas dari dominansi peran pedagang dalam penentuan harga, dan adanya kebiasaan petani yang membutuhkan uang tunai, sehingga posisi tawar peternak relatif lemah.

Kinerja perdagangan telur ayam ras peternakan rakyat di Jawa Barat (tingkat dan stabilitas harga) sangat ditentukan oleh ketersediaan telur di Jakarta. Apabila jumlah pasokan telur, khususnya dari Jawa Timur sangat banyak, maka harga telur di tingkat peternak maupun pedagang di Jawa Barat mengalami penurunan, sehingga berdampak terhadap tingkat keuntungan yang diperoleh. Jawa Timur menguasai pangsa pasar telur yang sangat besar di pasar-pasar Jakarta (Daud dan Arief, 2001). Kuatnya dominasi produsen telur Jawa Timur tidak hanya terjadi di Jakarta saja melainkan juga di wilayah Bandung dan sekitarnya. Keadaan ini mengindikasikan bahwa peternak ayam petelur di Jawa Barat tidak memiliki kapasitas produksi dan tingkat efisiensi serta daya saing yang memadai untuk memenangkan persaingan pasar dengan mengisi kesenjangan permintaan di pasar Bandung dan Jakarta.

Pola hubungan dan kinerja kelembagaan dalam perdagangan telur ayam ras melibatkan peternak, pedagang pengumpul, grosir dan pengecer, konsumen lembaga (restoran, hotel dan rumah sakit) dan konsumen rumah tangga. Hubungan antar pelaku terkait dengan aspek pembelian dan penjualan memiliki kinerja yang positif, yaitu tepat harga dan tepat waktu. Keterkaitan fungsional antara pedagang dengan peternak dinilai cukup baik dan positif, demikian juga keterkaitan institusional cukup adil dan proporsional.

Kelembagaan Industri Pengolah

Telur merupakan bahan baku industri makanan. Hubungan kerja antara industri pengolah dengan pemasok bahan baku (khususnya telur), dilakukan dengan grosir atau suplier. Kontrak kerja dapat dilakukan melalui perjanjian kontrak. Hubungan kerja berjalan dengan baik, dimana pemasok memberikan pelayanan secara tepat waktu dengan mutu yang telah ditentukan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi ketersediaan telur dalam industri makanan ini antara lain:

1. Teknis.--Salah satu bahan baku utama dari pembuatan kueh adalah telur. Ketersediaan telur sebagai bahan baku utama tidak masalah bagi perusahaan. Hal ini karena telur sebagai bahan pokok memiliki ketersediaan yang cukup dan mudah diakses. Jadi suplier selalu dapat menyediakan pesanan (telur) dengan tepat waktu dan dengan kualitas yang baik.
2. Ekonomis. --Dilihat dari sisi ekonomi, ketersediaan telur dipengaruhi oleh harga. Harga telur sebagai bahan baku sangat berfluktuatif dari hari ke hari. Hal ini cukup mengganggu dalam pengelolaan industri makanan berbahan baku telur, karena harga makanan dijaga agar tetap stabil. Dengan demikian

fluktuasi harga telur akan berpengaruh terhadap tingkat keuntungan yang diperoleh industri makanan. Kenaikan harga jual makanan akan dilakukan apabila terdapat kenaikan harga bahan baku yang cukup berpengaruh.

3. Sosial.--Laju pemasaran makanan berbahan dasar telur sangat dipengaruhi oleh hari hari besar maupun hari libur seperti hari Sabtu maupun Minggu. Penjualan kue seperti brownis kukus di Bandung bisa meningkat dua kali dari hari hari biasa. Demikian juga pada hari Lebaran, Natal, Tahun Baru, Lebaran Imlek penjualan bisa meningkat hingga dua kali hari biasa. Strategi dan momentum ini digunakan oleh pengusaha makanan untuk mengkompensasi harga dan tingkat keuntungan di saat harga telur sebagai bahan baku relatif tinggi.

Permasalahan pokok yang dihadapi industri pengolah berbahan baku telur adalah harga bahan baku yang fluktuatif, sementara itu harga pangan (kue) harus dijaga tetap konstan/stabil, kecuali harga yang cenderung fluktuatif, namun dari aspek ketersediaan komoditas telur ini relatif mudah didapatkan di peternak, pedagang grosir, atau di pasar eceran. Keragaan dan permasalahan industri pengolah berbahan baku telur di Jawa Barat ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Keragaan dan Permasalahan Industri Pengolah Berbahan Baku Telur di Jawa Barat, 2006

Deskripsi	Keragaan dan Permasalahan
1. Ketersediaan bahan baku/bahan pendukung	- Mudah didapat, tidak masalah
2. Harga bahan baku/bahan pendukung	- Fluktuatif, sehingga menyulitkan dalam pengelolaan usaha
3. Permodalan usaha	- Bank, prosedur relatif mudah, suku bunga terjangkau
4. Biaya pemasaran	- Pengecer langsung ambil di toko
5. Permintaan / volume penjualan	- Tidak masalah, bahkan dari tahun ke tahun meningkat terus
6. Daya beli konsumen/harga jual/ sistem pembayaran	- Daya beli cukup tinggi, sistem pembayaran <i>cash and carry</i>
7. Tingkat keuntungan/ keberlanjutan usaha	- Optimis, terus berlanjut.

Kelembagaan Konsumen Lembaga

Telur merupakan salah satu bahan baku utama masakan yang sangat dibutuhkan oleh konsumen lembaga seperti rumah makan, hotel maupun rumah sakit. Untuk dapat masuk dalam konsumen lembaga tersebut diperlukan persyaratan baik mutu maupun prosedur administrasi. Oleh karena itu pada umumnya pihak lembaga melakukan hubungan kelembagaan rantai pasok dengan sumber pasokan.

Komoditas telur merupakan bahan baku atau bahkan menu utama hidangan rumah sakit di Bandung. Komoditas ini dapat disajikan secara utuh dalam bentuk telur jadi atau dapat pula sebagai bahan campuran. Persyaratan utama sebagai pemasok untuk rumah sakit adalah kontinuitas volume pasokan dan kualitas telur. Sumber pasokan telur ke rumah sakit adalah suplier dan grosir telur.

Mekanisme pengadaan dilakukan melalui tender (kontrak) dengan harga penawaran berdasarkan harga terendah di pasar konvensional. Oleh karena itu kinerja sumber pasokan harus memenuhi syarat yaitu tepat dari sisi waktu, administrasi, harga dan kualitas. Secara fungsional kinerja keterkaitan dalam hal pembelian dan penjualan telur cukup positif bagi kedua belah pihak. Hal ini karena setiap ada permasalahan selalu dimusyawarahkan. Keterkaitan institusional kedua belah pihak didasari atas prinsip proporsional dan saling menguntungkan kedua belah pihak yang dituangkan dalam kontrak kerja.

Mutu ataupun kualitas telur juga merupakan salah satu persyaratan yang diajukan oleh rumah sakit. Spesifikasi telur yang diminta adalah segar, kulit bersih, ukuran \pm 15-16 butir/kg, tidak busuk, warna coklat muda. Guna menjaga kualitas barang, pihak rumah sakit mengecek langsung kondisi barang dan kualifikasi pasokan. Bila terdapat persyaratan yang tidak dipenuhi, suplier wajib untuk menggantinya. Kebutuhan telur per bulan diperkirakan sebanyak 2100 kg. Pada kasus lain yaitu di rumah sakit kelas menengah (Tipe B), jumlah telur yang dibutuhkan setiap bulan berkisar 400-600 kg.

Senada dengan rumah sakit, konsumen lembaga seperti hotel dan restaurant memiliki standar mutu untuk jenis barang yang dibutuhkan. Sebagai ilustrasi hotel bintang tiga di Jawa Barat mensyaratkan spesifikasi telur yang dibutuhkan berukuran 16 – 17 butir/kg. Kebutuhan rata-rata adalah 15-30 kg/hari, dengan kebutuhan relatif tinggi pada hari-hari libur dan hari-hari besar.

Konsumen lembaga seperti rumah makan atau restoran, pada umumnya telur hanya dipakai sebagai campuran masakan. Oleh karena itu jumlah yang dibutuhkan tidak terlalu banyak. Spesifikasi telur yang dibutuhkanpun tidak sedetil pada hotel ataupun rumah sakit. Terdapat kecenderungan bahwa rumah makan dengan kategori warteg membutuhkan telur lebih banyak, telur digunakan bukan sebagai campuran atau bahan baku masakan lain, tetapi sebagai makanan jadi atau lauk pauk utama.

ANTISIPASI KELEMBAGAAN INTRODUKSI RANTAI PASOK PETERNAKAN RAKYAT

Bagi peternak skala kecil dan mandiri, pemenuhan sarana produksi dilakukan dengan menjalin hubungan bisnis dengan *poultry shop* atau pedagang input pakan dan obat-obatan. Keterkaitan fungsional dalam pemenuhan sarana

produksi bersifat netral, yaitu sebatas hubungan bisnis. Namun demikian dari sisi keterkaitan secara institusional, peternak berada dalam posisi lemah dan dirugikan dengan adanya fluktuasi harga pakan dan DOC, sehingga menyulitkan peternak dalam perencanaan dan pengelolaan usaha.

Kebijakan yang dapat disarankan adalah membangun organisasi komunikasi yang dapat menggerakkan simpul simpul agribisnis secara terintegrasi baik horizontal maupun vertikal, serta memiliki azas kebersamaan. Simpul yang perlu dikendalikan Pemerintah Daerah, yang dalam hal ini adalah Dinas Peternakan Provinsi, adalah pengendalian produksi atau ketersediaan DOC, penimbunan pakan maupun telur oleh perusahaan ataupun pedagang besar.

Kelembagaan finansial yang mendukung kebutuhan modal bagi peternak rakyat adalah dari modal sendiri, keluarga, dan toko sapronak. Beberapa peternak rakyat pola mandiri mengandalkan sumber permodalan dari pihak Bank. Bagi peternak rakyat dengan skala usaha kecil, mengandalkan dana pinjaman dari Bank sangat berisiko tinggi, karena bila terjadi kegagalan usaha, dikhawatirkan akan terjadi penyitaan aset produktif peternakan.

Pasar telur ayam ras masih didominasi oleh pasar konvensional, sementara pasar modern lebih ke arah pengembangan ragam produk telur yang berkualitas dengan penambahan berbagai vitamin dan mineral dengan kemasan mewah. Peternak skala kecil mengalami kesulitan untuk dapat akses kepada pasar modern.

Dalam kondisi struktur industri perunggasan yang bersifat oligopoli, peternak bersifat penerima harga pada pasar input dan output peternakan ayam ras. Hubungan fungsional dan institusional yang tidak kondusif ini perlu dibenahi dan perlu adanya kebijakan keberpihakan pada peternak skala kecil

Dalam perspektif revitalisasi peternakan rakyat ayam ras petelur di Jawa Barat dibutuhkan keberpihakan kebijakan sebagai berikut : (1) peningkatan efisiensi usaha peternakan rakyat melalui revitalisasi program penyuluhan peternakan dalam perspektif peningkatan kemampuan manajemen peternak; (2) jaminan ketersediaan dan akses teknologi peternakan (feeding, breeding, dan manajemen) bagi peternakan rakyat dalam rangka peningkatan kapasitas produksi dan produktivitas usahaternak; (3) jaminan ketersediaan dan akses bahan baku pakan lokal seperti jagung dan dedak padi, sehingga memungkinkan bagi peternak untuk menyusun ransum sendiri dengan tingkat harga yang lebih murah ; (4) perbaikan struktur industri, struktur pasar dan pembentukan harga dengan sasaran perbaikan tingkat dan stabilitas harga yang menguntungkan bagi peternakan rakyat ; dan (5) pengembangan jejaring dan kelembagaan pemasaran sehingga dimungkinkan bagi kelompok ternak untuk melakukan negosiasi atau kontrak pemasaran langsung dengan pasar modern, disamping pengembangan pasar konvensional dengan manfaat sebesar-besarnya bagi peternakan rakyat.

PENUTUP

Rantai pasok telur ayam ras dan kelembagaan antar pelaku yang terkait mencakup beberapa kategori dengan orientasi pasar konvensional, pasar modern, konsumen lembaga, dan industri pangan. Keempat rantai pasok bersifat komplementer dan berkembang secara paralel sesuai dengan dinamika pasar. Rantai pasok dengan orientasi pasar konvensional bersifat dominan, sementara ketiga rantai pasok lainnya semakin bertumbuh dan berkembang. Melalui bantuan teknis dan manajemen pemasaran dari pemerintah, yang dalam hal ini Dinas Peternakan Provinsi Jawa Barat, peternak rakyat mandiri diharapkan dapat memiliki potensi dan kapasitas untuk akses terhadap pasar non-konvensional maupun pada konsumen lembaga.

Pemerintah Daerah diharapkan dapat memberikan kebijakan insentif bagi peternakan rakyat melalui penguatan modal usaha dengan bunga rendah. Penghargaan bagi peternakan rakyat yang mampu mengembangkan usahanya dengan menggunakan sumber daya lokal serta memperhatikan kaidah biosekuriti diharapkan dapat mendorong minat peternak dalam mengembangkan usahanya kearah yang lebih baik.

Keterkaitan fungsional atas azas manfaat (tepat volume, kualitas, dan harga) serta keterkaitan institusional dengan prinsip dasar keadilan pembagian nilai tambah antar pelaku dalam rantai pasok dinilai berjalan cukup baik. Pemerintah dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan kapasitas dan akses peternak skala kecil terhadap keempat jenis pasar yang ada melalui pengembangan segmentasi pasar ekspor bagi peternak skala perusahaan dan pengembangan program kemitraan dan pembinaan peternak skala kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Litbang Pertanian. 2005. Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Unggas. Badan Litbang Pertanian, Departemen Pertanian. Jakarta.
- Birmingham University dan MCL. 2004. Business Relationship Optimization in the Red Meat Supply Chain in Great Britain. MCL Economics and Red Meat Industry Forum (RMIF). www.rmif.org.uk.
- Daryanto, A. 2009. Dinamika Daya Saing Industri Peternakan. IPB Press. Bogor.
- Daud, A.R. dan H. Arief. 2010. Kajian Ekonomi Wilayah dan Kelembagaan Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Kabupaten Tasikmalaya. <http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2010/07>.
- Dinas Peternakan Provinsi Jawa Barat. 2006. Laporan Tahunan 2005. Dinas Peternakan Provinsi Jawa Barat.

- Harland. 1996. [http://en. Wikipedia.org/wiki/Supply_chain_management](http://en.Wikipedia.org/wiki/Supply_chain_management)
- Irghandi, R. 2008. Manajemen Rantai Pasok. Indoskripsi: Kumpulan Skripsi Online Full Content.
- Setiabudi, P. 2009. Prospek Usaha Ayam Petelur di Indonesia. Poultry Indonesia. Volume IV.Maret 2009, Jakarta.
- Taryoto, A.H. 1995. Analisis Kelembagaan dalam Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Prosiding Pengembangan Hasil Penelitian. Kelembagaan dan Prospek Pengembangan Beberapa Komoditas Pertanian (Editor: Andin H Taryoto, dkk.). Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.