

# POLA PERDAGANGAN MASUKAN DAN KELUARAN USAHA TERNAK AYAM RAS<sup>1)</sup>

Oleh:

Imas Nur'Aini<sup>2)</sup>

## Abstrak

Usaha peternakan ayam ras yang telah berkembang dengan pesat ternyata tidak disertai dengan perkembangan pemasaran yang baik. Suatu penelitian yang umumnya bersifat deskriptif telah dilakukan dalam usaha membakukan pola pemasaran masukan dan keluaran usaha ternak. Lokasi penelitian dilakukan di daerah Jabotabek, Jawa Barat yang dianggap sebagai sentra produksi peternakan ayam. Hasil penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa pola perdagangan yang ada sekarang ini tidak menunjang perkembangan usaha peternak skala kecil. Pengorganisasian kembali sangat diperlukan terutama dalam hal meningkatkan peranan pemerintah dalam hal membina koperasi pemasaran.

## Pendahuluan

Perkembangan peternakan ayam ras di Indonesia dari tahun 1969 sampai tahun 1980 menunjukkan angka yang terus meningkat. Sebagai gambaran, populasi ayam ras telah meningkat dari 688 000 ekor menjadi 7 638 000 ekor atau sekitar 11 kali lipat, sedangkan produksi telurnya meningkat dari 4 200 ton menjadi 55 000 ton, atau sekitar 13 kali lipat. Produksi telur di Jawa Barat pada tahun 1980 mencapai 60.74 persen dari seluruh produksi telur di Indonesia.

Perkembangan peternakan ayam ras ini mengalami dua tahap. Pada tahap awal, didominasi oleh usaha keluarga yang dikenal dengan nama *back yard poultry farming*, sedangkan pada tahap selanjutnya usaha ini telah menarik perhatian para pengusaha besar, baik pengusaha domestik maupun asing. Keadaan tersebut di lain pihak cukup menggembirakan karena selain dapat meningkatkan produksi telur dan daging, juga dapat memperluas lapangan kerja. Tetapi di pihak lain telah menimbulkan dampak negatif, dimana terjadi persaingan antara pengusaha skala kecil dan pengusaha skala besar dalam usaha mendapatkan masukan dan memasarkan keluarannya.

Untuk mengatasi hal tersebut di atas maka pada bulan Nopember 1981, telah dikeluarkan Keputusan Presiden yang berisi: (1) penciptaan

usaha ternak unggas skala besar, (2) memanfaatkan Bulog dalam menjaga stabilitas harga masukan dan keluaran usaha, serta penyaluran kredit. Keputusan ini bertujuan untuk menata kembali sistem perunggasan di Indonesia dalam bentuk usaha rakyat. Dengan adanya Kepres ini diharapkan kesempatan kerja dan pendapatan akan menyebar lebih merata.

Harapan ini akan dapat diwujudkan apabila kebijaksanaan tersebut dapat direalisasikan dengan lancar. Tetapi pada prakteknya, sering dijumpai kendala, yang kadang-kadang sulit untuk ditanggulangi. Melihat kenyataan tersebut maka perlu diadakan penelitian yang bertujuan mengidentifikasi permasalahan yang timbul, khususnya dalam pola perdagangan masukan dan keluaran yang berlaku sekarang, dan perkembangan konsumsi hasil unggas terutama pada usaha ternak skala kecil.

<sup>1)</sup> Naskah ini merupakan suntingan dari laporan hasil penelitian "Pola Perdagangan Masukan Utama dan Keluaran Usaha Ternak Ayam Ras Serta Perkembangan Konsumsi Hasil Unggas di Wilayah Jabotabek", yang dilakukan oleh Fakultas Peternakan Universitas Pajajaran bekerjasama dengan Pusat Penelitian Agro Ekonomi, 1983.

<sup>2)</sup> Staf Peneliti Pada Pusat Penelitian Agro Ekonomi, Badan Litbang Pertanian.

## Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey di daerah Bogor, Tangerang dan Bekasi dengan asumsi bahwa ketiga kota tersebut: (1) Merupakan pusat sebagian besar populasi ayam ras, (2) Cukup banyak terdapat usaha ternak ayam ras skala kecil, usaha pembibitan, dan industri ransum, (3) Merupakan pintu gerbang dari Jawa Barat ke pusat konsumen di DKI Jakarta.

Responden peternak dan poultry shop pada penelitian ini diambil dengan cara acak lengkap sederhana dengan perincian sebagai berikut:

- (a) Peternak yang memelihara ayam petelur dengan produksi  $\leq 5.000 = 61$  peternak.
- (b) Peternak yang memelihara ayam petelur dengan produksi  $> 5.001 = 33$  peternak.
- (c) Peternak yang memelihara ayam pedaging dengan produksi  $\leq 750$  ekor/minggu = 69 peternak.
- (d) Peternak yang memelihara ayam pedaging dengan produksi  $> 751$  ekor/minggu = 31 peternak.
- (e) **Poultry shop** 32 buah (19 buah di Bogor, 3 buah di Bekasi dan 10 buah di Tangerang).

Responden pedagang dan pembibit dipilih secara *purposive*, sebagai berikut:

- a. Pedagang dengan keluaran usaha ternak unggas = 31 orang.
- b. Koperasi (KUD) = 17 buah.
- c. Industri makanan ayam = 4 buah.
- d. Peternak ayam ras pembibitan/*breeder* = 11 buah.

Selain itu dilakukan pula suatu studi khusus untuk mempelajari perkembangan konsumsi. Contoh yang diteliti merupakan rumah tangga yang dipilih secara sengaja sebagai berikut:

1. Rumah tangga yang warganya berpendapatan tinggi.
2. Rumah tangga yang warganya berpendapatan menengah.
3. Rumah tangga yang warganya berpendapatan rendah.

Pengambilan data ini dilakukan dengan dua pendekatan yaitu dengan wawancara dan menggunakan data sekunder. Pengumpulan datanya dilakukan pada bulan Januari - Juli 1983.

Analisa data umumnya dilakukan secara deskriptif. Khususnya untuk melihat konsumsi dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya

digunakan alat analisa regresi sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_7 X_7$$

dimana:

Y = konsumsi daging unggas,  $X_1$  = tidak sekolah,  $X_2$  = Sekolah Dasar,  $X_3$  = Sekolah Lanjutan Pertama,  $X_4$  = Sekolah Lanjutan Atas,  $X_5$  = Sarjana Muda,  $X_6$  = Jumlah Keluarga, dan  $X_7$  = pendapatan/kapita/tahun, yang dihitung dalam ratusan ribu rupiah.

## Profil Usaha Ternak Ayam Ras

### *Jumlah peternak ayam ras*

Pada tahun 1981/1982 sekitar 88.5 persen dari peternak ayam ras pedaging di Jawa Barat berada di daerah Bogor dan Tangerang, dimana sebagian besar peternak ayam ras pedaging mempunyai skala usaha  $> 750$  ekor. Sedangkan peternak ayam ras pedaging dengan skala usaha  $\leq 750$  ekor yang ada di Bogor 5.35 persen, di Tangerang 7.59 persen dan di Jawa Barat 7.58 persen. Jumlah peternak ayam ras petelur di Bogor, Tangerang dan Bekasi hanya 732 peternak atau 19.31 persen dari peternak ayam ras petelur di Jawa Barat, tetapi persentase dengan skala usaha di atas 5 000 ekor ternyata cukup tinggi, begitu juga jumlahnya dibandingkan dengan peternak broiler yang skala usahanya di atas 750 ekor per minggu (Tabel 1).

### *Populasi ternak*

Tabel 2 menunjukkan bahwa pada tahun 1981/1982, populasi ayam pedaging sebagian besar berada di Jawa Barat (81.79 persen). Secara berurutan populasi terbesar terdapat di Bogor (42.9 persen), kemudian Tangerang (31.18 persen) dan akhirnya Bekasi (7.62 persen).

Populasi ayam ras petelur di daerah penelitian mencapai 57.06 persen dari populasi ayam ras petelur di Jawa Barat. Di antara ketiga daerah penelitian yang terbanyak adalah di Tangerang (37.11 persen), diikuti oleh Bogor (17.41 persen) dan yang terendah di Bekasi (2.55 persen).

Tabel 1. Jumlah peternak ayam ras pedaging dan ayam ras petelur di Daerah Penelitian dan di Jawa Barat, tahun 1981/1982

Nama Daerah	Jumlah peternak ayam pedaging menurut Skala usaha		Jumlah	Jumlah peternak ayam petelur menurut Skala usaha		Jumlah
	> 750 ekor	≤ 750 ekor		> 5000 ekor	≤ 5000 ekor	
	Bogor	30 (25.2)		530 (36.5)	560	
Tangerang	63 (52.9)	767 (52.9)	830	78 (40.4)	57 (1.5)	135
Bekasi	t.a (—)	t.a (—)	—	21 (10.9)	16 (0.4)	37
Jumlah	93 (78.15)	1297 (89.4)	1390 (88.6)	129 (66.8)	603 (16.3)	732 (19.3)
Jawa Barat	119	1451	1570	193	3698	3791

Keterangan: t.a = tidak ada data; angka dalam kurung adalah persentase.

Sumber: Dinas Peternakan Bogor, Tangerang, Bekasi dan Jawa Barat 1981/1982.

Tabel 2. Populasi ternak ayam pedaging dan ayam petelur di daerah penelitian dan di Jawa Barat, tahun 1981/1982

Nama Daerah	Jumlah Ayam Pedaging		Jumlah Ayam Petelur	
	Ekor	% dari Jawa Barat	Ekor	% dari Jawa Barat
Bogor	1 291 077	42.99	1 363 977	17.41
Tangerang	936 128	31.18	2 906 333	37.11
Bekasi	228 886	7.62	199 910	2.55
Jumlah	2 456 091	81.79	4 470 220	57.06
Jawa Barat	3 002 699	100.00	7 833 843	100.00

Sumber: Dinas Peternakan Bogor, Tangerang, Bekasi dan Jawa Barat, tahun 1981/1982.

## Perkembangan usaha ternak ayam ras

### Populasi ayam ras

Hasil penelitian (Tabel 3) menunjukkan bahwa pada tahun 1980/1981 dan tahun 1981/1982 populasi ayam ras pedaging di Bogor melonjak sangat tajam, di Bekasi meningkat dalam tingkat yang sedang dan Tangerang rendah sekali, sedangkan pada tahun 1982/1983 keadaannya menurun kembali.

Untuk ayam petelur di daerah Bogor tampak penurunan secara drastis, sedangkan di Tangerang dan Bekasi mula-mula meningkat kemudian menurun. Rendahnya tingkat penurunan populasi ini kemungkinan disebabkan masa penciutan usaha akibat Kepres 50/81 yang masih belum berakhir, tapi adanya usaha penciutan skala usaha tidak dimaksudkan untuk menurunkan populasi. Data ini cukup memperlihatkan bahwa populasi

dengan singkat dapat mengalami fluktuasi, akibat tidak stabilnya tatalaksana usaha ternak ini.

Tabel 3. Populasi ternak ayam ras di daerah penelitian pada tahun 1980/1981 s/d 1982/1983

Daerah penelitian dan jenis komoditi	1980/81	1981/82	1982/83
<b>Ayam Ras Pedaging</b>			
Bogor	51 000	1 291 077	t.a
Tangerang	934 967	936 128	710 590
Bekasi	20 900	228 886	104 800
<b>Ayam Ras Petelur</b>			
Bogor	2 199 720	1 363 977	t.a
Tangerang	1 324 411	2 906 333	2 080 021
Bekasi	75 900	199 910	150 052

Keterangan: t.a. = tidak ada data.

Sumber: Dinas Peternakan, Bogor, Tangerang, Bekasi.

## Jumlah peternak ayam ras

Tabel 4. Jumlah peternak ayam pedaging dan ayam petelur di daerah penelitian tahun 1981/82 dan tahun 1982/83

Jenis komoditi	Skala usaha	Kota	1981/82	1982/83
Pedaging	> 750	Bogor	30	t.a
		Tangerang	63	30
		Bekasi	t.a	t.a
	≤ 750	Bogor	530	t.a
		Tangerang	767	—
		Bekasi	t.a	87
Petelur	> 5000	Bogor	30	t.a
		Tangerang	78	51
		Bekasi	21	6
	≤ 5000	Bogor	530	t.a
		Tangerang	57	9
		Bekasi	16	12

Sumber: Dinas Peternakan Bogor, Tangerang, Bekasi.

Keterangan: t.a. = tidak ada data.

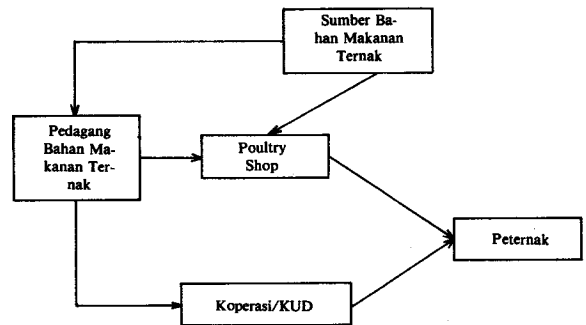
Pada tabel 4 secara umum dapat dilihat bahwa setelah tahun 1981/82 terjadi penurunan pada usaha ternak ayam. Ini menunjukkan adanya indikasi bahwa penciutan skala usaha besar, tidak segera diimbangi oleh pengembangan skala usaha kecil. Penurunan skala usaha kecil terjadi karena rangsangan harga keluaran yang rendah pada tahun tersebut, sehingga menyulitkan peternak kecil.

## Pola Perdagangan Masukan

### Bahan makanan ternak

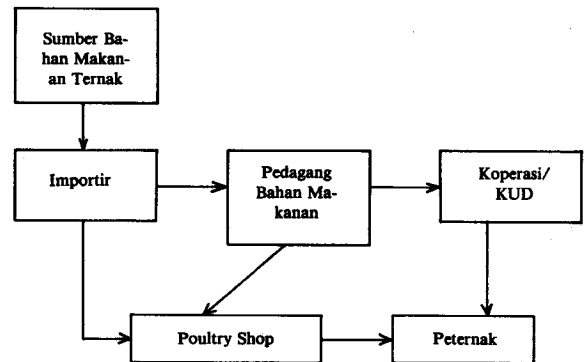
Bahan makanan ternak terdiri atas jagung, dedak, bungkil kacang tanah, bungkil dan mineral. Bahan makanan ini merupakan bahan baku ransum ternak khususnya. Pengadaan sebagian jenis bahan makanan ternak masih tergantung dari luar negeri, seperti jagung, tepung ikan dan kacang kedelai.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa jalur tata niaga bahan makanan ternak asal dalam negeri sampai pada peternak adalah seperti tertera pada Gambar 2. Ternyata jalur tata niaga asal luar negeri berbeda dibandingkan dengan jalur tata niaga bahan makanan asal dalam negeri.



Gambar 1. Jalur Tataniaga Bahan Makanan Ternak Dari Sumber di dalam Negeri ke Peternak.

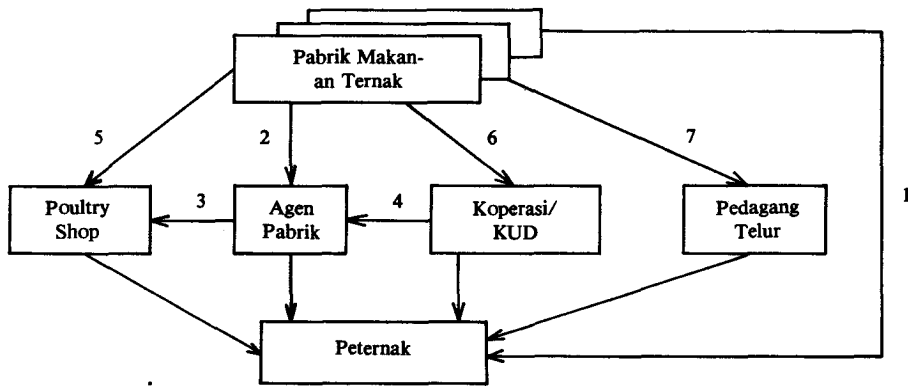
Kedudukan poultry shop dan Koperasi/KUD dalam jalur tata niaga ini relatif sulit, terutama sebagai penyalur bahan makanan ternak yang berasal dari luar negeri (Gambar 2). Kondisi ini disebabkan kemampuan yang ada pada kedua lembaga ini relatif lemah untuk bertindak sebagai importir atau pedagang besar.



Gambar 2. Jalur Tataniaga Bahan Makanan Ternak Dari Sumber di Luar Negeri ke Peternak.

### Ransum ternak

Ransum ternak adalah keluaran dari pabrik atau toko makanan ternak yang akhirnya dijual pada peternak. Porsi terbesar produksi ransum dihasilkan oleh pabrik ransum. Pola perdagangan makanan ternak ini dari pabrik sampai peternak tertera pada Gambar 3.

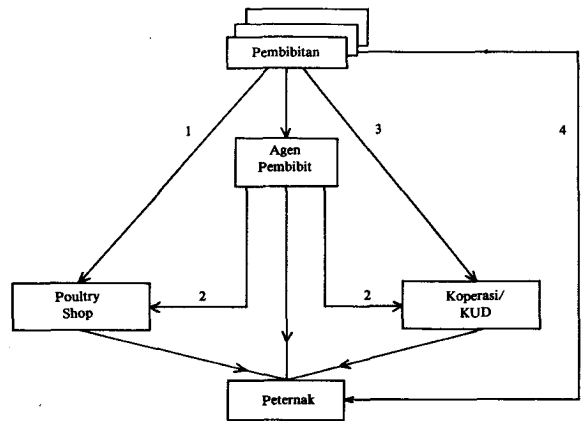


Gambar 3. Pola Perdagangan Ransum Jadi di Daerah Penelitian.

Pada gambar 3 jelas terlihat bahwa ada 7 jalur tataniaga makanan ternak. Tetapi jalur yang paling banyak dimanfaatkan peternak ada hubungannya dengan skala usaha (Tabel 5). Secara umum jalur (5), (3) dan (2) paling banyak dimanfaatkan, terutama bagi peternak kecil. Jelaslah bahwa peternak umumnya menggantungkan diri justru pada lembaga tataniaga yang mempunyai posisi yang relatif lemah.

#### Anak ayam

Anak ayam merupakan masukan utama disamping makanan ternak, tetapi merupakan keluaran dari perusahaan pembibitan. Jalur pemasaran anak ayam ini juga melalui poultry shop, Koperasi/KUD, ayam pembibitan dan pembibitan (Gambar 4). Jalur yang paling banyak digunakan peternak adalah poultry shop dan Agen Pembibitan. Sedangkan koperasi peranannya masih sangat rendah. Sehingga ketergantungan peternak pada koperasi sangat kecil.



Gambar 4. Pola Pemasaran DOC di Daerah Penelitian Tahun 1982.

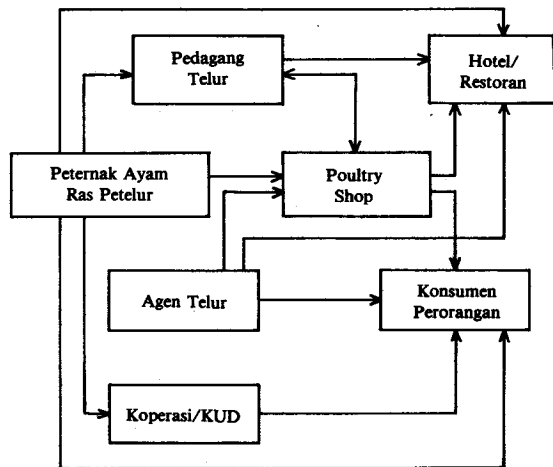
Tabel 5. Komposisi peternak di daerah penelitian berdasarkan tempat membeli ransum, tahun 1982

Jenis Peternak	Jumlah Peternak Berdasarkan Tempat Membeli Ransum (%)					Total
	Poultry shop	Koperasi/KUD	Agen Pabrik	Grosir telur	Sumber lain	
Petelur > 5 000 ekor	27.27	—	27.27	3.03	42.42	100
Petelur ≤ 5 000 ekor	63.93	—	18.03	1.64	16.39	100
Pedaging > 750 ekor/mg	35.48	3.23	54.84	—	6.45	100
Pedaging ≤ 750 ekor/mg	60.87	7.25	14.49	—	17.39	100

## Pola Perdagangan Keluaran

### Telur

Pola perdagangan telur dari peternak kecil pada 3 (tiga) daerah penelitian umumnya berbentuk sebagai tertera pada Gambar 5.



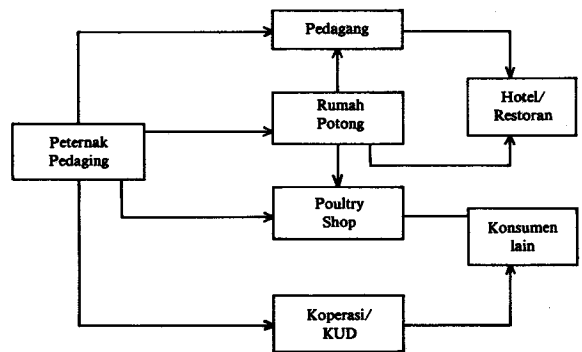
Gambar 5. Pola pemasaran telur dari Usaha Ternak Ayam Ras Petelur  $\leq 5\ 000$  ekor, di daerah Penelitian.

Bila dibandingkan dengan pola perdagangan peternak telur skala besar ( $> 5\ 001$  ekor), ternyata secara keseluruhan pola perdagangan skala kecil jauh lebih kompleks. Hal ini disebabkan perusahaan peternakan ayam ras petelur skala besar ( $> 5\ 000$  ekor) dalam struktur organisasinya, umumnya memiliki manajer pemasaran, karena volume produk yang dihasilkan cukup tinggi. Keadaan ini mengakibatkan pola perdagangan dari peternak skala besar sampai di konsumen relatif lebih mudah.

Dalam hal ini koperasi mempunyai peranan yang penting menggantikan posisi peternak skala besar, tetapi dilain pihak koperasi harus bersaing dengan Agen Telur dan Poultry shop.

### Daging

Pola perdagangan daging ayam hasil produksi peternak dengan skala usaha kecil pada umumnya adalah sebagai berikut (Gambar 6).



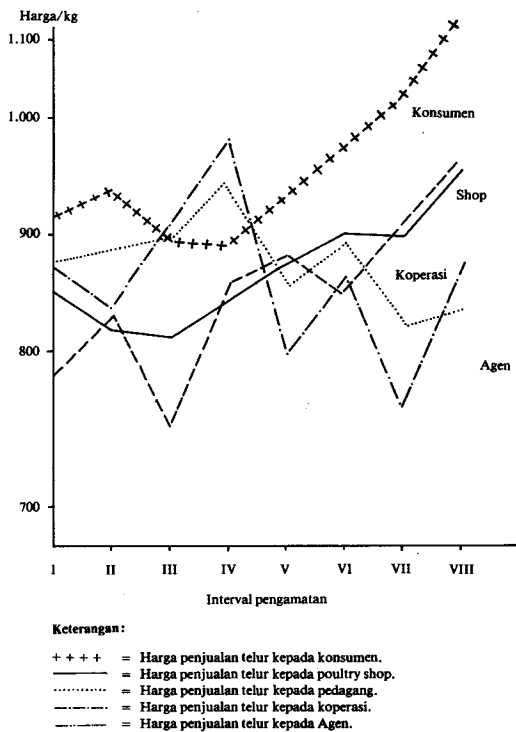
Gambar 6. Pola Pemasaran Daging Ayam Ras Pedaging (Broiler) Skala Usaha  $\leq 750$  ekor/minggu di Daerah Penelitian.

Jalur pemasaran yang langsung kepada konsumen, antara daerah dan antar skala usaha tidak berbeda. Akan tetapi jalur ini tidak dimanfaatkan oleh semua peternak. Dalam hal ini konsumen dapat berupa perorangan atau hotel/restoran. Koperasi belum mempunyai hubungan dengan konsumen yang penting (hotel/restoran), dimana pasarnya relatif stabil. Secara keseluruhan, peternak kecil sangat tergantung pada lembaga pemasaran keluaran.

### Perkembangan Harga Keluaran

Tingkat harga pada berbagai lembaga tata-niaga selama 2 (dua) tahun pengamatan dapat dilihat pada Grafik 1.

Harga telur tingkat konsumen mengalami kenaikan dengan gerakan fluktuasi yang menaik. Tetapi harga ditingkat pedagang, Koperasi dan Agen bergerak dengan fluktuasi yang relatif tajam. Struktur tataniaga berdasarkan perbedaan tingkat harga tidak dapat dijelaskan karena variasi tingkat harga yang ada tidak beraturan. Dengan kata lain, pergerakan harga tingkat lembaga pemasaran lebih peka dibandingkan harga konsumen. Keadaan ini menunjukkan peternak kecil cenderung menerima harga yang berfluktuasi, sehingga menyulitkan mereka untuk berkembang.



Grafik 1. Perkembangan Harga Penjualan Telur dari Peternak yang Memelihara 5000 ekor pada tahun 1981 dan tahun 1982 dengan Interval Pengamatan 3 bulan.

### Perkembangan dan Pola Konsumsi Daging dan Telur Unggas di DKI Jakarta

Sampai saat ini daging masih merupakan salah satu komoditi sumber protein hewani yang belum memadai dalam menu masyarakat Indonesia. Pada tahun 1980 penduduk Indonesia baru mengkonsumsi protein hewani sebanyak 6.2 gram/orang/hari atau sekitar 49.6 persen dari target yang didasarkan atas norma gizi minimal. Oleh karena itu pemerintah memberikan perhatian yang serius terhadap usaha peningkatan konsumsi protein hewani.

Dari konsumsi protein hewani tersebut, sebanyak 22.58 persen (1.4 gram/orang/hari) berasal dari daging, diantaranya daging unggas. Dalam beberapa tahun terakhir ini peranan daging unggas, khususnya daging ayam ras pedaging dalam memenuhi konsumsi semakin menonjol. Harga komoditi ini relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh sebagian besar konsumen, dan dapat di produksi secara cepat sehingga laju peningkatan

permintaan dapat dipenuhi dengan laju penawaran yang relatif cepat juga.

### Perkembangan dan pola konsumsi daging unggas

#### Perkembangan konsumsi daging unggas

Pada tahun 1980 tingkat konsumsi daging unggas di DKI Jaya mencapai 1.86 kg/orang/tahun atau 33.10 persen dari konsumsi daging, sedangkan tingkat konsumsi di Jawa Barat adalah 0.74 kg/orang/tahun. Kalau dibandingkan dengan tahun 1976, ternyata pada tahun 1980 di DKI Jaya terjadi peningkatan konsumsi sebesar 70.64 persen (Tabel 6).

Tabel 6. Laju peningkatan konsumsi daging hasil ternak di DKI Jaya antara tahun 1976 dan 1980 (dalam persen)

No.	Jenis Daging	Peningkatan (%)
1.	Sapi	6.27
2.	Kerbau	20.00
3.	Domba dan Kambing	30.00
4.	B a b i	25.00
5.	Unggas	70.64
Keseluruhan Daging		23,52

Sumber: Data BPS (1960), diolah.

Adanya perbedaan tingkat konsumsi di DKI Jaya dan Jawa Barat menunjukkan indikasi bahwa daya beli penduduk DKI Jaya lebih besar daripada daya beli penduduk Jawa Barat, padahal hasil produksinya adalah sebaliknya. Hal ini menyebabkan sebagian besar hasil di Jawa Barat banyak yang di jual ke DKI Jaya, dengan harga yang relatif tinggi.

#### Pola konsumsi daging unggas

Hasil pengamatan pola konsumsi unggas dapat dilihat pada Tabel 7.

Konsumsi daging unggas pada masyarakat berpendapatan tinggi (4.908 kg/orang/tahun) lebih rendah dari daerah berpendapatan menengah (4.993 kg/tahun). Kalau dilihat dari pilihannya ternyata ayam pedaging merupakan pilihan utama dibandingkan dengan ayam kampung apik. Ini disebabkan harga daging unggas terutama ayam pedaging harganya lebih murah dibandingkan dengan harga ternak lainnya. Secara keseluruhan terlihat bahwa konsumsi daging jauh lebih besar pada daerah berpendapatan tinggi di banding daerah berpendapatan rendah.

Tabel 7. Konsumsi daging unggas dan pilihan utama responden dalam membeli daging ayam di tiga daerah Contoh (dalam persen)

No.	Daerah	Tingkat konsumsi (kg/org./th)	Persentase pilihan utama		
			Ayam pedaging	Ayam kampung/afkir	Seadanya
1.	Pendapatan tinggi	4.908	75	25	—
2.	Pendapatan menengah	4.993	91.6	—	8.4
3.	Pendapatan rendah	0.844	62.5	25	12.5
Rata-rata keseluruhan		3.458	76.6	15.6	7.8

### Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi

Hasil analisa regresi untuk melihat hubungan antara pendidikan, pendapatan masyarakat dan jumlah keluarga dengan konsumsi daging unggas bisa dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Dugaan Parameter Regresi

Parameter	Nilai dugaan	
Intercept	$b_0$	4.464
Tidak sekolah	$b_1$	- 3.587*
Sekolah Dasar	$b_2$	- 3.220*
Sekolah Lanjutan Pertama	$b_3$	- 1.999*
Sekolah Lanjutan Atas	$b_4$	- 0.469
Sarjana Muda	$b_5$	- 1.532
Jumlah Keluarga	$b_6$	- 0.127
Pendapatan per kapita/tahun	$b_7$	0.003**
	$R^2$	67.15

Dari analisa regresi diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan negatif antara semua jenis pendidikan terhadap konsumsi. Dari parameter pendidikan tidak sekolah, Sekolah Dasar dan Sekolah Lanjutan Pertama mempunyai hubungan yang nyata. Sedangkan antara tingkat pendapatan dengan konsumsi unggas mempunyai hubungan positif yang sangat nyata. Ini berarti semakin tinggi tingkat pendapatan, semakin tinggi pula tingkat konsumsi daging unggas. Adapun jumlah keluarga ternyata tidak mempunyai hubungan yang nyata dengan konsumsi daging unggas.

### Perkembangan dan Pola Konsumsi Telur

Untuk melihat perkembangan konsumsi telur dapat dilihat pada Tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9. Produksi telur di DKI dan Pemasukan telur ke daerah ini, tahun 1978 s/d tahun 1980

Tahun	Produksi Telur (butir)	Pemasukan Telur (butir)	Jumlah (butir)
1978	20 535 792	34 614 450	55 150 242
1979	20 184 672	39 349 660	59 534 332
1980	19 782 060	40 573 820	60 355 880

Antara tahun 1978 - 1980 terdapat peningkatan jumlah permintaan telur, tetapi jika dihitung konsumsi/orang/tahun adalah 10.3 butir (1978), 11.18 butir (1979) dan 9.31 butir (1980). Ternyata lebih rendah dari tingkat konsumsi telur di Indonesia yaitu 15 butir/orang/tahun (1980), juga kalau dibandingkan dengan Laporan Survey (1974) mencapai 35.82 butir/orang/tahun dan tahun 1979 meningkat 45.72 butir/orang/tahun (1979). Sedangkan hasil studi khusus menggambarkan bahwa rata-rata konsumsi telur/orang/tahun adalah 95 butir. Sebagai patokan dapat dilihat konsumsi rata-rata responden golongan pendapatan rendah yaitu 40.86 butir/orang/tahun. Berdasarkan data di atas konsumsi telur rata-rata di DKI Jakarta diperkirakan lebih tinggi dari 40.86 butir/orang/tahun.

### Pola konsumsi telur

Tabel 10, menyajikan data hasil analisa regresi pola konsumsi telur, dimana terlihat semakin tinggi tingkat pendapatan, pendidikan dan jumlah keluarga semakin tinggi pula tingkat konsumsinya.

Tabel 10. Dugaan parameter regresi

Parameter	Nilai dugaan	
Intercept	$b_0$	3.0924
Tidak Sekolah	$b_1$	- 2.159
Sekolah Dasar	$b_2$	- 3.346
Sekolah Lanjutan Pertama	$b_3$	- 1.812
Sekolah Lanjutan Atas	$b_4$	0.168
Sarjana Muda	$b_5$	5.937
Jumlah Keluarga	$b_6$	- 0.053
Pendapatan/kapita/tahun	$b_7$	0.0113
	$R^2$	93.02

Kalau ditinjau dari segi pendapatan dan jenis telur yang dikonsumsi ternyata masyarakat berpendapatan tinggi lebih banyak mengkonsumsi telur ayam ras dibanding dengan telur ayam kampung dan telur ayam itik, sedangkan untuk ma-



syarakat berpendapatan rendah adalah sebaliknya (Tabel 11).

Tabel 11. Konsumsi telur per kapita per tahun di daerah penelitian di DKI Jakarta, 1983

Golongan masyarakat berpendapatan	Konsumsi telur						Rata-rata
	Ayam Ras		Ayam Kampung		Itik		
	(%)	(kg)	(%)	(kg)	(%)	(kg)	
Tinggi	93.6	11.03	2.6	0.3	3.8	0.45	11.78
Menengah	82.15	4.72	13.50	0.78	4.35	0.25	5.75
Rendah	54.8	1.24	17.7	0.40	27.50	0.62	2.27

### Kesimpulan

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola perdagangan masukan dan keluaran usaha ternak ayam ras berada pada kondisi yang kurang menunjang perkembangan usaha ternak ayam ras skala kecil. Hal ini disebabkan:
  - (1) Dalam pengadaan bahan ransum dan ransum (makanan ternak), sebagian besar peternak kecil masih menggantungkan diri kepada *poultry shop* dan belum dapat berhubungan dengan agen pabrik makanan ternak, apalagi dengan pabriknya.
  - (2) Dalam pengadaan *DOC*, sebagian besar peternak kecil masih menggantungkan kepada *poultry shop*, sedangkan peternak besar sebagian besar langsung berhubungan dengan *breeder* atau agennya.
  - (3) Koperasi/KUD yang diharapkan dapat menggantikan fungsi para pelaku tataniaga belum banyak berperan sebab ternyata peternak yang memanfaatkan Koperasi/KUD dalam pengadaan ransum relatif sangat kecil.
  - (4) Pola pemasaran telur dan daging ayam di setiap daerah penelitian masih tetap kompleks dengan mata rantai yang banyak dan jalur tataniaga yang panjang. Keadaan ini kurang menguntungkan peternak kecil karena jangkauan pemasaran mereka terbatas.
2. Harga telur dan daging ayam selama delapan kuartal dalam dua tahun terakhir (1981 dan 1982) menunjukkan tendensi yang meningkat

dengan fluktuasi yang cukup tajam, sedangkan harga bahan ransum dan ransum jadi perkembangannya terus meningkat secara konsisten. Keadaan ini kurang menguntungkan peternak, terutama peternak kecil.

3. Permintaan terhadap komoditi hasil unggas di DKI Jaya dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan yang terus meningkat. Dibandingkan dengan daging ternak lain, peningkatan konsumsi daging unggas ternyata jauh lebih tinggi, sedangkan konsumsi daging sapi menunjukkan tendensi yang menurun.
4. Hasil studi kasus di tiga R.T. di DKI Jaya menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap daging ayam ras pedaging lebih besar daripada daging ayam sayur. Bila hal ini berlaku di seluruh DKI, berarti konsumsi daging unggas yang telah dicapai sebagian besar dipenuhi oleh daging ayam ras pedaging. Ini berarti pengembangan ayam ras pedaging mempunyai prospek yang baik.
5. Preferensi konsumen terhadap telur ayam ras lebih tinggi daripada telur ayam sayur maupun terhadap telur itik, dan preferensi terhadap telur ayam sayur lebih tinggi daripada telur itik. Ini berarti pilihan utama konsumen adalah telur ayam ras, yang kedua telur ayam sayur dan yang terakhir telur itik.
6. Di antara berbagai faktor yang berpengaruh positif terhadap konsumsi telur dan daging unggas, yang pengaruhnya paling kuat adalah faktor pendapatan. Dengan makin ditingkatkannya intensitas pembangunan di segala bidang, diharapkan pendapatan masyarakat dapat meningkat lebih cepat disertai pula oleh pemerataan pendapatan.
7. Mengingat wilayah Jabotabek merupakan pusat produksi dan konsumsi perunggasan di Jawa Barat, dan merupakan pencerminan pula dari sistem perunggasan di Indonesia, secara makro dapat ditarik kesimpulan bahwa sampai saat ini, baik pola perdagangan masukan utama dan keluaran usaha ternak unggas maupun mekanisme perdagangannya masih berada pada kondisi yang kurang mendukung pengembangan usaha ternak ayam ras skala kecil.