

KAJIAN SISTEM MANAJEMEN KELOMPOK PADA KAMPUNG UNGGAS TERHADAP PENDAPATAN PETERNAK AYAM BURAS

(Studi Kasus Kelompok Peternak Ayam Buras di Desa Teruwai Kabupaten Lombok
Tengah Nusa Tenggara Barat)

*Sasongko Wijoseno Rusdianto, Achmad Muzani, Nurul Agustini dan
Totok B Julianto*

Balai Pengkajian Teknologi Pertanian NTB
Jl. Raya Peninjauan Narmada Lombok Barat
sasongkowr@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan peternak ayam buras yang dilakukan dalam lembaga kelompok peternak pada "Kampung Unggas" di Desa Teruwai Kabupaten Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat. Penelitian dilakukan terhadap 2 kelompok peternak ayam Buras yaitu kelompok Tuijati dan Muamalat pada Juli 2016 di Desa Teruai Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah NTB. Analisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan regresi linear berganda dan pengukuran nilai parameter menggunakan software SPSS versi 20. Hasil analisis diperoleh bahwa pendapatan dipengaruhi secara signifikan oleh jumlah ayam yang dipelihara per periode produksi dan periode pemeliharaan. Manajemen kelompok yang menerapkan penjualan ayam melalui kelompok, penyediaan DOC dan penyediaan pakan oleh kelompok tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Kondisi harga dan kemampuan kelompok untuk menyediakan saprodi yang dibutuhkan peternak menyebabkan tidak sepenuhnya peternak menggunakan DOC dan pakan yang berasal dari kelompok. Demikian pula pada saat penjualan produk, tidak seluruh peternak melakukan melalui kelompok. Kesimpulan penelitian adalah manajemen kelompok tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan peternak karena penjualan melalui kelompok menurunkan pendapatan; pembelian DOC melalui kelompok memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan namun hal ini tidak berjalan baik karena keterbatasan kelompok untuk memenuhi permintaan DOC maupun pakan yang terjangkau (murah).

Kata kunci : ayam buras, pendapatan, manajemen kelompok, kampung unggas

ABSTRACT

This study aimed to analyze the income of farmers conducted in associate of domestic chicken at the "Poultry Village" in Teruwai Village, Central Lombok, West Nusa Tenggara. Research conducted on two farmers groups were Tuijati and Muamalat in July 2016 in the Teruai village, sub District Pujut, district of Central Lombok NTB. Analysis of the influence of the independent variable on the dependent variable using multiple linear regression and parameter value measurements using SPSS software version 20. Results of the analysis showed that income is significantly affected by the number of chickens reared per production period and the period of maintenance. The management group is applying chicken sales through the group, DOC provision and supply of feed by the group did not have a significant influence. Pricing conditions and the group's ability to provide the required inputs breeder cause is not fully breeders use DOC and feed derived from the group. Similarly, on the sale of products, not all farmers do through the group. Conclusion of the study is the management group did not have a

significant influence on the income of farmers for the sale through to lower income groups; DOC purchases through the group a positive effect on earnings, but it did not work well because of the limitations of the group to meet DOC and feed demand is affordable (cheap).

Keywords : domestic chicken, income, group management, poultry village

PENDAHULUAN

“Kampung Unggas” telah berjalan sejak tahun 2014 yang merupakan salah satu program Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Nusa Tenggara Barat bertujuan untuk mengendalikan inflasi pada komoditi telur dan daging unggas. Arah pengembangan Kampung Unggas (KU) adalah pada kelompok-kelompok peternak yang sudah melakukan usaha unggas namun belum melakukannya secara komersil. Usaha ternak unggas selama ini belum sepenuhnya mengarah pada sistem usaha agribisnis yang bersifat komersil sehingga produksi masih rendah dan masih lemah dalam menghadapi situasi pasar (ROS, 2016 dan Yanes, 2016)

Ayam buras memiliki potensi yang menjanjikan rata-rata kenaikan harga ayam per bulan pada tahun 2015 adalah 3,5 persen. Harga rata-rata ayam buras cenderung mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, walaupun perubahan harga ayam di tingkat pasar antar bulan bersifat fluktuatif (Rusdianto dan Muzani, 2016). Permintaan yang terus meningkat merupakan salah satu peluang untuk dijadikan sebagai sumber pendapatan peternak kecil di pedesaan. Tingginya permintaan terutama untuk memenuhi kebutuhan kuliner khas NTB yang sudah dikenal masyarakat luas seperti “Ayam Taliwang” yang berbahan baku ayam buras.

Jumlah wisatawan yang terus meningkat berdampak pada meningkatnya permintaan wisata kuliner tersebut untuk hotel, restoran dan rumah makan. Jumlah wisatawan asing dan domestik dari tahun 2009 – 2014 mengalami peningkatan sebesar 150 persen. Upaya untuk memenuhi peningkatan jumlah wisatawan maka jumlah hotel dan restoran mengalami peningkatan tahun 2009 – 2014 jumlah hotel kelas melati meningkat dari 401 menjadi 89, hotel berbintang meningkat dari 39 menjadi 50, rumah makan meningkat dari 609 menjadi 1.379 buah (BPS, 2010 dan BPS, 2015). Peningkatan populasi ayam kampung di NTB dari tahun 2009 – 2014 hanya sebesar 43 persen, dari 4.493.288 ekornmenjadi 6.420.731 ekor. Artinya perkembangan jumlah populasi ayam kampung relatif masih berpeluang untuk dapat memenuhi peningkatan kebutuhan peningkatan jumlah wisatawan yang masuk ke NTB

Ayam kampung memiliki prospek agribisnis yang dapat menjadi basis pengembangan ekonomi masyarakat. Usaha ternak ini dapat menjadi salah satu sumber pendapatan masyarakat terutama yang berada di wilayah pedesaan di mana umumnya memiliki sumber pendapatan pada sektor pertanian (Sayuti, 2002). Ayam buras yang ada di masyarakat adalah jenis ternak lokal yang sangat adaptif dengan kondisi lingkungan setempat. Pengembangan ayam buras dapat mengurangi pengusaran yang telah mencapai 15 persen per tahun (Yusdja dan Ilham, 2006). Selanjutnya Kushartono (2001) menyatakan bahwa jika dikelola dengan baik maka ayam buras memiliki prospek ekonomi yang besar. Pentingnya peranan ayam kampung untuk menunjang perekonomian pedesaan memerlukan upaya perbaikan manajemen produksi.

Permasalahan

Usaha ternak ayam buras yang dijalankan oleh peternak kecil umumnya dilakukan secara berkelompok. Melalui program “Kampung Unggas” diharapkan dapat meningkatkan peran kelompok dalam usaha ternak skala kecil. Kerjasama pengurus kelompok bersama para anggotanya dibangun sebagai suatu kelembagaan yang berfungsi sebagai suatu bentuk kelompok usaha ternak. Belum ada bentuk usaha kelompok sebagai model yang diyakini telah eksis dan mampu memfasilitasi usaha ternak para anggotanya. Sementara masih dalam taraf kajian-kajian untuk menemukan model usaha ternak yang terbangun dalam kelompok peternak. Seberapa besar kontribusi kelompok dalam membangun usaha bersama sehingga dapat mendukung pendapatan anggotanya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan peternak ayam buras yang dilakukan dalam lembaga kelompok peternak pada “Kampung Unggas” di Desa Teruwai Kabupaten Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat.

MATERI DAN METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada kelompok kooperator pengkajian BPTP NTB di Kampung Unggas Desa Teruwai Kabupaten Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2016.

Materi dan Metode

Survei dilakukan terhadap 2 kelompok peternak ayam buras yaitu Kelompok Tuijati dan Kelompok Muamalat. Responden adalah semua anggota kedua kelompok yang berjumlah 30 orang. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan, dengan dibantu oleh 4 enumerator dari anggota tim pengkajian BPTP NTB.

Model persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 + b_2 + D_1 + D_2 + D_3$$

dimana

- Y = Pendapatan peternak per periode produksi (Rp)
- a = Intersep
- b_1 = Jumlah ayam per periode produksi (ekor)
- b_2 = Periode pemeliharaan (hari)
- D_1 = Dummy penjualan ayam : 1 = kelompok; 0 = tidak kelompok
- D_2 = Dummy penyediaan DOC : 1 = kelompok; 0 = tidak kelompok
- D_3 = Dummy penyediaan pakan : 1 = kelompok; 0 = tidak kelompok

Data dan analisa data

Data yang dikumpulkan adalah data primer hasil wawancara, selanjutnya data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan persamaan regresi berganda dan statistik deskriptif, dibantu secara komputerisasi dengan perangkat lunak SPSS versi 20.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Kelompok Peternak

Peternak ayam yang tergabung pada kelompok Tuijati dan kelompok Muamalat tergolong masih berusia produktif (30 sampai 50 tahun). Kelompok peternak unggas di desa Teruwai mulai ikut dalam kegiatan program Kampung Unggas tahun 2014 dengan mendapat bantuan ayam buras (ayam arab), melalui program kampung unggas diharapkan dapat lebih berkembang menjadi usaha ternak ayam komersil yang berorientasi bisnis.

Sistem penyediaan saprodi, dimana kelompok peternak menyediakan ayam umur satu hari atau *Day Old Chick*(DOC) yang dihasilkan dari penetasan kelompok. Namun kemampuan kelompok untuk menyediakan DOC terhadap pemenuhan kebutuhan kelompok masih relatif rendah terbukti bahwa kelompok hanya mampu menyediakan DOC kepada anggota kelompok hanya sekitar 50 persen. Jumlah ayam

yang dipelihara oleh anggota berkisar antara 100 – 500 ekor per periode produksi dengan waktu produksi 45 hari. Untuk memenuhi kebutuhan maka sebagian DOC diperoleh dari luar kelompok atau dari luar wilayah desa. Dampaknya adalah kelompok tidak dapat mengatur pembelian DOC untuk mengatur siklus produksinya.

Sistem pemasaran ayam siap potong, kelompok membantu untuk memfasilitasi penjualan ayam, walaupun tidak sepenuhnya para anggota kelompok menjual ayam melalui kelompok. Artinya anggota dapat menjual ayam melalui kelompok, selanjutnya kelompok menjual ayam pada pedagang pengepul. Namun demikian ada anggota kelompok yang menjual langsung pada pedagang pengepul yang datang ke kandang. Bagi anggota yang mendapatkan DOC dari kelompok maka umumnya penjualan akan diatur oleh kelompok. Informasi harga sebagian besar diketahui oleh anggota kelompok melalui pengurus kelompok (ketua, sekretaris atau bendahara). Transportasi penjualan ayam umumnya ditanggung oleh masing-masing peternak.

Sebanyak 70 persen dari peternak yang memilih menjual ayam melalui kelompok yang telah menjalin kemitraan dengan pedagang pengumpul. Jika peternak membawa sendiri ayam-ayam mereka ke pasar maka 47 persen menyatakan pernah tidak laku terjual dan 67 persen menyatakan bahwa hal ini disebabkan harga yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Penjualan ke pasar membutuhkan tambahan biaya transportasi, memerlukan tenaga kerja dan waktu yang digunakan untuk memasarkan ayam di pasar. Penjualan dalam jumlah yang besar tidak mudah dilakukan sendiri oleh peternak. Sebelum penjualan peternak telah mendapatkan informasi harga dari sesama peternak, ketua kelompok dan pedagang ayam, sangat kecil jumlah peternak yang mencari informasi harga langsung ke pasar (Rusdianto dan Muzani, 2016). Tentu sistem ini menjadi salah satu penyebab nilai tawar peternak yang rendah karena ada ketergantungan terhadap pembelinya. Di satu sisi peternak tidak dapat langsung menjual ayam pada konsumen akhir karena penjualan ayam buras di pasar (umumnya pada pasar tradisional) secara eceran. Ini menjadi penyebab rantai pasar yang panjang dan tidak mudah untuk diperpendek. Keberadaan pelaku usaha lain di antara produsen dan konsumen akhir menjadi penyebab margin harga yang tinggi. Harga ayam buras hidup pada umur 45 hari di tingkat produsen (peternak) adalah sekitar Rp 15.000 – 17.000.

Modal usaha masing-masing anggota berasal dari berbagai sumber, sebagian kecil modal pribadi. Modal berupa pinjaman diperoleh dari kelompok melalui bantuan pemerintah dan sebagian besar masih belum melunasi. Kebutuhan modal terutama digunakan untuk menyediakan ayam DOC, vaksin vitamin dan obat-obatan.

Manajemen Kelompok

Usaha ayam dilakukan secara berkelompok dan sebagian sistem manajemen telah dapat dilakukan melalui kelompok seperti penyediaan DOC, pakan sampai pada penjualan ayam yang diproduksi. Peternak tidak terikat kontrak dengan kelompok, sehingga tidak seluruhnya diatur oleh kelompok. Keterbatasan kelompok menyediakan sapirodi yang dibutuhkan peternak dan selain itu peternak punya kebebasan untuk menentukan waktu produksi dan menentukan kepada siapa mereka menjual produksinya. Hal ini menyebabkan peternak masih lemah terutama terhadap persaingan harga produk yaitu ayam siap potong. Dalam hal pemasaran kelompok memiliki mitra yang menampung hasil produksi. Harga lebih bersaing jika penjualan melalui kelompok. Pada Tabel 1. dapat dilihat rata-rata pendapatan peternak per periode dengan asumsi harga ayam yang seragam yaitu Rp 16.000 per ekor. Penjualan ayam melalui kelompok maupun tidak umumnya harga ayam ditingkat peternak adalah sama karena sebagian besar peternak menjual ayam di tempat (di kandang tempat memelihara).

Tabel 1. Statistik deskriptif pendapatan peternak dalam manajemen kelompok

No.	Variabel	Nilai Rata-rata	Standar Deviasi
1.	Pendapatan per periode produksi (Rp)	2.547.018,98	1.985.041,98
2.	Jumlah ayam per periode produksi (ekor)	355,83	263,90
3.	Periode pemeliharaan (hari)	102,70	148,54
4.	Manajemen penjualan (<i>dummy</i>)	0,63	-
5.	Manajemen penyediaan DOC (<i>dummy</i>)	0,53	-
6.	Manajemen penyediaan pakan (<i>dummy</i>)	0,20	-

Sumber : Data Primer Diolah (2016).

Analisis regresi berganda menunjukkan bahwa pengaruh yang sangat signifikan terhadap pendapatan per periode produksi adalah jumlah ayam yang dipelihara per periode produksi, lama waktu produksi juga memberikan pengaruh signifikan pada taraf 5 persen. Sistem manajemen yang diterapkan oleh kelompok menunjukkan tidak berpengaruh signifikan artinya sistem tersebut tidak mempengaruhi pendapatan

peternak, karena pendapatan peternak lebih besar ditentukan oleh penggunaan saprodi (DOC, pakan) dan waktu periode produksi (Tabel 2). Semakin besar jumlah ayam yang dipelihara akan semakin besar pendapatan, karena makin tinggi tingkat efisiensi. Waktu yang diperlukan untuk satu periode produksi (lama pemeliharaan), semakin lama waktu pemeliharaan maka akan menurunkan pendapatan yang diperoleh.

Peternak umumnya dapat menentukan pilihan apakah penjualan dilakukan melalui kelompok atau tidak, karena kelompok tidak mengikat para anggotanya untuk memasarkan produk secara berkelompok. Hasil analisis menunjukkan penjualan ayam melalui kelompok memberikan penurunan tingkat pendapatan yang diperoleh dibandingkan dengan menjual langsung. Namun tidak menunjukkan perbedaan yang nyata antara pendapatan peternak yang diperoleh dengan penjualan melalui kelompok maupun tidak. Kelompok juga menyediakan DOC sehingga biaya menjadi relatif rendah, tidak mengeluarkan biaya transportasi untuk mendatangkan, ditunjukkan oleh nilai parameter positif (+). Akan tetapi pembelian DOC melalui kelompok hanya dilakukan oleh setengah dari anggota kelompok sehingga pengaruhnya terhadap pendapatan peternak tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Tabel 2. Koefisien parameter dari persamaan regresi manajemen kelompok usaha ternak ayam buras.

No	Variabel Independen	Nilai Parameter	Signifikansi
1.	Intersep	-110.271,84	**
2.	Jumlah ayam per periode produksi (ekor)	7.521,52	***
3.	Periode pemeliharaan (hari)	-267,45	*
4.	Manajemen penjualan	-1.236,12	ns
5.	Manajemen penyediaan DOC	29.170,87	ns
6.	Manajemen penyediaan pakan	-32.113,98	ns

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Keterangan : ns=tidak signifikan; *=signifikan 10%; ** = signifikan 5%; *** = signifikan < 1%.

Pakan adalah satu faktor produksi penting dalam peternakan ayam karena biaya tertinggi adalah pada pakan. Kelompok belum dapat menghasilkan formulasi pakan sendiri yang dapat diterapkan oleh para anggotanya, dalam hal ini kelompok hanya menyediakan pakan pabrikan. Tingginya harga pakan menyebabkan peternak seringkali harus mencampur pakan sendiri. Penyediaan pakan oleh kelompok sebagian besar hanya untuk pakan anak ayam di bawah umur dua minggu. Beberapa peternak menggunakan pakan campuran konsentrat, jagung dan dedak dengan rasio yang beragam. Pakan yang digunakan oleh peternak melalui kelompok menunjukkan persentase yang relatif rendah (Tabel 1) dan menunjukkan bahwa penggunaannya menurunkan pendapatan peternak (Tabel 2).

Penjualan ayam dilakukan oleh sebagian besar peternak dengan memilih menjual di tempat atau di kandang, adalah upaya untuk mengurangi biaya pemasaran seperti biaya transportasi, selain itu untuk mengurangi resiko ayam tidak laku terjual karena tidak sesuai dengan harga yang diharapkan. Peternak ayam buras pada umumnya sebagai penerima harga, dan penentuan harga terkuat adalah adanya mekanisme pasar yang menyebabkan peternak tidak memiliki posisi tawar yang kuat. Justru diharapkan melalui manajemen kelompok maka pemasaran ayam dapat dikelola dengan baik, meningkatkan posisi tawar peternak.

KESIMPULAN

Manajemen kelompok belum efektif sehingga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan peternak karena penjualan melalui kelompok menurunkan pendapatan, pembelian DOC melalui kelompok memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan namun hal ini tidak berjalan baik karena keterbatasan kelompok untuk memenuhi permintaan DOC maupun pakan yang terjangkau (murah).

DAFTAR PUSTAKA

- BPS, 2009. NTB Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat.
- _____, 2015. NTB Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat
- Kushartono B. 2001. Kiat Peningkatan Produktivitas Ayam Buras. Temu Teknis Fungsional Non Peneliti. Hal 34 – 41.
- Rusdianto S dan Muzani A, 2016. Peran Kelompok Peternak pada Sistem Produksi dan Pemasaran Ternak Ayam. Studi kasus kelompok peternak “Kampung Unggas” di desa Teruai, Kabupaten Lombok Tengah. Makalah di sampaikan pada Seminar Nasional di BPTP Klimantan Selatan.
- ROS, 2016. Desa Teruai Dicanangkan jadi Kampung Unggas. Diunduh 25 Mei 2016 pada <https://lomboktoday.co.id/20141215/desa-teruai-dicanangkan-jadi-kampung-unggas.html>.
- Sajuti R. 2001. Analisis Agribisnis Ayam Buras melalui Pendekatan Fungsi Keuntungan Multi Output Kasus Jawa timur. Jurnal Agro Ekonomi. Vo. 19 (2). Hal 5 – 74.
- Yanes, 2016. NTB Kendalikan Inflasi dengan Kampung Unggas. Diunduh 20 Mei 2016 pada <http://mataram.antaranews.com/berita/26559/ntb-kendalikan-inflasi-dengan-kampung-ternak-unggas>.
- Yusdja Y, Ilham N. 2006. Arah Kebijakan Pembangunan Peternakan Rakyat. Analisis Kebijakan Pertanian 4(1). Hal 18 – 38.