

**ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL TELUR
AYAM RAS DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
PETERNAK DI KECAMATAN BACUKIKI
KOTAMADYA PARE-PARE**



Oleh :
MUNARSAL
4595012007/9951110410030

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS "45" MAKASSAR
2000**

HALAMAN PENERIMAAN

Pada Hari/Tanggal : SENIN, 2 APRIL 2000

Skripsi Atas Nama : MUNARSAL

No. STB./NIRM : 4595012007/9951110410030

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada jurusan Manajemen.

Panitia Ujian :

1. Pengawas Umum : Dr. ANDI JAYA SOSE, SE,MBA
(Rektor Universitas "45")


(.....)

Dr. H. DJABIR HAMZAH, MA
(Dekan Fak. Ekonomi UNHAS)


(.....)

2. Ketua : SUKMAWATI MARDJUNI, SE,MSi
(Dekan Fak. Ekonomi Univ. "45")


(.....)

3. Sekretaris : MUHLIS RUSLAN, SE


(.....)

4. Penguji : 1. Dr. H. DJABIR HAMZAH, MA


(.....)

2. H. MUH. IDRIS, SE,MSi


(.....)

3. Hj. ANDI SIMPURSIAH, SE


(.....)

4. HASANUDDIN REMMANG, SE,MSi


(.....)

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, oleh karena berkat dan Hidayat-Nya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas "45" Makassar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sebagaimana yang diharapkan, meskipun penulis telah berusaha untuk semaksimal mungkin, olehnya itu penulis senantiasa berlapang dada mengharapkan kritikan dari pembaca yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini pula, dengan rendah hati penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu penulsi dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Bapak Rektor Universitas "45" Makassar
(Dr. Andi Jaya Sose, SE. MBA)
2. Ibu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar (Sukmawati .
SE. Msi.)
3. Dr. H. Djabir Hamzah, MA dan H. Muh. Idris, SE. Msi. Masing-masing sebagai pembimbing I dan pembimbing II yang dengan senang hati meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan

serta saran-saran yang diperlukan sehingga skripsi ini penulis dapat selesaikan dengan baik.

4. Para Dosen dan Staf tata usaha yang telah mendidik dan memberikan arahan-arahan selama dibangku kuliah sampai selesainya penulisan skripsi ini.

5. Yang tercinta Ayahanda Drs. Abdul Muin,BS dan ibunda Sunarni yang dengan segala ketabahan, kesabaran, kasih sayang dan jerih payahnya serta iringan Do'a kehadiran Allah Rabbul Alamin, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sesuai dengan yang diharapkan, untuk itu terimalah sembah sujud ananda sedalam-dalamnya sebagai ucapan terima kasihku.

Kepada Kakak yang tersayang dan tercinta Munarti beserta adik Fatmawati Salam atas bantuan Do'anya serta pengertiannya diucapkan terima kasih.

6. Selanjutnya ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh rekan-rekan dan sahabat-sahabat penulis yang selama ini telah setia mendampingi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis akhirnya mnegharapkan semoga karya ilmiah ini mendapat menjadi sumbangan pemikiran yang positif dan membangun guna kesemournaan dari skripsi ini semoga bermanfaat bagi kita semua. Insyallah Amin.

Makassar, Maret 2000

Penulis

MUNARSAL



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan dan Kegunaan Penulisan.....	4
1.3.1 Tujuan Penulisan	4
1.3.2 Kegunaan Penulisan	5
1.4 Hipotesis.....	5
BAB II. KERANGKA TEORITIS	
2.1 Pengertian dan Fungsi Pemasaran	6
2.1.1 Strategi Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Tentang Harga	15
2.2 Pengeertian Break Event Point	21
2.3 Pengertian Pendapatan	23
2.4 Teori Biaya Produksi Hasil Peternakan	25
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Daerah Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	29
3.2.1 Jenis Data	29

3.2.2 Sumber Data	29
3.3. Metode Pengumpulan Data	29
3.4. Metode Analisis	30
3.5. Kerangka Konseptual	31

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Cara Beternak Ayam Petelur	33
4.1.1 Persiapan Peternak	34
4.1.2 Menentukan Jumlah Ayam yang hendak dipelihara	36
4.1.3 Mempersiapkan Tenaga Kerja	37
4.1.4 Mengenal bibit	39
4.1.5 Pencegahan Penyakit	42
4.1.6 Pemeliharaan Ayam Petelur	60
4.1.7 Pengelolaan Pasca Produksi	62
4.2 Analisis Break Event Point	65
4.3 Analisis Peningkatan Pendapatan Peternak Ayam Petelur Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare	75

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	78
5.2 Saran-saran	78

Daftar Pustaka	80
----------------------	----

Lampiran-Jampiran

A. Perkembangan Kotamadya Daerah Tingkat II Parepare.....	18
---	----

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perkembangan Hasil produksi telur ayam ras di Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare 1995 – 1999	3
2.	Contoh prestasi beberapa bibit jenis ayam petelur	42
3.	Penggunaan Vaksin berdasarkan umur ayam	57
4.	Jumlah Peternak yang mempunyai peternakan terbesar di Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare	66
5.	Perkembangan Jumlah Bibit Ayam di Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare 1995 – 1999	67
6.	Rata-rata Produksi Peternak Ayam Petelur dari 14 Respondent di Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare	68
7.	Perkembangan Produksi Ayam Petelur di Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare	74
8.	Pendapatan peternak Ayam Petelur di Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare tahun 1995-1999	77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sasaran jangka panjang bangsa kita adalah pembangunan bidang ekonomi yang seimbang dengan penekanan pada penetapan struktur ekonomi yang seimbang dan kekuatan industri yang maju mendukung sektor perekonomian yang tangguh. Sasaran tersebut ditujukan untuk terjadinya landasan yang kuat bagi bangsa Indonesia yang tumbuh dan berkembang atas kekuatan sendiri menuju masyarakat adil dan makmur.

Dewasa ini berkembang usaha di bidang peternakan, semakin berkembang menyebabkan pemasaran perlu mendapat perhatian yang serius dikalangan para pengusaha peternak hal ini menempatkan fungsi pemasaran sebagai faktor yang penting bersama dengan fungsi yang lain yang ada didalam usaha peternakan ayam. Bagi para peternak selalu dihadapkan pada persoalan-persoalan yang erat kaitannya dengan keadaan di luar usaha peternakan yaitu apakah produk-produk yang diproduksi dapat terjual di pasar dan dapat bersaing oleh sebab itu peranan pemasaran penting artinya oleh para peternak.

Peternak dapat dikatakan berhasil jika ditunjang dengan suatu pemasaran yang baik, sebab jika produksi melimpah tanpa disertai

kemampuan untuk memasarkannya dan mengakibatkan kesulitan bagi para peternak tersebut.

Dalam melakukan kegiatan peternakan para peternak harus pandai-pandai melihat situasi pasar dimana hal ini informasi pasar sangat dibutuhkan, melalui informasi pasar ini kita dapat mengetahui bahwa dalam pemasaran sering dijumpai masalah yang dapat menghambat jalannya peternakan tersebut, yaitu soal persaingan. Kemampuan pengusaha untuk bersaing akan mempengaruhi besar kecilnya jumlah penjualan produk. Besarnya jumlah penjualan produk itu sendiri akan mempengaruhi laba dan ruginya peternak.

Persaingan yang biasa terjadi yaitu persaingan dalam soal harga, harga yang dimaksud yaitu jual dibawah atau diatas dapat juga mendekati ini merupakan suatu masalah bagi para peternak, oleh karena itu sangat baik untuk diperhatikan. Selain masalah persaingan, besarnya jumlah permintaan perlu juga mendapat perhatian, dimana biasanya pada waktu-waktu tertentu jumlah permintaan akan produk yang dihasilkan dapat meningkat, keadaan yang demikian ini menyebabkan setiap peternak harus mempunyai strategi pemasaran yaitu strategi dalam penetapan harga jual produk. Demikian pula halnya dengan para peternak yang bergerak dalam bidang peternakan Ayam Ras Petelur, dalam memasarkan produksi

telurnya penetapan harga jual yang digunakan berdasarkan permintaan dasar harga saing.

Dengan demikian penetapan harga jual yang tepat dan lebih meningkatkan pendapatan para peternak.

Perkembangan telur ayam ras telah lama dikembangkan oleh masyarakat setempat. Hal ini dapat dilihat pada tabel I dimana pada tahun 1995 volume produksi telur sebanyak 13.052.812 butir, dan pada tahun 1999 meningkat menjadi 18.179.472 butir.

Tabel I
Perkembangan Hasil Produksi Telur Ayam Ras di
Kecamatan Bacukiki Kodya Pare-Pare 1995-1999

Tahun	Volume Produksi Telur Ayam Ras	Perkembangannya (%)
1995	13.052.812	-
1996	16.001.700	22, 59 %
1997	17.086.387	6, 77 %
1998	17.874.187	4, 61 %
1999	18.139.472	1, 48 %

Dengan melihat tabel 1 diatas usaha kita dapat melihat hasil produksi telur ayam ras yang dicapai selama 5 tahunan. Dimana pada

tahun 1995 volume produksi telur ayam ras sebesar 13.052.812 dan pada tahun 1996 meningkat menjadi 16.001.700 dengan perkembangan 22, 59 % pada tahun 1997 meningkat menjadi 17.086.387 butir dengan perkembangan 6, 77 % dan pada tahun 1998 mengalami peningkatan sebesar 17.874.187 dengan perkembangan 4, 61 % dan pada tahun 1999 mengalami peningkatan menjadi 18.139.472 dengan perkembangan 1, 84%.

1.2. Perumusan Masalah

Sehubungan dengan latar belakang tersebut di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana penetapan harga jual telur ayam ras yang digunakan dapat meningkatkan pendapatan peternak secara layak “.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1.3.1. Tujuan:

1. Untuk mengetahui sejauh mana penetapan harga jual telur ayam ras dapat meningkatkan pendapatan peternak.
2. Untuk mengetahui kebijakan yang diambil oleh peternak dalam hal penetapan harga jual.

1.3.2 Kegunaan

1. Sebagai bahan masukan bagi peternak untuk mendapatkan harga jual yang tepat.
2. Sebagai bahan informasi bagi yang ingin mengetahui lebih jelas cara peningkatan pendapatan peternak.

1.4. Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan penulis menggunakan metode Break Event Point plus pricing adalah sebagai berikut :

“ Diduga bahwa dengan menggunakan strategi penetapan harga jual dapat meningkatkan pendapatan peternak “ .

BAB II

KERANGKA TEORITIS

2.1. Pengertian dan Fungsi Pemasaran

Pemasaran akan marketing dewasa ini telah banyak mengalami perkembangan yang sangat pesat, sejalan dengan perkembangan perekonomian yang dialami oleh sistem perekonomian Indonesia saat ini, hal ini menunjukkan bahwa peranan akan pemasaran sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan pendapatan sudah semakin besar peranannya.

Berbicara mengenai pengertian pemasaran atau defenisi pemasaran telah banyak dikemukakan oleh para ahli pemasaran, mereka mengemukakan pendapatnya yang masing-masing berbeda sesuai dengan sudut pandangnya. Ada yang mengemukakan dan menggambarkan sebagai suatu koordinasidan integrasi dalam pembuatan kebijaksanaan. Proses pertukaran dan pemindahan hak atau pemilihan atas produk sebagai suatu proses penyesuaian antara deman dan supplay.

Jika kita menalaah satu persatu pengertian pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli, pada prinsipnya mempunyai maksud dan tujuan yang sama, yakni agar supaya barang dan jasa sampai ketangan

konsumen dalam waktu yang tepat serta dengan harga yang layak dan terjangkau konsumen.

Siswanto Sutoyo mendefinisikan (1981;1) sebagai berikut :

“Pemasaran adalah usaha menjurusna dana dan daya milik pengusaha kearah pemberian kepuasan kepada pembeli dengan maksud agar perusahaan dapat menjual hasil-hasil produksi, memperoleh labah dan mencapai tujuan yang lain“.

Defenisi ini menyatakan bahwa pemasaran orientasi pasar konsumen dimana setiap pengusaha peternakan harus mampu membaca kebutuhan dan keinginan konsumen berdasarkan informasi pasar yang telah diperolehnya.

Selanjutnya menurut William J. Stanton (1980:5) menyatakan bahwa:

“Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dan kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial“.

Dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa pemasaran itu merupakan suatu proses sosial yang terjadi antara individu dengan individu lainnya, dan antara kelompok dengan kelompok lainnya dimana individu dan kelompok saling mempertukarkan barang dengan barang lainnya sesuai yang mereka tentukan.

Selanjutnya Winardi dalam bukunya (1980: 5) mengemukakan bahwa :

“Marketing terdiri dari tindakan-tindakan yang menyebabkan pindahnya hal milik atas benda-benda dan jasa-jasa yang menimbulkan distribusi fisik mereka“.

Kemudian Alex S. Natisemito dalam buku Marketing (1981: 13) memberikan devinisi secara sederhana ayitu :

“Semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen kekonsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif“.

Dari devenisi ini dapat juga dilihat bahwa kegiatan peternakan bukan hanya menjual barang yang diproduksi melainkan juga meliputi kegiatan yang memperlancar arus barang atau jasa dengan tujuan menciptakan permintaan yang efektif.

Adapun defenisi marketing oleh W. J . Station dalam bukunya (1971: 4) menyatakan sebagai berikut :

“Marketing is the totsl system ofinteracting bussines activity designedto plan price, promote, and service to present and potential kostomeres”.

Pengetian definisi ini yaitu bahwa marketing adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha guna memenuhi kebutuhan dan memberi kepuasan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Adapun definisi pemasaran menurut Radio Sunu dalam bukunya (1987: 3)

disebutkan sebagai berikut:

“Menejemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dijadikan sasaran, dengan maksud untuk mencapai objective organisasi pemasaran”.

Definisi di atas menjelaskan bahwa tugas manajemen pemasaran adalah mengatur tingkat, saat (timing) dan sifat permintaan dengan cara yang dapat membantu organisasi mencapai tujuannya.

Fungsi- fungsi pemasaran disini hanya merupakan garis besarnya saja yang dapat dikemukakan debab fungsi-fungsi yang terlibat dalam proses marketing sebenarnya cukup banyak.

2.1.1 Strategi Pemasaran

Untuk menghadapi situasi lingkungan dunia usaha selalu dinamis dan akan memberikan kesempatan atau merupakan ancaman terhadap kemampuan peternak dalam memasarkan produknya, tentunya peternak segera akan mengambil tindakan penyesuaian terhadap situasi tersebut.

Adapun langkah-langkah untuk mempertahankan ekstensi para peternak perlu disusun suatu kebijakan dan strategi, sebab tanpa kebijakan dan strategi maka pengusaha petelur akan mampu bertahan

dalam jangka waktu tidak panjang, dengan melihat masalah tersebut maka disini akan dipaparkan pengertian strategi pemasaran.

Strategi pemasaran menurut Basu Swastha dan Irwan mendefinisikan sebagai berikut (27 : 45).

“Pemasaran strategi adalah merupakan proyek untuk menganalisa kesempatan, menentukan tujuan, mengembangkan strategi, merumuskan rencana-rencana serta melaksanakan dan mengadakan pengawasan pemasaran”.

Untuk lebih menjelaskan maksud tersebut di atas, maka disini akan diperlihatkan bagannya sebagai berikut :

5. Tahapan Proses Pemasaran Produksi



(1). Analisa Kesempatan Pasar

Para pengusaha peternakan sebelum menentukan tujuannya, maka perlu sekali menganalisa kesempatan pasar yang ada. Alasan mengapa analisis kesempatan pasar ini perlu dilakukan terlebih dahulu karena:

- a. Ada pengusaha yang memulai usahanya karena melihat kesempatan yang akan menunjang tujuan usaha.
- b. Banyak pengusaha yang merubah tujuannya bilamana ada kesempatan yang merubahnya
- c. Adapula pengusaha yang menikmati kesempatan apabila memiliki keunggulan dari para pesaing misalnya dapat menekan lebih rendah biaya, mampu menggunakan berbagai alterantif saluran distribusi maupun dapat melakukan usaha promosi yang lebih efektif.

(2). Tujuan Pengusaha Peternak

Titik awal dari perencanaan pemasaran adalah penentuan akan tujuan. Tujuan disini sangat penting dan harus diterapkan sebelum mengambil suatu strategi, sebab tanpa adanya tujuan yang pasti pengusaha ternak tidak akan beroperasi dengan baik, dengan demikian

maka untuk menyusun strategi pemasaran nantinya, tidak akan sama apabila adanya tujuan yang jelas.

3). Rencana Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang ditempuh dapat berbeda-beda meskipun ada beberapa peternak mempunyai tujuan yang sama. Pada prinsipnya strategi pemasaran dari setiap peternak mempunyai suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuannya. Penentuan tujuan ini dapat dilakukan oleh peternak dengan membuat beberapa macam keputusan yaitu:

- a. Memilih konsumen yang ditujuh
- b. Mengidentifikasi keinginan konsumen
- c. Menentukan marketing mix

Ketiga unsur ini sangat menentukan arah dan strategi pemasaran para peternak:

Basu Swastha dan Iriawan menambahkan pula bahwa ada beberapa konsep yang menjadi dasar suatu strategi pemasaran yaitu:

- (1). Market segmentation
- (2). Market psition
- (3). Marketing mix strategi
- (4). Timing strategi

Untuk lebih jelasnya maka akan dijelaskan masing-masing sebagai berikut:

d 1). Market segmentation (segmentasi pasar)

Tiap-tiap dasar terdiri dari atas bermacam-macam pembeli yang mempunyai kebutuhan, kebiasaan membeli dan reaksi yang berbeda. Peternak tidak mungkin akan dapat memenuhi kebutuhan semua pembeli, karna itu peternak harus mengolompokkan pasar yang bersifat heterogen tersebut kedalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen.

d 2). Penentuan posisi pasar

Prinsip strategi ini memilih pada spesifik pemusatan pasar yang akan memberikan kesempatan maksimum kepada para peternak untuk mendapatkan kedudukan yang kuat, segmen pasar ini akan memilih 4 karakteristik yaitu:

- a. Berukuran cukup besar
- b. Mempunyai potensi untuk berkembang terus
- c. Tidak dimiliki atau dipenuhi oleh saingan
- d. Mempunyai kebutuhan yang belum terpenuhi, kebutuhan mana dapat dipuaskan oleh peternak yang akan memilih segmen pasar tersebut.

Ad 3) . Strategi Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah kumpulan variabel yang ada didalam usaha yang dapat digunakan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari pasar yang dituju. Variabel tersebut adalah yang berhubungan dengan produk, harga, promosi dan strategi. Jadi marketing mix strategi merupakan suatu strategi yang menyangkut koordinasi antara:

- a. Produk yaitu: Bagaimana karakteristik produk ditetapkan .
- b. Promosi yaitu: Bagaimana koordinasi cara-cara promosi yang digunakan.
- c. Harga yaitu: Bagaimana kebijaksanaan penetapan harga diputuskan.
- d. Distribusi yakni: Bagaimana cara pendistribusian produk atau barang dilaksanakan.

Ad 4) . Strategi Penentuan Waktu

Masalah penentuan waktu yang tepat merupakan suatu hal yang penting dalam melaksanakan program pemasaran. Bila peternak telah melihat adanya kesempatan dalam menyusun strategi pemasaran terlebih dahulu dilakukan persiapan-persiapan kemudian ditentukan saat yang tepat guna pelepasan barang kepasar.

(4) . Merumuskan Rencana Pemasaran

Para peternak perlu mengembangkan rencana tertulis dalam bentuk sasaran dan anggaran, jika telah menetapkan untuk mencapai suatu tingkat penjualan tertentu, baru kemudian dibuat keputusan-keputusan dibidang pemasaran, produksi, keuangan dan personalia.

(5) . Pengawasan Pemasaran

Fungsi pokok proses pengawasan yang harus dilakukan adalah:

- a. Mengetahui apa yang terjadi dari faktor-faktor yang diperoleh dan dapat membandingkan antara hasil riil dengan rencana, sehingga dapat ditentukan ada tidaknya penyimpangan.
 - b. Mengetahui mengapa hal ini terjadi, dalam hal ini menyangkut beberapa alasan tentang dapat dicapainya suatu hasil.
 - c. Menentukan tindakan selanjutnya, tindakan dapat merupaka perencanaan program untuk periode mendatang dan merencanakan kegiatan-kegiatan untuk memperbaiki kondisi apa yang kurang baik
- ketiga proses pengawasan tersebut diatas dapat juga merupakan unsur pengukuran kriteria yang kesemuanya merupakan perencanaan untuk periode yang akan datang.

2.1.2 Pengertian Tentang Harga

Harga adalah salah satu element penting dari marketing karena harga akan membawa pengaruh baik terhadap perekonomian secara keseluruhan. Harga dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba dalam hal ini harga menjadi suatu pengaruh dasar dari pada sistem perekonomian, secara keseluruhan karena pengaruh alokasi sumber-sumber yang ada.

Harga merupakan persoalan yang fundamental dalam dunia usaha, baik pembeli maupun penjual (produsen) setiap orang yang hendak memilih suatu barang dalam masyarakat moderen, haruslah mengeluarkan sejumlah uang yang dapat digunakan sebagai penukar barang tersebut disebut harga.

Jumlah uang yang dapat digunakan sebagai penukar barang tersebut disebut harga. Harga suatu barang adalah nilai pasar barang tersebut yang disertai keuntunagan dan dengan nilai inilah orang dapat memperoleh dan memiliki suatu barang yaitu dengan mengeluarkan sejumlah uang jadi harga merupakan salah satu penentu permintaan pasarnya, harga juga mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga market sharenya.

Jadi harga merupakan hal yang kompleks yang patut mendapat perhatian seperti yang dikemukakan oleh Basu swastha (1993:147) sebagai berikut:

“Harga adalah jumlah (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”.

Dalam defenisi ini Basu Swastha lebih menekankan pada sejumlah uang yang harus dilepaskan oleh pembeli untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang dan biasanya hanya merupakan kombinasi dari beberapa barang yang disertai juga dengan pelayanannya.

Definisi mengenai harga yang lain dikemukakan oleh Alex S. Nitisesmito (1984 : 5) mengemukakan bahwa:

“Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang dan jasa untuk dimiliki kepada pihak lain”.

Definisi ini menunjukkan harga asebagai alat ukur dalam bentuk uang yang harus dilepasakan oleh pembeli untuk mendapatkan suatu barang, dilain pihak pemilik barang tersebut memperoleh sejumlah uang sebagai imbalan di atas semua biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan atau membuat barang tersebut.

Sedangkan menurut Budiono (1986 : 40) mengatakan bahwa:

“Harga adalah gaya (kekuatan) tarik-menarik antara produsen dan konsumen yang bertemu dipasar. Hasil dari kekuatan tarik menarik tersebut adalah terjadinya harga untuk setiap faktor produksi”.

Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa harga merupakan pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkan sebelum terdapat kesepakatan antara pembeli dan penjual.

Basar kecilnya uang yang harus dikeluarkan oleh seseorang untuk memperoleh suatu barang tergantung pada kesepakatan penjual dan pembeli, dimana kesepakatan itu tentu dipengaruhi oleh faedah (utility) serta nilai barang itu bagi masing-masing pihak.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga adalah upaya untuk menentukan harga suatu produk, dimana harga tersebut dapat memberikan keuntungan yang memuaskan.

Adapun penetapan harga dasar mungkin tidak terlalu sulit sebab perternak menyesuaikan dan menawarkan barang sesuai dengan harga yang berlaku tidak ada orang atau perusahaan yang dapat mempengaruhi harga secara monopoli.

Sebagaimana telah dikemukakan pada bagian yang terdahulu, bahwa masalah penetapan harga haruslah betul-betul mendapatkan perhatian bagi setiap jenis usaha, khususnya yang diperuntukan oleh para peternak sebab bagaimanapun dari berbagai kemungkinan penetapan harga yang dapat ditempuh, masing-masing mempunyai akibat yang berlainan terhadap penghasilan laba, pendapatan penjualan peternak.

Untuk itu sebelum mengambil strategi dalam menetapkan harga suatu produk, haruslah lebih dahulu diperhitungkan sasaran harga dan pemasaran yang bagaimanakah yang diinginkan peternak untuk mendapatkan pendapatan.

Tujuan penetapan harga adalah sasaran yang ingin dicapai dengan penetapan harga suatu produk lebih lanjut, Hotyler mengemukakan tujuan dari penetapan harga sebagai berikut:

1. Bertahan hidup
2. Maksim alisasi laba jangka pendek
3. Unggul dalam bagian pasar
4. Unggul dalam kualitas produk

i. Bertahan Hidup

Para peternak merumuskan bahwa bertahan hidup akan dijadikan sebagian tujuan utamanya, jadi menghadapi kapasitas yang berlebihan, persaingan yang gencar atau perubahan keinginan konsumen, agar usaha bisa terus berjalan serta persediaan terus berputar, maka para peternak harus bisa memasang harga jual yang rendah dengan harapan bahwa pasar akan peka terhadap harga. Dalam hal ini bertahan hidup dianggap sebagai sesuatu yang memiliki arti yang lebih besar dari pada sejumlah keuntungan.

Memaksimalkan Laba Jangka Pendek

Kebanyakan peternak memutuskan tingkat harga yang nantinya akan menghasilkan keuntungan setinggi mungkin, mereka memperkirakan bahwa permintaan dan biaya yang hubungannya dengan tingkat harga. Kemudian memutuskan satu tingkat harga tertentu yang diharapkan akan menghasilkan tingkat keuntungan yang maksimal, dengan kata lain peternak lebih menekankan prestasi keuangan jangka pendek daripada jangka panjang.

Unggul Dalam Bagian Pasar

Selain yang telah disebutkan sebelumnya peternak, peternak lain berusaha meraih pasar yang dominan, mereka berusaha agar bagian pasarnya yang terbesar dengan jalan memasang harga serendah mungkin, satu variasi lain daripada tujuan bagian pasar, jadi adalah mencari bagian pasar tertentu.

5. Unggul Dalam Kualitas Produk

Peternak petelur mungkin bertujuan untuk menjadi pemimpin dalam hal kualitas produk dipasarnya, pada umumnya peternak seperti ini menetapkan harga tinggi agar bisa menutupi tingginya biaya pengembangan serta biaya untuk menghasilkan mutu produk yang tinggi.

2. Pengertian Break Event Point

Analisa Break Event Point adalah suatu tehnik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan volume kegiatan. Apabila suatu usaha peternakan hanya mempunyai biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah break event dalam usaha peternakan tersebut, masalah break event baru muncul apabila suatu usaha peternakan hanya mempunyai biaya variabel saja, maka tidak akan muncul masalah break event dalam usaha peternakan tersebut. Masalah break event baru muncul apabila suatu usaha peternakan disamping mempunyai biaya variabel juga mempunyai biaya tetap. Besarnya biaya variabel secara totalitas akan berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produksi, sedangkan besarnya biaya tetap secara totalitas tidak mengalami perubahan meskipun ada perubahan volume produksi.

Adapun biaya yang termasuk golongan biaya variabel pada umumnya adalah bahan mentah, komisi penjualan, sedangkan yang termasuk biaya tetap pada umumnya adalah depresiasi aktiva tetap, sewa, gaji pegawai, gaji pimpinan, dan biaya kantor.

Karena adanya unsur variabel disatu pihak dan unsur tetap dilain pihak, maka dapat terjadi bahwa suatu usaha peternakan dengan volume

produksi tertentu menderita kerugian karena penghasilan penjualannya hanya menutup tetap tidak cukup untuk menutup biaya tetapnya, penghasilan penjualan setelah dikurangi biaya variabel merupakan bagian dari penghasilan penjualan yang tersedia untuk menutup biaya tetap biasanya dinamakan Contribution Margin. Apabila Contribution Margin lebih besar dari pada biaya tetap, berarti penghasilan penjualan lebih besar dari pada biaya total, maka usaha peternakan mendapatkan keuntungan. Berhubung dengan itu maka sangatlah penting bagi pimpinan suatu usaha peternakan untuk mengetahui pada volume kegiatan atau volume produksi penjualan dapat tetap menutup biaya totalnya untuk dapat menghindari kerugian.

Menurut penjelasan Dra. Any Agus Kana (1986 : 257) memberikan penjelasan mengenai definisi Break Even Point sebagai berikut:

“Analisa Break Event adalah suatu teknik analisa untuk mempelajari hubungan antara biaya tetap, biaya variabel, keuntungan dan biaya aktivitas”.

Selanjutnya menurut Drs Bambang Riyanto (1979:292) memberikan penjelasan mengenai Break Even Point sebagai berikut :

“Volume penjualan dimana penghasilannya (revenue) tepat sama besarnya dengan biaya totalnya, sehingga perusahaan tidak

mendapat keuntungan ataupun menderita kerugian dinamakan break event point”.

Dari pengertian di atas jelaslah bahwa titik dimana jumlah penerimaan penjualan persis sama dengan seluruh biaya yang dikeluarkan (total revenue = total cost).

Dikatakan bahwa operasinya maka peternakan yang disertai dengan biaya tetapi itu dalam keadaan break event kalau contribution margin tepat sama besarnya dengan biaya tetapnya

2.3. Pengertian Pendapatan

Menurut apa yang dikemukakan oleh Winardi (1986:245) mengemukakan pengertian pendapatan bahwa :

“Pendapatan atau penghasilan adalah hasil berupa yang atau hasil material dan hasil lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan dan jasa-jasa manusia”.

Definisi di atas dapat dikemukakan bahwa pendapatan selain dapat dinilai sebagai suatu balas jasa juga dapat ditinjau dari segi pemanafaatannya sebagai konsumsi bagi sipenerima pendapatan tersebut.

Sedangkan Albert Mayer (1447) mengemukakan uraiannya mengenai pengertian tentang pendapatan sebagai berikut:

“Pendapatan seseorang sebagai nilai barang dan jasa yang dapat dikonsumsi dalam satu jangka waktu tertentu dan pada akhirnya jangka waktu itu masih mempunyai kekayaan yang sama banyaknya pada permulaan”.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa pendapatan merupakan balas jasa akan tetapi jika ditinjau dari segi manfaatnya terutama dalam memenuhi kebutuhan atau konsumsi dari pihak penerima pendapatan tersebut, maka pendapatan disini dimaksudkan segala memenuhi kebutuhan yang tidak mengurangi nilai dan kekayaan semua penerimaan kekayaan tersebut, sedangkan menurut para pakar ekonomi mengemukakan pengertian pendapatan ansiklopedia (1986 : 17) sebagai berikut:

“Pendapatan adalah suatu penghasilan yang diterima oleh seseorang, daerah maupun negara dari semua kegiatan yang dilakukan”.

Dengan demikian pendapatan yang dimiliki masyarakat suatu daerah menunjukkan tingkat kesejahteraan dapat pula meningkat. Namun dilain pihak peningkatan pendapatan yang dimiliki seseorang belum tentu dapat menaikkan taraf hidupnya.

Dalam usaha untuk meningkatkan pendapatan berbagai usaha yang dilakukan baik secara individu maupun berkelompok di bidang usaha peternakan lebih jelasnya penulis mengutip konsep pendapatan dalam

buku analisis pendapatan nasional karangan Dra. Kadavia (1984 : 28) sebagai berikut:

“pendapatan terdiri dari penghasilan berupa upah atau gaji, bunga, sewa, defident dan keuntungan merupakan suatu arus yang diukur dalam satuan jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun”.

Jadi berdasarkan pengertian tersebut pendapatan merupakan hasil dari pekerjaan bagi karyawan dan buruh atau tenaga kerja defident bagi pemilik usaha dan keuntungan pedagang atau penjual.

4. Teori Biaya Produksi Hasil Peternakan

Seorang peternak harus cermat dalam mengelolah usaha peternakannya. Kebanyakan peternak tidak dapat mencapai hasil yang optimum karena kurang mengetahui biaya-biaya yang dikeluarkan sebagaimana usaha produktif lainnya. Usaha peternakan pun tidak luput dari biaya serta pada hakekatnya seseorang produsen termasuk peternak ayam petelur dalam hal ini melaksanakan produksinya untuk menghasilkan sejumlah output tertentu, pengusaha ternak harus mengeluarkan kewajiban lainnya seperti misalnya pajak bumi dan bangunan dan lain-lain biaya agar kelangsungan produksinya dapat terlaksana dengan baik tidak dihantui dengan ancaman dari pihak pihak lain.

Pengeluaran inilah yang disebut dengan biaya dalam proses produksi dan ada juga biaya langsung dan biaya tidak langsung dalam proses produksi tersebut:

Untuk itu menurut Sumitro Djyohadikusumo (1980 : 1) memberikan pengertian biaya sebagai berikut:

“Cost ialah pengeluaran yang diukur secara terus menerus dalam uang atau potensial harus dikeluarkan untuk mencapai tujuan tertentu, dan sedapatnya pengeluaran harus dapat diperhitungkan dengan keuntungan yang diperoleh dari proses produksi”.

Sedangkan menurut ononim (1974 :53), pengertian biaya atau cost adalah sebagai berikut:

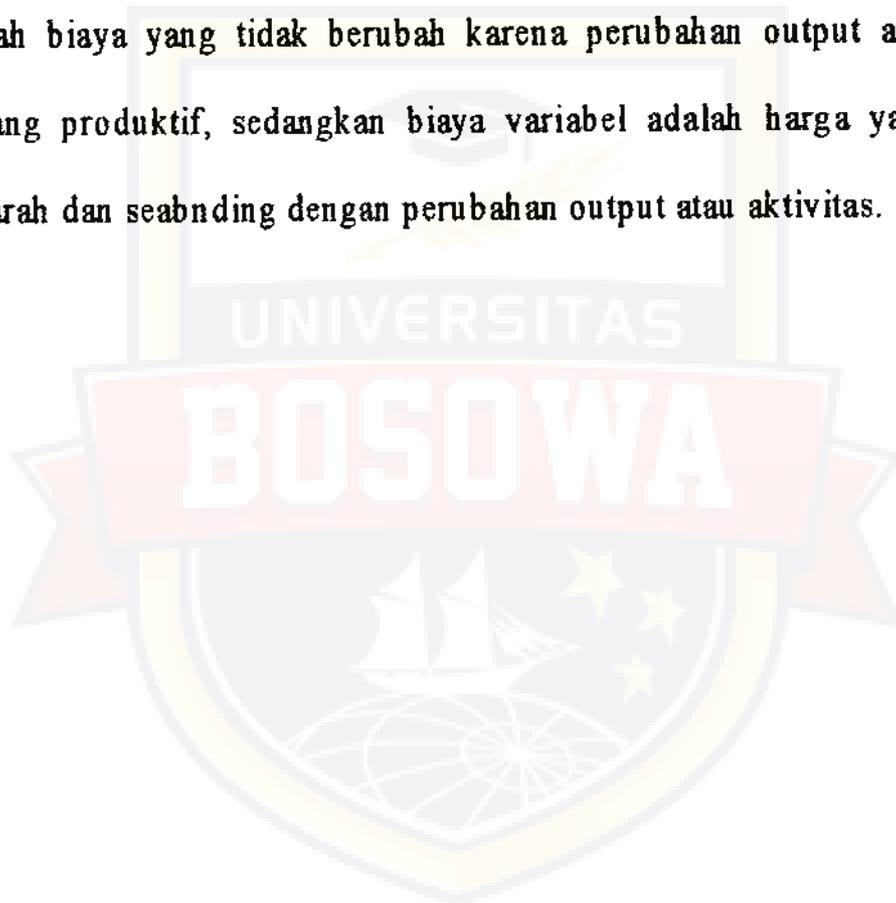
“Biaya adalah sejumlah uang diukur dalam satuan uang yaitu pengeluaran-pengeluaran dalam bentuk konstan modal-modal, saham, jasa-jasa atau yang diserahkan atau kewajiban-kewajiban yang ditimbulkannya dalam hubungannya dengan barang-barang atau jasa-jasa yang diperoleh”

Dari pengertian tersebut di atas, biaya dapat disimpulkan bahwa sejumlah pengeluaran secara langsung maupun tidak langsung, potensial harus dikeluarkan dan dapat diukur dalam bentuk uang guna menghasilkan pendapatan.

Cara yang digunakan peternak yang berdasarkan jenis biaya, maka biaya itu dapat dibagi atas biaya tetap dan biaya variabel sebagaimana yang di kemukakan winardi (1981: 31) adalah sebagai berikut:

“Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah walaupun produksi diubah hingga jumlah tertentu. Sedangkan biaya variabel adalah biaya-biaya yang berubah langsung dengan jumlah kesatuan-kesatuan yang diproduksi misalnya bahan-bahan pembantu dan sebagian besar dari upah dan sebagainya”.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya tetap (fixed cost) adalah biaya yang tidak berubah karena perubahan output atau aktivitas yang produktif, sedangkan biaya variabel adalah harga yang berubah searah dan sebanding dengan perubahan output atau aktivitas.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Daerah Penelitian

Adapun daerah dan lokasi penelitian penulis memperoleh data untuk penulisan skripsi ini adalah didaerah tingkat II Kotamadya Pare-pare. Sebagai salah satu daerah tingkat II di SUL-SEL mempunyai jarak antara Makassar sebagai ibu kota propensi ada 155 km yang ditempuh dengan melalui transportasi darat selama kurang lebih 3 (tiga) jam, bila dilihat dari keadaan alamnya, daerah ini mempunyai luas wilayah 99,33 km² yang terdiri dari 3 (tiga) kecamatan yakni kecamatan Soreang, kecamatan Ujung dan kecamatan Bacukiki. Dari 3 (tiga) kecamatan yang ada di kotamadya Pare-Pare, penulis memilih kecamatan bacukiki untuk dijadikan daerah penelitian. Kecamatan ini terletak disebelah timur kotamadya Pare-Pare. Adapun luas kecamatan bacukiki adalah 79,7 km² yang memiliki 9 (sembilan) Kelurahan yakni Kelurahan Lumpue, Kelurahan Watang Bacukiki, Kelurahan Lemoe, Kelurahan Lompoe, Kelurahan Bumi Harapan, Kelurahan Sumpang Minangae, Kelurahan Cappagalung, Kelurahan Tirosompe, Kelurahan Kampung Baru, ibu kota kecamatan Bacukiki terletak di Bumi Harapan poros Makassar Pare-pare.

2. Wawancara : Dimana penulis melakukan wawancara dengan pemilik peternakan, serta tenaga kerja yang berkompeten dalam bidangnya masing-masing yang dianggap memberikan keterangan.
3. Literatur : Bahan-bahan (buku), bacaan yang ada kaitannya dengan pembahasan skripsi dan lain-lain yang tepat memberikan informasi tambahan.

3.4. Metode Analisis

Metode analisi yang digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan sekaligus memecahkan masalah di atas adalah sebagai berikut :

Dengan menggunakan metode Break Event Point yaitu dimana jumlah penerimaan penjualan persis sama dengan seluruh biaya yang dikeluarkan ($\text{total revenue} = \text{total cost}$) Break Event Point menggunakan formula sebagai berikut :

$$\text{Bep (unit)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Harga jual/unit} - \text{Biaya variabel}}$$

$$\text{Bep (Rp)} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{Biaya variabel}}{\text{Penjualan bersih}}}$$

Sedangkan untuk mengetahui tingkat pendapatan digunakan formulasi sebagai berikut :

Dimana :

$$\Pi = \text{TR} - \text{TC}$$

Π = Keuntungan bersih yang diperoleh petani dari hasil usaha peternakan.

TR = Jumlah penerimaan yang diterima oleh peternak dari hasil peternakannya.

TC = Seluruh biaya yang digunakan atau dikeluarkan dalam operasionalnya.

3.5. Kerangka Konseptual

Adapun konsep operasional penulis skripsi ini adalah sebagai berikut :

- Harga merupakan suatu ukuran yang menunjukkan berapa besar nilai suatu barang/jasa.

- Harga jual merupakan suatu perwujudan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mengelola peternakan telur ayam ras.
- Pendapatan adalah jumlah keuntungan bersih yang diterima oleh petani dari hasil usaha peternakan.
- Biaya adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh peternak selama proses produksi berlangsung.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Cara Beternak Ayam Petelur

Sebenarnya semua bangsa burung petelur, mulai dari burung yang hidupnya dengan mengandalkan kaki, telur yang merupakan bakal anak dan mengusahakan sejumlah bahan makanan yang lezat untuk pertumbuhan, tumbuhlah niat untuk mengembangkan bangsa unggas yang bertelur ini agar telurnya dapat dimakan dan unggasnya sendiri dapat dipotong.

Usaha peternakan ayam petelur itu melibatkan beberapa unsur sekaligus dan setiap unsur saling berkaitan. Unsur-unsur yang dimaksud seperti berikut ini :

- Unsur teknis.

Didalam unsur teknis ini terdapat tiga unsur kecil yang saling berkaitan, unsur teknis inilah yang menyebabkan ayam petelur dapat hidup dengan sehat lalu bertelur.

- Unsur bisnis

Usaha peternakan harus dapat menguntungkan sebab untuk menghasilkan telur tadi memerlukan biaya. Biaya yang telah dikeluarkan itu harus di tutup dengan hasil penjualan telur, oleh karena itu untuk kelangsungan

peternakan harus ada kelebihan dari hasil penjualan. Kelebihan itu disebut keuntungan.

- Unsur Manajemen

Salah satu unsur yang paling yang juga untuk menyelaraskan kedua unsur tadi adalah unsur manajemen. Unsur manajemen peternakan ini akan mungkin sama dengan unsur peternakan yang ada.

4.1.1. Persiapan Peternak

Sebelum beternak, beberapa hal berikut perlu diperhatikan

- Kesungguhan hendak memelihara ayam petelur
- Tujuan pemeliharaan

Tujuan pemeliharaan ini perlu sebab tanpa tujuan sudah tentu tindakan yang dilakukan akan gegabah dan sulit mencapai sukses.

Tujuan ayam beternak ayam dapat berupa :

- a. Tujuan komersial untuk memperoleh keuntungan
- b. Sekedar mengisi waktu luang untuk memperoleh nilai manfaat atau
- c. Sekedar memanfaatkan sumber daya (berupa tanah, modal maupun keahlian yang dimiliki).

- Sumber daya yang tersedia

Sebelum beternak harus tersedia sumber daya yang dibutuhkan untuk kelancaran beternak, misalnya tanah yang sesuai, modal yang memadai, modal kerja yang terampil dan pengetahuan.

1. Faktor Produksi

- a. tanah
- b. modal
- c. Tenaga kerja
- d. Faktor-faktor lain

2. Pemilihan type ayam

- a. type ayam petelur ringan
- b. type ayam petelur medium

Ternak dan peternakan merupakan suatu kegiatan merupakan suatu kesatuan. Hal yang berkaitan dalam peternakan itu sendiri terdiri dari 3 fungsi utama seperti berikut ini :

1. Bagian produksi
2. Bagian atau areal administrasi dan perumahan
3. Bagaian untuk perluasan dan pengentangan

Ada beberapa syarat yang telah dikemukakan untuk peternakan petelur berikut ini, ada dua upah utama yang dijadikan patokan yaitu :

1. Aspek finansial atau kepentingan usaha

Faktor ini sudah pasti harus diutamakan sebab modal yang ditanam harus kembali dan usaha itu harus bermanfaat. Kriteria pemilihan peternakan yang berkaitan dengan ini adalah dekat dengan pusat sarana produksi (Rangsang, bibit, alat-alat peternakan dan obat-obatan) dan tidak jauh dari daerah pemasaran hasilnya.

2. Aspek teknis

Setelah aspek pertama dipilih, maka yang terpenting adalah suasana peternakan yang akan dipilih itu paling tenang dan cukup air.

4.1.2 Menentukan jumlah ayam yang hendak dipelihara.

Pangsa pasar yang akan dikuasi sebaiknya telah dapat diperkirakan sebelum memulai peternakan sebab dari pangsa pasar itulah dapat dirancang jumlah ayam yang hendak dipelihara. Dengan demikian dapat diketahui jumlah kandang yang akan dibangun misalnya jumlah produk yang akan disiapkan, perabotan yang harus disiapkan dari semua itulah dapat diketahui jumlah uang kontan yang perlu dipersiapkan dan segera dipakai.

4.1.3 Mempersiapkan Tenaga Kerja

Dalam hal persiapan tenaga kerja peternak hanya sibuk sesaat terutama pada hal-hal yang berkaitan dengan aktivitas peternakan. Itulah sebabnya suasana peternakan selalu tampak sunyi.

Kegiatan dipeternakan unggas ini dibagi menjadi dua aktivitas :

1. Aktivitas Fisik

Aktivitas ini meliputi segala aktivitas rutin operasional dan produksi dan termasuk dalam hal ini adalah memberi makan, memberikan tempat makan dan minum, vaksinasi, dll. Karena fisik, jenis aktivitas ini dapat dilakukan dari pelajar yang hanya mengandalkan tenaga, mereka cukup diberi tahu hal-hal yang hanya diumumkan, setelah dilatih sebentar mereka akan terbiasa. Tahun untuk ini memang diperlukan dalam operasional peternakan dalam kuantitasnya menempati 70 % dari total tenaga kerja dipeternakan.

2. Aktivitas Bukan Fisik

Aktivitas ini meliputi segala kegiatan yang hanya mengandalkan pikiran dan analisis, walaupun tampak hanya berdiam dan duduk dikantor peternakan tetapi hal semacam inilah yang menentukan kelangsungan

peternakan, karena sifatnya merangkum semua operasional peternakan dan memerlukan pikiran yang teliti.

Karena pekerjaan aktivitas terbesar berada diaktivitas fisik maka sebaiknya tidak terjadi peternakan di luar lebih dahulu dengan penentuan kriteria tingkat yang diperlukan lebih mudah, qaktivitas dipeternakan itu dapat dirangkum sebagai berikut:

- a. Kesibukan dipeternakan bersifat temporer
- b. Fisik utama beternak ayam petelur terletak pada keuntungannya dalam hal ini fungsi pengawasan dan pengendalian sangat berperan untuk mengontrol kejujuran tenaga kerja.
- c. Sifat kerja dipeternakan monoton (pekerjaan yang akan dan sedang dilakukan sama saja dari sebelumnya)
- d. Lokasi peternakan umumnya jauh dari keramaian.

4.1.4 Mengenal bibit

Ada dua tipe ayam petelur, yaitu tipe ringan dan tipe medium.

Ayam petelur tipe ringan merupakan ayam ras yang khusus dikembangkan untuk beternak saja

Ciri-ciri dari ayam tipe ringan, antara lain:

- a. berbadan ramping
- b. kecil
- c. mata bersinar
- d. berjengger tunggal merah darah

Sedangkan ayam tipe medium, selain dikembangkan untuk produksi telurnya juga untuk diambil dagingnya sehingga bobot tubuhnya lebih besar daripada ayam petelur tipe ringan.

Dari beberapa tipe ayam ini, peternak mempunyai dua pilihan yang berkaitan sangat erat dengan strategi pemasaran dan tujuan peternak

Tujuan dan strategi itu harus ditentukan terlebih dahulu sebelum peternak menentukan tipe ayam yang akan dipilihnya.

Apabila tujuan beternak untuk produksi dan penjualan telur maka ayam tipe ringan yang sebaiknya diambil dalam batas yang dikehendaki, ayam tipe ringan ini dapat di kombinasikan dengan ayam petelur tipe dwiguna dengan dasar itu, ayam peternaklah yang di pelihara sehingga tujuan

dan permintaan pasar yang juga telah menentukan type ayam yang sebaiknya di pelihara.

Apabila type ayam yang akan dipelihara telah jelas, kini tinggal memilih bibitnya. Di Indonesia banyak sekali bibit ayam dijual namun kriteria dalam hal ini tergantung pada hal-hal berikut ini :

- Konversi Rangsum

Konversi rangsum ini merupakan suatu ukuran kualitas bibit ayam, dalam kehidupan dipeternakan konversi rangsum merupakan perbandingan antara rangsum yang dihasilkan ayam telah menghasilkan sejumlah telur, keadaan ini sering di sebut dengan rangsum 1 Kg telur. Ayam yang baik akan makan sejumlah rangsum dan menghasilkan telur yang lebih banyak dan lebih besar daripada sejumlah rangsum yang akan di makannya dan sebaliknya.

- Produksi Telur

Produksi telur sudah tentu menjadi perhatian, dipilih bibit yang dapat memproduksi lebih banyak, namun konversi rangsum tetap menjadi pegangan sebab ayam yang mempunyai produksi telur tinggi tetapi mekannya juga tampak tidak diperhitungkan.

- Prestasi Bibit di Lapangan atau dipeternakan

Sehebat apapun promosi penjual bibit akan terbukti setelah bibit dipelihara, namun peternak pun tidak boleh lupa diri sebab bibit yang

baik dapat menjadi sangat tidak baik. Ayam ras sangat tergantung pada pemeliharaan dan rangsum yang diberikan, apabila hidangannya tidak baik maka kemampuan ayam untuk bertelur hanya dalam sebatas kemampuan bibit itu.



Tabel II
Contoh Prestasi Beberapa Jenis Bibit Ayam Petelur

Nama Bibit	Warna Bulu	Tipe	Produksi Telur (Hen House *)	Konversi Ransum (kg/dosin telur *)
Babcock B-300 V	Putih	Ringan	270	1,82
Dekalb XI-link	Putih	Ringan	255-280	1,8-2,0
Hisex white	Putih	Ringan	288	1,89
H & W nick	Putih	Ringan	272	1,7-1,9
Hubbard leghorn	Putih	Ringan	260	1,8-1,86
Ross white	Putih	Ringan	275	1,9
Shfer S 288	Putih	Ringan	280	1,7-1,9
Babcock B 380	Cokelat	Dwiguna	260-275	1,9
Hisex brown	Cokelat	Dwiguna	272	1,98
Hubbarb golden-Comet	Cokelat	Dwiguna	260	1,24-1,3
Ross brown	Cokelat	Dwiguna	270	2,0
Shaver star cross	Cokelat	Dwiguna	265	2,0-2,08
Warren sex sallink	Cokelat	Dwiguna	280	2,04

Sumber: Banks, 1979

4.1.5 Pencegahan Penyakit

Dalam suatu peternakan yang di kelola secara baik dan benar, pencegahan penyakit merupakan salah satu tindakan penting yang harus di terapkan oleh peternak. Pencegahan penyakit jauh lebih dilakukan dibandingkan mengobati ayam yang sudah sakit. Apabila pencegahan penyakit dilakukan secara intensif maka kecil kemungkinan ayam akan terserang penyakit. Beberapa penyakit penting yang menyerang ayam petelur hanya dibahas secara umum agar diketahui cara pencegahannya.

Secara umum, penyakit yang menyerang ayam petelur disebabkan oleh mikroorganisme, seperti bakteri, virus, jamur protozoa, dan parasit.

1. Penyakit karena bakteri

Penyakit yang disebabkan oleh bakteri banyak menyerang ayam petelur dan unggas lainnya. Penyakit karena bakteri ini sudah diobati dengan anti biotika. Selain mudah diobati, penyakit ini mudah pula berjangkit. Beberapa penyakit yang disebabkan oleh bakteri adalah sebagai berikut :

a. Penyakit berak putih atau pullorum

Penyebab penyakit berak putih adalah *sallmonella pullorum*. Penyakit ini sering juga menyerang ayam kampung dengan angka kematian cukup tinggi.

b. Fowl thyhoid

Penyakit fowl thyhoid disebabkan oleh *sallmonella gallinarum*. Sasaran yang sering diserangnya adalah ayam remaja dan dewasa. Tanda spesifik penyakit ini adalah ayam mengeluarkan tinja yang berwarna hijau kekuningan. Pengobatannya dengan antibiotika atau preparat sulfa.

c. Pharathyphoid

Penyakit ini juga disebabkan oleh bakteri dari gegussalmonella. Biasanya penyakit ini menyerang ayam dibawah umur satu bulan. Pengobatannya dengan preparat sulfa.

d. Kolera

Selain menyerang ayam, penyakit kolera juga banyak menyerang bangsa unggas lain, misalnya kalkun, dan burung merpati. Namun, penyakit ini jarang menyerang anak ayam atau ayam remaja. Penyebab penyakit ini adalah *Pasteurella multocida*. Pada serangan yang serius pial ayam (gelambir dibawah paruh) akan membesar. Penyakit ini juga mudah diobati dengan antibiotika, misalnya tetrasiklin atau streptomisin.

e. Coryza atau pilek ayam

DI Indonesia, coryza merupakan penyakit ayam yang cukup seperti halnya pilek seperti manusia. Penyakit ini disebabkan oleh bakteri, tetapi ada ahli yang mengatakan bahwa penyebabnya adalah makhluk intermediet antara bakteri dan virus. Penyakit ini menyerang semua umur ayam yang terutama menyerang anak ayam. Ayam yang terserang penyakit ini menunjukkan tanda-tanda seperti orang yang terserang pilek. Ayam yang terkena penyakit coryza dapat disembuhkan dengan antibiotika atau preparat sulfa.

f. CRD

CRD merupakan penyakit pada ayam yang juga populer di Indonesia. Penyakit pernapasan ini banyak menyerang anak ayam dan dapat juga

menyerang ayam remaja. Pencegahan dan pengobatan penyakit ini dapat dilakukan dengan antibiotika, misalnya dengan spiramisin dan tilosin.

g. Infeksi synovitis

Penyakit ini sering menyerang ayam muda, terutama pada ayam broiler dan kalkun. Infeksi sinovitis disebabkan oleh bakteri dari genus *Mycoplasma*. Seperti halnya penyakit lain yang disebabkan oleh bakteri, synovitis dapat juga disembuhkan dengan antibiotika.

2. Penyakit karena virus

Berbeda dengan penyakit ayam yang disebabkan oleh bakteri, penyakit ayam yang disebabkan oleh virus belum dapat diobati. Serangkaian penelitian terus dilakukan dalam upaya menemukan obat untuk mengalahkan virus. Di Indonesia penyakit ini masih populer untuk ayam petelur, ayam broiler, maupun ayam kampung. Serangan penyakit yang disebabkan oleh virus jarang menimbulkan kematian dalam angka cukup tinggi. Beberapa penyakit yang disebabkan oleh virus diantaranya dapat disebutkan oleh berikut

a. Newcastle disease

Newcastle disease (ND) adalah salah satu penyakit oleh virus yang sangat populer dikalangan peternak ayam di Indonesia. Pada awalnya penyakit ini ditemukan tahun 1926 di daerah priangan, Indonesia. Namun,

pememuan tersebut tidak tersebar luas keseluruh dunia. Kemudian di Newcastle, Eropa, penyakit ini ditemukan dan diberitakan keseluruh dunia. Pada akhirnya, penyakit ini lalu disebut Newcastle disease.

b. Infeksi bronchitis

Infeksi bronchitis menyerang ayam semua umur ayam. Pada ayam dewasa, penyakit ini menurunkan produksi telur. Selain itu infeksi bronchitis juga merupakan penyakit pernapasan yang serius untuk anak ayam dan ayam remaja. Tingkat kematian ayam dewasa yang terserang penyakit ini rendah, tetapi pada anak ayam dapat mencapai 40 %. Bila menyerang ayam petelur dapat menyebabkan telur lembek, kulit telur tidak normal, putih telur encer, kuning telur mudah berpindah tempat (kuning telur yang normal selalu ada ditengah). Tidak ada pengobatannya dan dapat dicegah dengan vaksinasi.

c. Infeksi laryngotracheitis

Infeksi laryngotracheitis merupakan penyakit pernapasan yang serius terjadi pada unggas. Penyakit ini disebabkan oleh virus yang diidentifikasi dengan *terpia avium*. Virus ini diluar mudah di bunuh dengan desinfektan, misalnya karbol. Tidak ada obat untuk mengatasi penyakit ini, tetapi pencegahannya dapat dilakukan dengan vaksinasi dan sanitasi yang ketat.

d. Fowl pox atau cacar ayam

Tubuh ayam misalnya bagian jengger, yang terserang akan bercak-bercak cacar. Penyakit ini disebabkan oleh virus *Borreliota avium*. Pencegahannya dapat dilakukan dengan vaksinasi.

e. Penyakit marek

Penyakit menjadi populer sejak tahun 1980-an dan hingga kini banyak menyerang banyak bangsa unggas. Akibatnya serangannya mengakibatkan kematian ayam hingga 50 %. Penyakit ini juga dapat dicegah dengan vaksinasi.

f. Penyakit gumboro

Akhir-akhir penyakit gumboro populer di Indonesia. Penyakit gumboro ini ditemukan tahun 1963 oleh Cosgrove di daerah Delmarva, Amerika Serikat. Penyakit ini menyerang bursa fabrisius, khususnya menyerang anak ayam berumur 3-6 minggu.

3. Penyakit karena jamur atau toksik lainnya

Penyakit ini terjadi karena ada jamur atau sejenisnya yang merusak bahan makanan. Hasil pengerusakan itu menghasilkan zat racun yang kemudian dimakan ayam. Selain itu, adapula pertakukan pengolahan yang menyebabkan asam amino berubah menjadi zat racun. Beberapa contoh penyakit yang disebabkan oleh jamur atau toksit adalah sebagai berikut.

a. Gizzerosin

Penyakit muntah darah hitam dengan ciri utama kerusakan total pada gizzard ayam. Penyebabnya adalah racun dalam tepung ikan, tetapi tidak semua tepung ikan menimbulkan penyakit ini. Penyakit ini sebagai akibat pemanasan bahan makanan yang menguraikan salah satu asam amino sehingga menjadi racun. Penyakit ini tidak ada obatnya.

b. Racun dari bungkil kacang

Minyak yang masih tinggi dalam bungkil kelapa dan bungkil kacang akan merangsang pertumbuhan jamur dari grup *Aspergillus*. Racun yang dikeluarkannya berbahaya bagi ayam. Untuk menghindari bungkil kacang ini sebaiknya dalam ransum tidak digunakan anti oksida maupun bungkil kacang dan bungkil kelapa yang mengandung kadar lemak tinggi.

Penyakit asal jamur atau toksin populer di Indonesia yang merupakan negara tropis lembab. Oleh karena itu, bagi peternak yang menyusun ransum sendiri harus hati-hati, terutama pada bungkil kelapa, bungkil kacang tanah, dan tepung ikan. Sebelum menggunakan , bungkil kelapa dan bungkil kacang tanah dicium dahulu. Bila berbau tengik dan ada bercak putih kuning bagaikan kapas kotor sebaiknya jangan dibeli. Tepung ikan, bungkil kelapa/kacang yang baik berbau harum, kering dan cerah.

Pada saat membeli tepung ikan harus lebih berhati-hati. Tepung ikan kemungkinan beracun dan dapat menyebabkan penyakit gizzerosin. Tepung ikan lokal memang tidak menyebabkan penyakit gizzerrosin, tetapi kualitasnya belum tentu baik, bahkan kadang kala dicampur dengan urea.

4. Penyakit karena parasit

Parasit tidak menyebabkan ayam mati, tetapi dapat menimbulkan kegelisahan dan menurunkan produksi telur. Berikut ini beberapa jenis parasit.

a. Cacing

Penyakit karena cacing agak jarang terjadi dipeternakan yang bersih dan terpelihara dengan baik. Akan tetapi, peternakan yang kotor, misalnya banyak siput, air minum kotor, dan lain-lain, mungkin saja ayam terkena cacingan. Ayam yang terserang cacingan mempunyai ciri-ciri : tubuhnya kurus, bulunya kusam, produksi telurnya merosot, dan kurang aktif.

b. Kutu

Kutu memang banyak menyerang ayam di peternakan ayam di Indonesia. Dari luar kutu memang tidak kelihatan, tetapi bila bulu ayam disibab akan terlihat kutu hilir mudik. Ayam yang terserang kutu tidak memperlihatkan tanda-tanda secara fisik, tetapi dapat menimbulkan kegelisahan. Kutu ini umumnya terdapat pada kandang tidak terkenne sinar

matahari langsung. Oleh karena itu, sisi samping kandang diarahkan melintang dari timur ke barat.

Cara penggunaan obat kutu berbentuk semprotan sama seperti penyemprotan nyamuk. Penggunaan obat ini sebaiknya tidak mengenai mata si peternak, serta tangan secara langsung. Penyemprotan dilakukan pada malam hari (gelap) sehingga pelaksanaannya lebih mudah karena ayam tidak aktif.

5. Penyakit karena protozoa

Penyakit asal protozoa ini tidak menyebabkan kematian yang serius tetapi kadang kala cukup menjengkelkan pula. Penyakit asal organisme bersel tunggal ini dapat pula dimasukkan ke dalam parasit, walaupun sebenarnya asalnya berbeda. Beberapa penyakit asal protozoa adalah trichomoniasis, hexamitiasis, dan blackhead. Namun, penyakit ini jarang menyerang ayam petelur pada peternakan yang dikelola dengan baik dan bersih. Di sekitar kandang diusahakan bersih dari alang-alang dan genangan air.

Beberapa jenis penyakit akan menjadi berbahaya apabila terjadi beberapa kondisi berikut:

1. Kondisi tubuh yang melemah

Melemahnya kondisi tubuh ayam dapat disebabkan oleh beberapa faktor berikut :

a. Tercekam.

Ayam petelur mudah sekali terkejut. Apabila ada bunyi-bunyian, petir, hujan deras, orang berlari, atau segala sesuatu yang tidak biasa dilihat dan didengar maka ayam akan merasa cemas dan terkejut. Ayam yang sudah tercekam, daya tahan tubuhnya melemah. Pada saat inilah bibit akan menjadi berbahaya bagi ayam

b. Ransum yang buruk

Ransum yang tidak mengandung kebutuhan nutrisi yang dibutuhkan oleh ayam akan menyebabkan daya tahan tubuhnya melemah. Ransum yang mengandung kadar protein sedikit, bahan makanan ransum tercemar, beracun, atau keburukan ransum yang lain akan mengurangi masuknya unsur gizi ke dalam tubuh ayam. Kurangnya kebutuhan yang seharusnya terpenuhi akan memperlemah daya tahan tubuh ayam terhadap penyakit. Saat inilah virus dan bakteri yang semula tidak berbahaya mempunyai kesempatan untuk berkuasa dalam tubuh.

c. Lingkungan cuaca setempat.

Hujan terus menerus dan kelembaban yang tinggi akan menyuburkan pertumbuhan jamur dan bibit penyakit lainnya. Pada saat ini penyakit

snot atau pilek ayam akan sering menyerang anak ayam dan ayam remaja

2. Perlakuan peternak sendiri.

Peternak yang tidak serius memelihara ayam, peternakan jorok dan sangat kotor, pegawai kandang yang semberono, dan alat-alat peternakan tidak teratur serta kotor akan menyebabkan daya tahan ayam berkurang sehingga bibit penyakit mempunyai kesempatan untuk menyerang.

3. Umur ayam

Anak ayam dan ayam remaja memang masih lemah dan belum kuat untuk melawan penyakit. Oleh karena itu, tidak heran bila vaksinasi dan pemberian vitamin maupun mineral banyak terjadi untuk anak ayam.

4. Type ayam

Type ayam ringan lebih sensitif terhadap cekaman dari ayam type medium. Namun, ayam type medium lebih sensitif terhadap beberapa penyakit daripada ayam type ringan.

Dari beberapa alasan itu, peternak (terutama calon peternak) tidak perlu khawatir ayamnya kelak terserang penyakit. Selama Anda melakukan pencegahan dengan baik, penyakit tidak akan mudah menyerang.

Pencegahan penyakit dibagi menjadi dua cara, yaitu melalui tata laksana harian dan melalui obat – vaksin. Keduanya digunakan bersama dan

aling mendukung satu dengan yang lainnya. Prinsip pencegahan melalui tata laksana harian adalah menciptakan suasana tenang, bersih, dan nyaman di peternakan. Berikut ini beberapa garis besar tata laksana harian:

1. Diciptakan suasana bersih di dalam maupun di sekitar kandang. Di dalam kandang diusahakan selalu bersih, ventilasi bersih, sedangkan di sekitar kandang bebas dari rerumputan maupun alang-alang. Rumput liar di sekitar kandang akan menyuburkan pertumbuhan serangga pembawa penyakit berasal dari *protozoa* yang menyerang sel darah ayam.
Ventilasi kandang berguna untuk mempermudah sirkulasi CO_2 dengan O_2 yang sangat dibutuhkan bagi ayam petelur.
2. Tempat makan dan tempat minum dibiasakan dicuci dengan air bersih dan disucihamakan dengan obat pembunuh kuman. Pembersihan tempat minum penting untuk menghilangkan lumut dan sisa-sisa makanan yang berada didasar tempat minum. Sisa makanan yang ada di tempat makan juga harus disingkirkan karena semuanya merupakan sumber jamur dan racun
3. Dihindari perlakuan kasar dan berbuat sesuatu yang tidak biasa. Bernyanyi, berteriak, tertawa keras atau berlari harus dihindari. Bahkan ayam petelur yang sedang bertelur harus diperlakukan secara lunak dan lebih berhati-hati. Pakailah pakaian kerja dengan warna yang sama setiap

hari. Sebelum masuk kandang sebaiknya berputar mengelilingi kandang lebih dulu, terutama untuk pegawai baru. Diciptakan suasana tenang di sekitar kandang.

4. Orang yang masih asing sebaiknya dicegah masuk ke dalam peternakan, terutama pada areal kandang anak ayam dan ayam yang sedang bertelur. Bila ada tamu yang hendak berkunjung, apalagi tamu itu juga peternak dan mau masuk ke dalam kandang, maka ia harus berganti pakaian dengan pakaian kandang. Alas kakinya disucihamakan dahulu. Di daerah tropis ini memang harus berhati-hati, banyak penyakit ganas dan serius yang dipindahkan melalui kunjungan tamu atau ada orang dari luar peternakan.
5. Pinjam meminjam peralatan kandang sebaiknya dihindari. Bila terpaksa harus meminjam, alat-alat itu harus disucihamakan dahulu. Genangan air di sekitar kandang sebaiknya dihindari.
6. Genangan air dari selokan yang mampet akan menyebabkan suburnya nyamuk. Beberapa spesies nyamuk yang bertindak sebagai perantara penyakit protozoa yang menyerang sel darah ayam.
7. Bila memungkinkan, disediakan pekerja untuk setiap umur ayam. Jadi untuk anak ayam, ayam remaja, dan ayam bertelur disediakan pegawai atau pekerja tersendiri. Bila jumlah ayam dimulai dari anak ayam dewasa,

hal ini berkaitan erat dengan daya tahan tubuh ayam. Ayam dewasa mempunyai daya tahan tubuh yang lebih baik daripada anak ayam.

8. Ransum diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Ransum anak ayam diberikan diberikan sesuai dengan kebutuhannya, begitu pula untuk ayam remaja, apalagi ayam yang sedang bertelur. Porsi ransum dengan kandungan nutrisi yang sesuai dengan kebutuhan merupakan pangkal utama mengganasnya penyakit, terutama pada saat musim penyakit. Selama masa produksi sebaiknya ransum tidak diganti-ganti. Bila anda memakai ransum dari pabrik A, sebaiknya ransum itu dipakai hingga akhir masa produksi. Pergantian ransum di tengah-tengah masa pemakain dapat menyebabkan ayam tercekam. Cekaman itu dapat menyebabkan daya tahan yang melemah.

Sifat peternak yang hati-hati dan teliti dapat membantu menciptakan suasana bersih dipeternakan. Kebersihan di dalam dan sekitar peternakan merupakan jaminan pertama kesehatan ayam. Kandang yang jorok dan sangat kotor tidak akan membuahkan hasil yang baik, walaupun itu hanya petelur unggul sekalipun. Kebersihan dan rasa kasih sayang pemelihara merupakan keadaan yang sangat mendukung usaha pencegahan penyakit.

Pencegahan penyakit virus dilakukan dengan cara vaksinasi. Berikut ini disajikan program pencegahan penyakit asal virus dengan

vaksinasi. Untuk vaksinasi digunakan cairan yang mengandung virus lemah yang disebut vaksin, sedangkan cara atau tindakan pencegahan penyakit virus dengan mempergunakan vaksin dinamakan vaksinasi.



Tabel III
Penggunaan Vaksin Berdasarkan Umur Ayam

Umur ayam (minggu)	Penyakit	Vaksin Strain	Cara Vaksinasi
2 - 3	Bronchitis	Massachusetts	Melalui air minum
	Newcastle	La sota	Melalui air minum
6	Bronchitis	Massachusetts	Melalui air minum
	Newcastle	La sota	Melalui air minum
10	Laryngotracheitis		
	Fowl Pox	Ada di label	Tusuk sayap
6 - 16	Avian encephalo- myelitis		Air minum

Vaksin adalah cairan yang mengandung virus penyakit tertentu.

Gunanya untuk menimbulkan kekebalan tubuh bila suatu ketika penyakit tersebut menyerang. Namun kekebalan yang ditimbulkan Oleh vaksin itu waktunya terbatas. Dalam jangka waktu tertentu, Vaksinasi harus di ulang lagi. Itulah sebabnya dalam jadwal di atas itu Vaksinasi Di lakukan berulang-ulang sebelum ayam dewasa.

Vaksin yang mengandung Virus yang sudah dilemahkan itu memang mempunyai *strain*. Strain membedakan suatu makhluk dalam kha yang sama. Untuk Newcastle misalnya, yang harus digunakan di Indonesia adalah dari *strain la sota* dalam tabel di atas ditulis pula nama strain vaksin itu. Bila strainnya lain dari tabel diatas maka tingkat kekebalan yang timbul kelak akan berlainan pula. Untuk penyakit ganas ND di Indonesia haru menggunakan *strain la sota tropis* karena ND di Indonesia termasuk ganas. Sebaiknya tidak mrnggunakan Vaksin ND strain la sota yang berasal dari Eropa atau Amerika karena kekebalan yang ditimbulkan kurang. Bahkan Anda dapat menyebutkan strain yang dikendaki, dan penjual di toko-toko unggas itu akan mengambilkanya.

Vaksin yang sudah di beri dimasukkan ke dalam termos dan diberi es batu yang sudah disediakan oleh penjual vaksin itu. Bila tidak ada termos maka vaksin dibungkus dengan plastik berwarna hitam kemudian dimasukkan ke dalam kantong plastik. Setelah itu dimasukkan batu es ke dalamnya. Apabila vaksinasi akan dilakukan sore hari dan kebetulan vaksin telah di beli tenga hari pada hal di rumah tidak ada lemari es maupun termos maka vaksin ini sebaiknya disimpan di kamar mandi dan dimasukkan lagi batu es ke dalam kantong plastik dan harus tetap dalam keadaan dingin.

Cara melakukan vaksinasi perlu diperhatikan. Untuk ayam yang masih muda atau anak ayam, vaksinasi dilakukan dengan tetes mata, sedangkan untuk ayam remaja dapat dengan suntikan. Vaksinasi per ekor semacam ini mungkin untuk ayam muda dan anak ayam, sedangkan vaksinasi ayam yang menjelang dewasa dilakukan melalui air minum. Dosis vaksinasi ada pada label vaksin. Bila anda kesulitan dalam pelaksanaan vaksinasi dapat meminta bantuan pada technical service dari pabrik obat/pabrik ransum ternak yang memang menyediakan diri untuk itu.

Pencegahan melalui obat dan vitamin pada umumnya di berikan melalui air minum. Cara ini sangat tepat untuk ayam yang di pelihara di daerah panas seperti di Indonesia ini. Pemberian obat, vitamin, dan mineral untuk pencegahan dilakukan pada saat-saat berikut:

1. Pada saat anak ayam tiba di peternakan diberikan campuran antibiotika, vitamin, dan mineral dalam air minum selama tiga hari. Hal ini untuk mencegah penyakit bawaan dari pembibit dan untuk mengatasi cekaman selama dalam perjalanan. Dalam air minum ayam sebaiknya diberikan pula gula sebanyak 2 %.
2. Pemberian obat, vitamin, mineral berikutnya yaitu sebelum, pada saat dan sehari sesudah vaksinasi ND atau vaksinasi lainnya. Pemberian vitamin, mineral dan antibiotika akan mengurangi cekaman selama vaksinasi.

3. Pada sistem kandang berpindah obat, vitamin, mineral diberikan sehari sebelum, pada saat, dan sehari sesudah ayam dipindahkan.
4. Selama ayam bertelur, bila perlu, hanya diberikan campuran vitamin dan mineral saja dalam air minum, terutama bila hujan deras dengan banyak petir atau pada saat panas tinggi di musim kemarau

Memang pemberian vitamin, mineral, dan antibiotika ini tidak boleh dilakukan setiap saat. Disamping akan memperbesar biaya produksi juga akan berpengaruh terhadap telur. Vitamin, mineral, dan antibiotika untuk dicampur ke dalam air minum itu tersedia di toko-toko unggas dengan berbagai merek dagang. Pedoman utama pemilihan obat, vitamin, maupun mineral adalah keluaran pabrik obat ternama yang penting harganya murah dan terjangkau. Harga per bungkus atau per botol (harga absolut) memang mahal, tetapi bila dilihat per liter atau per melli liter obat itu menjadi murah.

4.1.6. Pemeliharaan Ayam Petelur

Pemeliharaan ayam pada masa bertelur dilakukan dengan dua sistem lantai yaitu lantai litter dan lantai kawat (cage). Kebanyakan ayam petelur komersial/final stock dipelihara dengan sistem lantai cage.

Dalam tata laksana harian yang terlihat rutin itu adalah faktor yang sangat penting untuk masa bertelur yaitu fungsi pengawasan. Pengawasan ini sangat perlu sekali sejak ayam bertelur hingga telur dikumpulkan.

Berikut ini cara-cara untuk mencegah dan mengetahui penyimpangan

ini :

1. Pengawasan langsung

Pemilik peternakan atau manajer produksi harus mengontrol kandang, terutama antara jam 10.00 hingga 14.00 siang, yaitu pada saat-saat telur dikumpulkan. Kontrol semacam ini untuk memberikan dorongan semangat kepada anak kandang, sekaligus berdiskusi dengan anak kandang untuk memecahkan segala masalah. Saat kontrol itulah kadang kala hal-hal yang mencurigakan akan ditemukan dan terlihat apa yang sebenarnya terjadi.

2. Melalui standar produksi

Setiap ayam mempunyai standar produksi maksimal yang dapat dicapainya. Memang standar selalu lebih tinggi daripada kenyataan yang mungkin dapat dicapai di Indonesia. Hal ini karena Indonesia yang beriklim panas sangat membuat ayam petelur menderita sehingga produksi tidak setinggi di negara yang umumnya beriklim empat musim.

Tabel standar ini berguna untuk mengukur keberhasilan peternak dalam memelihara ayam petelur. Bila produksi yang dicapai masih jauh

di bawah standar produksi maka tindakan koreksi perlu dilakukan.

Tindakan koreksi ini seperti berikut :

1. Koreksi terhadap kualitas ransum yang digunakan
2. Koreksi terhadap kemungkinan adanya penyakit
3. Koreksi terhadap kemungkinan adanya pencurian.

4.1.7 Pengelolaan Pasca Produksi

Ayam petelur dianggap tidak layak dipelihara lagi bila biaya produksi sudah lebih tinggi dari penerimaan penjualan telur.

Apabila hasil pengurangan itu sudah negatif atau mendekati negatif maka ayam sudah waktunya memasuki masa "pensiun". Perlu diperhatikan bahwa ayam yang terlihat tua memang sudah menjadi beban karena biaya produksi sudah lebih besar dari pendapatan. Dalam hal ini, peternak sudah harus mengambil langkah penyelamatan melalui cara berikut :

1. Ayam dijual sebagai ayam apkir.

Untuk hal ini perlu dilihat umur ayam. Biaya produksi yang lebih besar dari pada pendapatan belum tentu menandakan ayam sudah tua dan sudah siap diapkir. Bisa saja karena ayam terserang penyakit sehingga produksi telur merosot tajam atau kualitas ransum yang buruk. Pada hal saat itu umur ayam belum tua.

Penurunan produksi pada kejadian ini umumnya bersifat temporer, sedangkan penurunan produksi karena ketuaan bersifat permanen. Ayam tua atau ayam apkir yang hendak dijual sebagai ayam potong sudah tentu harganya murah karena aromanya memang kurang enak dibandingkan ayam broiler. Banyak ayam petelur komersial yang dijual setelah masa tuanya tiba.

2. Dilakukan force molting

- Bila peternak tidak mau menjual ayamnya karena satu dan lain hal maka ia dapat melakukan tindakan *force molting* untuk ayam tua tersebut. Setelah *force molting* selesai, ayam akan bertelur kembali untuk masa 24 minggu produksi.

Bila salah satu ketiga hal tersebut di atas terjadi maka ayam komersial yang sudah tua akan lebih baik bila dikenakan tindakan *force molting*.

Force molting merupakan tindakan merontokkan bulu yang waktunya diatur manusia. Secara alami bangsa unggas memang akan mengalami masa rontok bulu pada waktu-waktu tertentu, sama halnya dengan bangsa reptil. Akan tetapi, Pada *force molting* ini waktu rontok bulu secara alami diatur oleh manusia. Dalam hal ini

bulu "dipaksa" untuk rontok pada waktu yang dikehendaki pemelihara. Oleh karena itu dinamakan *force molting*

Ada dua cara *force molting*, yaitu cara konvensional dan cara nonkonvensional. Cara konvensional dilakukan dengan menggunakan perlakuan sederhana melalui pembatasan ransum dan air minum, sedangkan pada cara nonkonvensional dengan menggunakan obat-obatan yang disuntikkan. *Force molting* memang belum populer di Indonesia, terutama pada peternakan ayam petelur komersial. Penyebabnya sebagai berikut :

- Harga jual ayam apkir yang cukup menarik perhatian peternak
- Peternak memang tidak mengetahui cara melakukan *force molting*
- Manfaat *force molting* kurang dirasakan oleh peternak yang mungkin disebabkan oleh harga telur yang sedang jatuh

4.2. Analisis Break Event Point

Tujuan dari harga pokok adalah untuk menetapkan laba dan pengendalian biaya, lain halnya jika untuk tujuan penetapan harga jual, harga pokok yang diperhitungkan belum terjadi, oleh karena itu sering disebut kalkulasi pendahuluan. Dari kalkulasi pendahuluan ini akan didapatkan harga pokok.

Para peternak mengeluarkan biaya-biaya termasuk didalamnya biaya tetap yang pembebanannya pada produksi dilakukan melalui kebijaksanaan perhitungan biaya harga pokok.

Untuk itu penulis mengambil tempat sampel dari 107 peternak dapat dilihat pada tabel IV dibawah ini yaitu sebagai berikut :

Tabel IV
Jumlah peternak yang mempunyai peternakan
terbesar di Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare

No.	Nama Respondent (1)	Jml bibit ayam (2)	Harga bibit (ekor) (3)	Jumlah 4 (2 x 3)
1.	Jamil	6000 ekor	Rp. 6000	Rp. 36.000.000
2.	Suardi	3000 ekor	Rp. 6000	Rp. 18.000.000
3.	Harum	1000 ekor	Rp. 6000	Rp. 6.000.000
4.	H. Thamrin	8000 ekor	Rp. 6000	Rp. 48.000.000
5.	Arifuddin	1500 ekor	Rp. 6000	Rp. 9.000.000
6.	H. Ceddi	6000 ekor	Rp. 6000	Rp. 36.000.000
7.	Syamsul Bahri	3000 ekor	Rp. 6000	Rp. 18.000.000
8.	Bohari	1000 ekor	Rp. 6000	Rp. 6.000.000
9.	Sahuddin	3000 ekor	Rp. 6000	Rp. 18.000.000
10.	Tahir	1500 ekor	Rp. 6000	Rp. 9.000.000
11.	Abduh	7000 ekor	Rp. 6000	Rp. 18.000.000
12.	Dasong	7000 ekor	Rp. 6000	Rp. 18.000.000
13.	Jamal	3500 ekor	Rp. 6000	Rp. 21.000.000
14.	Ismail	4000 ekor	Rp. 6000	Rp. 24.000.000
J U M L A H =				Rp. 285.000.000

Sumber data = Hasil wawancara, data diolah kembali.

Jadi rata-rata bibit yang dipelihara setiap peternak sama dengan

$$\frac{47.500}{14} = 3393 \text{ ekor}$$

14

Tabel V
Perkembangan jumlah bibit ayam di Kecamatan Bacukiki
Kodya Parepare tahun 1995 – 1999

No.	Tahun	Jumlah bibit ayam (ekor)
1.	1995	3393
2.	1996	4357
3.	1997	4450
4.	1998	4500
5.	1999	5000

Sumber : Peternak di Kecamatan Bacukiki

Dari hasil penelitian yang dilakukann penulis dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yakni dari tahun 1995 jumlah bibit (ekor ayam) 3393, tahun ke dua 4357 ekor, tahun ke tiga 4450 ekor, tahun ke empat 4500 ekor serta tahun ke lima 5000 ekor. Jadi peningkatan bibit ayam dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

Tabel VI
Rata-rata produksi peternak ayam petelur dan
14 respondent di Kecamatan Bacukiki Kotamadya Parepare

No.	Nama Respondent	Produksi / hari
1.	Jamil	4.800
2.	Suardi	2.400
3.	Harum	800
4.	H. Thamrin	6.400
5.	Arifuddin	1.200
6.	H. Ceddi	4.800
7.	Syamsul Bahri	2.400
8.	Bohari	800
9.	Sahuddin	2.400
10.	Tahir	1.200
11.	Abduh	2.400
12.	Dasong	2.400
13.	Jamal	2.000
14.	Ismail	3.200
Jumlah		38.000

Biaya Tetap (FC)

tan kandang	55 petak @100.000	Rp. 5.500.000
elian bibit	3393 ekor @ 6.000	Rp. 20.358.000
	2 orang @ 200.000	Rp. 400.000
listrik	5 bulan @ 50.000	Rp. 250.000

Biaya Tetap

Rp. 26.508.000

Variabel (VC)

Berkas

argil	150 Kg @20.000/Kg x 360 hari	Rp. 108.000.000
	200 Kg @ Rp.400/Kg x 36 hari	Rp. 28.000.000
	150 Kg @ 450/Kg x 360 hari	Rp. 24.300.000
CHS	212,5 Kg x 1800 x 30 hari	Rp. 11.000.000
PCIC	212,5 Kg x 2000 x 60 hari	Rp. 25.500.000
P62C	212,5 Kg x 1800 x 9 hari	Rp. 34.425.000
PLC	212,5 Kg x 2330 x 30 hari	Rp. 14.853.000

Bahan

Vitamin	4,5 Kg x 10.000	Rp. 45.000
nio	4,5 Kg x 35.000	Rp. 157.500
ro A	4,5 Kg x 30.000	Rp. 135.000

o B	4,5 Kg x 25.000	Rp. 125.000	
Gumoro	4,5 liter x 35.000	Rp. 157.000	
Aquades	4,5 liter x 10.000	Rp. 45.000	
o ACT	4,5 Kg x 85.000	Rp. 382.500	
	4,5 Kg x 45.000	Rp. 202.500	
	4,5 Kg x 600.000	Rp. 2.700.000	
	4,5 Kg x 300.000	Rp. 1.350.000	
Biaya Variabel			Rp. 252.654.250
Total Biaya			Rp. 279.162.250

$$\begin{aligned}
 \text{di rata-rata produksi perhari} &= \frac{38.000}{14} \\
 &= 2714,2 \text{ butir} \\
 &= 2714,2 \times 360 \text{ hari} \\
 &= 977112 \text{ butir}
 \end{aligned}$$

$$\text{Renda jual Rp. } 350 \times 977112 \quad - \quad \text{Rp. } 341.989.200$$

$$\begin{aligned}
 \text{p (Rp)} &= \frac{\text{Biaya tetap}}{\text{Biaya variabel}} \\
 1- &\frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Biaya variabel}}
 \end{aligned}$$

$$\text{Bep (Rp)} = \frac{\text{Rp. 26.508.000}}{\text{Rp. 252.654.000}} \\ 1 - \frac{\text{Rp. 341.989.200}}{\text{Rp. 252.654.000}}$$

$$\text{Bep (Rp)} = \frac{\text{Rp. 26.508.000}}{\text{Rp. 252.654.000}} \\ 1 - \frac{\text{Rp. 341.989.200}}{\text{Rp. 252.654.000}}$$

$$\text{Bep (Rp)} = \frac{\text{Rp. 26.508.000}}{1 - 0,73}$$

$$\text{Bep (Rp)} = \frac{\text{Rp. 26.508.000}}{0,27}$$

$$\text{Bep (Rp)} = \text{Rp. 98.177.777,78}$$

Untuk mencari biaya variabel/butir yakni :

$$= \frac{\text{Total biaya variabel}}{\text{Jumlah produksi (butir)}} \\ = \frac{252.654.250}{977112}$$

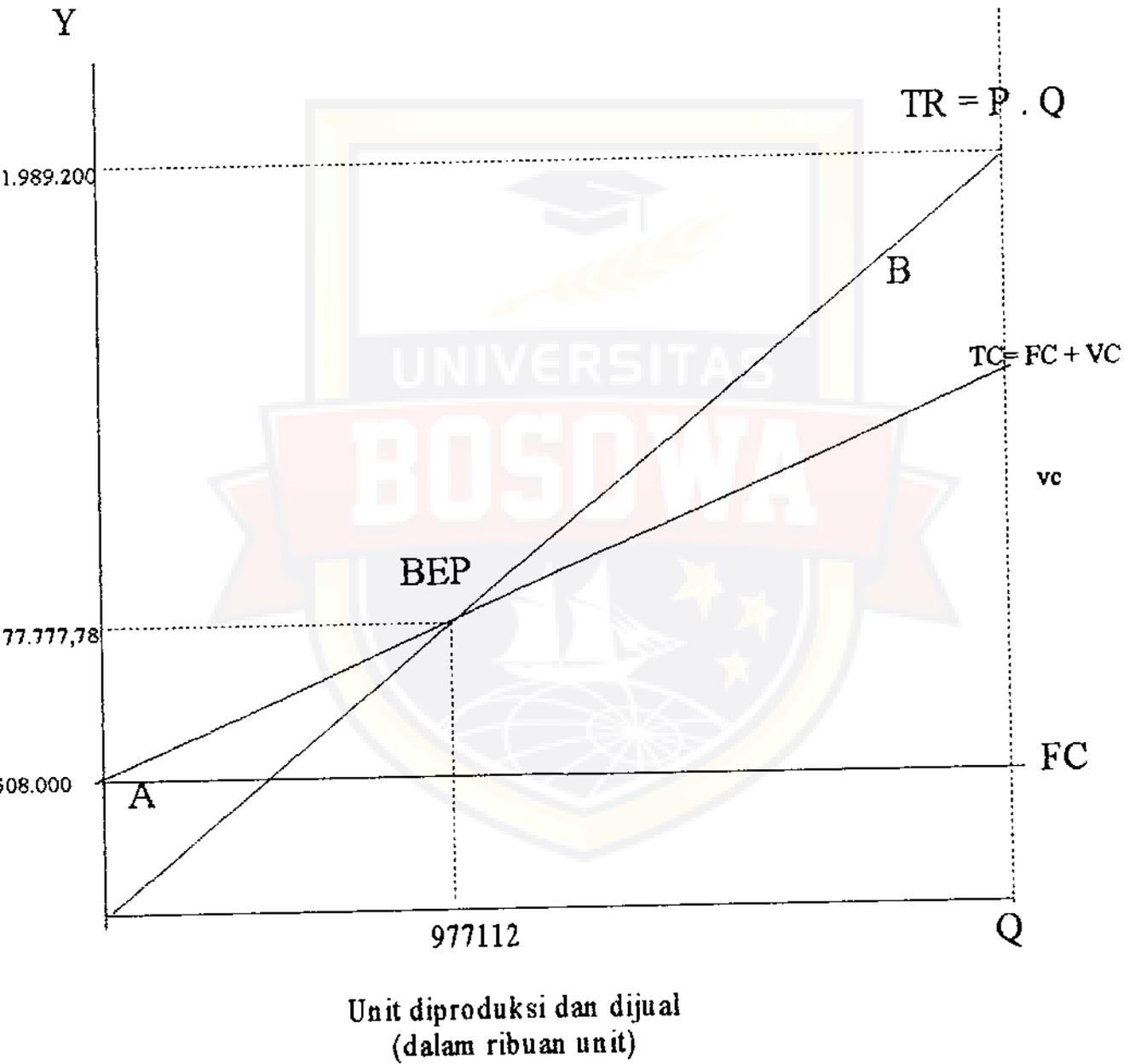
$$\text{Rp.} = 258,5724564$$

Jadi biaya variabel perbutir adalah Rp. 258,5724564

$$\begin{aligned}\text{Bep (unit)} &= \frac{98177777,78}{350} \\ &= 280507,9365 \text{ unit}\end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa volume penjualan pada break event point dinyatakan dalam rupiah sebesar Rp. 98.177.777,78 apabila volume penjualan tersebut dibagi dengan harga jual per unit, hasilnya menunjukkan break event point dalam unit

$$\begin{aligned}\text{Yaitu} &= \text{Rp. } 280507,9365 \times \text{Rp. } 350 \\ &= \text{Rp. } 98.177.777,78\end{aligned}$$



- a. Garis vertikal yang disebut garis Y adalah garis yang menunjukkan biaya dan penjualan.
- b. Garis horisontal disebut garis Q menunjukkan kuantitas yang dijual
- c. Biaya tetap sebesar Rp. 26.508.000 digambarkan oleh garis mendatar sejajar dengan garis kuantitas
- d. Daerah rugi ditunjukkan oleh huruf A berada dibawah garis break event point
- e. Daerah laba ditunjukkan oleh huruf B berada diatas garis break event point
- f. Persilangan antara garis biaya variabel dengan garis penjualan disebut titik break event point.

Tabel VII
Perkembangan Produksi Ayam Petelur
di Kecamatan Bacukiki Kodya Pare-pare

No.	Tahun	Produksi (butir)
1	1995	977112
2	1996	1028556
3	1997	1105704
4	1998	1234260
5	1999	1414260

Sumber data : Peternak Kec. Bacukiki Kodya Parepare

Berdasarkan data di atas produksi dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yakni pada tahun 1995 sebanyak 977112 butir, tahun 1996 sebesar 1028556 butir, tahun 1997 sebanyak 1105704, tahun 1998 sebanyak 1234260 dan tahun 1999 sebanyak 1414260. Dari lima tahun penulis teliti yakni tahun 1995 sampai tahun 1999 produksi terbesar pada tahun 1999 ini dipengaruhi oleh :

1. Mudah nya memperoleh pakan ternak
2. Mudah nya mendapatkan obat-obatan untuk vaksinasi
3. Pemeliharaannya sangat sederhana
4. Tidak membutuhkan banyak tenaga kerja.

4.3. Analisis Peningkatan Pendapatan Peternak Ayam Petelur di Kec. Bacukiki Kodya Parepare

Pada pembahasan ini, penulis akan mencoba menganalisa peningkatan pendapatan peternak di Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare, karena hal ini sesuai dengan hipotesis yang mana telah kemukakan pada pembahasan terdahulu.

Untuk lebih jelasnya penulis dapat menganalisa pendapatan peternak dengan metode analisis $II = TR - TC$

Dimana :

II = keuntungan bersih yang diperoleh peternak dari hasil usaha peternakan.

TR = Jumlah penerimaan yang diterima oleh peternak dari hasil peternakannya.

TC = Seluruh biaya yang digunakan atau dikeluarkan dalam operasionalnya.

Dengan diketahuinya penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam operasional usaha tersebut maka untuk menghitungnya harus diketahui total biaya (TC) dan Total Revenue (TR).

$$II = TR - TC$$

dimana :

untuk tahun 1995 yaitu

diketahui :

$$TR = \text{Rp. } 341989200$$

$$TC = \text{Rp. } 279162250$$

Maka

$$= \text{Rp. } 341989200 - \text{Rp. } 279162250$$

$$= \text{Rp. } 62826950$$

Tabel VIII
Pendapatan Peternak Ayam Petelur
Kecamatan Bacukiki Kodya Parepare
Tahun 1995-1999

Tahun	Produksi (Q) (1)	Harga (Rp) (P) (2)	Penerimaan (Rp) (P x Q) 3 (1 x 2)	Total) Biaya (Rp) (4)	Pendapatan (Rp) 5 (3 - 4)
1995	977112	350	341.989.200	279.162.250	62.826.950
1996	1028556	375	385.708.500	284.752.250	100.956.250
1997	1105704	400	442.281.600	285.314.250	156.967.350
1998	1234260	450	555.417.000	285.614.250	269.802.705
1999	1414260	500	707.130.000	309.804.750	397.325.250

Sumber data : Peternak ayam petelur Kecamatan Bacukiki Kodya Pare-pare.
 Data telah diolah.

Berdasarkan data pada tabel di atas pendapatan peternak ayam petelur dari tahun ke tahun mengalami peningkatan disini selama 5 tahun, dimana pada tahun 1995 pendapatan sebesar Rp. 62.862.950, tahun 1996 Rp. 100.956.250, tahun 1997 Rp. 156.967.350, tahun 1998 Rp. 269.802.705, dan tahun 1999 Rp. 397.325.250. Jadi peningkatan pendapatan mengalami pertambahan dari tahun ke tahun.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan keseluruhan bab-bab terdahulu, maka dapatlah ditarik beberapa simpulan yaitu sebagai berikut :

1. Perkembangan produksi peternak ayam petelur kecamatan bacukiki kotamadya Pare-pare mengalami peningkatan dari Tahun ke Tahun, dari lima tahun penulis teliti dan tahun yang terbesar produksinya adalah tahun 1999 dengan kapasitas produksi 1414260.
2. Berdasarkan alat analisis yang penulis gunakan yakni analisis break event point dicapai pada produksi 977112. Sedangkan pendapatannya dari tahun ke tahun mengalami peningkatan
3. Selanjutnya hasil estimasi penjualan prospek pemasaran dari tahun ke tahun meningkat karena berapapun yang diproduksi akan terjual.

5.2 Saran- saran

Untuk mendapatkan sasaran yang diinginkan oleh pihak peternak dan sebagai masukan dalam meningkatkan volume penjualan, maka penulis mengemukakan sarannya sebagai berikut .

1. Untuk meningkatkan volume penjualan maka disarankan supaya peternak ayam petelur dalam menetapkan harga jual produknya tidak terlalu tinggi (sesuai dengan harga pasaran).
2. Peternak ayam petelur hendaknya mengadakan terobosan-terobosan baru dalam memasarkan produknya dengan jalan mencari pasar baru dan berusaha untuk mempertahankan langganan atau pembeli yang sudah ada. Serta memperhatikan kualitas produk karena kualitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Hendaknya peternak ayam petelur menempuh suatu jalan yaitu memberikan diskon kepada para pembeli secara partai (banyak) agar supaya pembeli atau konsumen semakin betah untuk membeli produk yang diproduksinya.
4. Peternak ayam petelur sedapat mungkin menetapkan harga jual sama dengan produk saingan lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. 1987. Strategi harga dalam pemasaran. Penerbit PT. Bina Aksara Jakarta
- Alwi, S. 1994. Alat-alat analisa dalam pembelanjaan, Edisi keempat, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Djanah, D. 1985 Beternak ayam dan itik. Penerbit CV. Jasa Guna, Jakarta.
- Erickson, S.I. dan Downey. W.D. 1989 Management Agrobisnis Edisi Kedua Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler, P. 1990 Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan dan Pengendalian Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kana Agus, A. Dra., Anggaran Perusahaan Penerbit AK Group Yogyakarta
- Nitisemito, A. 1986 Marketing, Penerbit Ghaliah Indonesia Jakarta.
- Rasyaf Muhammad, Dr, Ir. 1993 Beternak ayam petelur, penerbit swadaya Jakarta
- Riyanto, B. Drs. Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan, Penerbit yayasan badan penerbit Gadjah Mada Yogyakarta.
- Winardi, 1989 Strategi Pemasaran Penerbit CV. ManderMaju. Bandung
- Yasin dan Indarsih, 1988. Seluk Beluk Beternak, Penerbit CV Anugrah Karya Jakarta.
- Swasta, B dan Sukodjo, W.I 1993. Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga Penerbit Liberty Yogyakarta.