

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Subsektor peternakan merupakan salah satu sektor pertanian yang menjadi penyedia pangan utama yang mendukung laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Produk peternakan yang dapat memenuhi pangan asal protein hewani diantaranya yaitu daging, telur dan susu. Telur ayam ras menempati posisi strategis sebagai sumber protein hewani dibandingkan dengan sumber protein lainnya karena mudah ditemukan dan harganya relatif terjangkau oleh semua kalangan, dan rasa yang dimiliki juga sesuai dengan selera.

Provinsi Sumatera Barat memiliki peran penting dalam subsektor peternakan nasional. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat (2025), wilayah ini merupakan salah satu dari lima besar provinsi dengan populasi ayam ras petelur terbanyak di Indonesia, yang mencapai 22,35 juta ekor pada tahun 2024. Populasi yang signifikan ini menghasilkan telur ayam ras sebesar 341.789 ton di tahun yang sama. Kota Padang merupakan salah satu wilayah dengan jumlah populasi ayam ras petelur terbesar keenam di Sumatera Barat.

Berdasarkan data Sumatera Barat Dalam Angka (2026), produksi telur ayam ras di Kota Padang pada tahun 2025 berjumlah 10.661.420,41 kg telur dari total produksi telur ayam ras di Sumatera Barat berjumlah 347 ribu ton telur, atau sekitar 3,07% dari total produksi yang ada di Sumatera Barat. Terdapat beberapa usaha peternakan ayam ras petelur di Kota Padang, salah satunya peternakan ayam ras petelur CV. Gunung Nago Baringin yang berada di Jalan Baringin, Kelurahan Balai Gadang, Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat.

Berdasarkan data produksi tahun 2025, CV. Gunung Nago Baringin menghasilkan sebanyak 11.683.570 butir telur. Apabila dikonversi menggunakan rata-rata bobot telur sebesar 60 gram per butir, maka produksi tersebut setara dengan sekitar 701.014,2 kg telur atau memberikan kontribusi sekitar 6,58% terhadap total produksi telur ayam ras di Kota Padang. Peternakan CV. Gunung Nago baringin didirikan oleh Bapak H. Lukman sejak tahun 2000 dengan populasi awal ayam ras petelur sebanyak 1000 ekor hingga saat ini memiliki populasi ternak ayam ras petelur sebanyak 30.630 ekor ayam dalam fase layer yang mampu menghasilkan telur sekitar 20.000 butir/hari, dan juga peternakan ini memiliki 15.000 ekor ayam fase grower. Selain unit usaha di Kota Padang, CV Gunung Nago Baringin juga memiliki peternakan cabang di Kota Payakumbuh dengan populasi sekitar 75.000 ekor ayam ras petelur yang sekaligus menjadi lokasi produksi kertas telur (*egg tray*).

Aktivitas usaha ayam ras petelur pada CV. Gunung Nago Baringin berlangsung secara berkesinambungan mulai dari kegiatan hulu hingga hilir dan melibatkan berbagai pelaku yang saling berhubungan. Pada bagian hulu, kegiatan diawali dengan pengadaan sarana produksi peternakan, khususnya bahan baku pakan, DOC, serta obat-obatan, vitamin, dan vaksin (OVK). Bahan baku utama pakan berupa jagung dan dedak diperoleh dari beberapa daerah di Provinsi Sumatera Barat, yaitu Kabupaten Pasaman Barat, Kabupaten Padang Pariaman, dan Kabupaten Lima Puluh Kota, sedangkan konsentrat dan DOC dipasok oleh perusahaan saponak, yaitu PT Japfa Comfeed Indonesia. Seluruh bahan baku tersebut kemudian diolah melalui sistem self mixing di unit pabrik pakan milik perusahaan yang berlokasi di Jalan By Pass Km 20 Kota Padang.

Produksi telur CV. Gunung Nago Baringin dalam jumlah besar tidak memungkinkan seluruh hasil produksi dipasarkan secara langsung kepada konsumen akhir. Agar produk dapat sampai kepada konsumen dalam jumlah, waktu, dan kondisi yang sesuai, dibutuhkan peran dari berbagai pelaku yang saling berhubungan dalam menjalankan fungsi berbeda pada setiap tahapan pemasaran. Masing-masing pelaku memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda sesuai dengan aktivitas yang dijalankan, mulai dari penyediaan input produksi, proses budidaya, pengumpulan hasil, penyimpanan, distribusi, hingga pemasaran produk. Menurut Kaplinsky dan Morris (2001), hubungan antar pelaku tersebut membentuk suatu rantai nilai (*value chain*), yaitu serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh berbagai pelaku sejak penyediaan bahan baku hingga produk diterima oleh konsumen akhir.

Setiap pelaku dalam rantai nilai melakukan aktivitas yang berbeda sehingga menghasilkan kontribusi yang berbeda pula terhadap penciptaan nilai produk. Peternak merupakan pelaku yang menanggung sebagian besar risiko produksi, mulai dari fluktuasi harga pakan, kenaikan harga DOC, perubahan iklim, serangan penyakit, hingga penurunan produktivitas ayam. Berdasarkan hasil observasi di CV. Gunung Nago Baringin, biaya pakan mencapai sekitar 60–70% dari total biaya produksi sehingga fluktuasi harga pakan menjadi faktor yang sangat memengaruhi keberlanjutan usaha. Selain itu, perubahan harga DOC dan kualitas bibit yang diterima juga berdampak terhadap performa produksi ayam petelur. Pada sisi lain, pedagang lebih banyak menjalankan fungsi distribusi dan pemasaran dengan karakteristik risiko yang berbeda.

Pada bagian hilir, proses dilanjutkan melalui kegiatan distribusi dan pemasaran hingga produk sampai ke tangan konsumen. CV. Gunung Nago Baringin memasarkan telur ke pasar-pasar dan kedai yang ada di Kota Padang dan sekitarnya, hingga sampai ke Kota Tangerang. Setiap aktivitas yang dilakukan akan memberikan kontribusi terhadap penciptaan nilai ekonomi sesuai dengan fungsi yang dijalankan. Namun demikian, besarnya nilai tambah tidak hanya dipengaruhi oleh aktivitas yang dilakukan, tetapi juga oleh biaya yang dikeluarkan, efisiensi operasional, serta posisi tawar masing-masing pelaku dalam proses pemasaran.

Kondisi ini menempatkan peternak pada posisi yang sulit, mereka tidak memiliki kendali atas harga dan sangat bergantung pada pembeli tertentu. Meskipun peternak yang menanggung risiko biaya produksi terbesar seperti risiko kematian ternak, risiko penurunan produksi akibat penyakit dan perubahan cuaca, hingga risiko kenaikan biaya input yang tidak dapat diprediksi, margin laba yang diperoleh relatif lebih kecil dibandingkan pelaku lain dalam rantai distribusi.

Fenomena distribusi yang panjang dan melibatkan banyak pelaku memperburuk informasi dan ketimpangan pembagian keuntungan. Studi Rahmatin *et al.* (2019) menunjukkan bahwa broker atau pedagang pengumpul sering kali memperoleh keuntungan lebih besar dibanding peternak meskipun kontribusi peternak terhadap produksi sangat penting. Hal serupa juga ditemukan oleh Henmaidi *et al.* (2024) bahwa terdapat distribusi nilai tambah yang tidak merata antar pelaku rantai sehingga menyebabkan harga yang diterima konsumen menjadi lebih tinggi.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan analisis rantai nilai untuk mengetahui bagaimana struktur rantai nilai ayam ras petelur terbentuk, siapa saja

pelaku yang terlibat, serta bagaimana aliran produk, aliran informasi, dan aliran keuangan berlangsung dari hulu hingga hilir. Analisis rantai nilai juga diperlukan untuk mengidentifikasi aktivitas yang dilakukan oleh setiap pelaku serta kontribusinya dalam menciptakan nilai terhadap produk. Selanjutnya, analisis distribusi nilai tambah perlu dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai tambah yang diterima oleh masing-masing pelaku sehingga dapat diketahui bagaimana manfaat ekonomi didistribusikan di sepanjang rantai nilai.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Rantai Nilai Usaha Ayam Ras Petelur pada CV. Gunung Nago Baringin Kota Padang**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kondisi di atas, beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu

1. Siapa saja pelaku yang terlibat dalam rantai nilai ayam ras petelur di CV. Gunung Nago Baringin?
2. Bagaimana aktivitas utama (*primary activities*) dan aktivitas pendukung (*support activities*) dalam rantai nilai ayam ras petelur CV. Gunung Nago Baringin?
3. Bagaimana distribusi nilai tambah yang diperoleh masing masing pelaku dalam rantai nilai ayam ras petelur di CV. Gunung Nago Baringin?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pelaku yang terlibat dalam rantai nilai ayam ras petelur di CV. Gunung Nago Baringin.
2. Menganalisis aktivitas utama dan aktivitas pendukung dalam rantai nilai berdasarkan model Porter pada CV. Gunung Nago Baringin.
3. Menganalisis distribusi nilai tambah yang diperoleh masing masing pelaku dari rantai nilai ayam ras petelur di CV. Gunung Nago Baringin.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran rantai nilai ayam ras petelur di CV. Gunung Nago Baringin, sehingga pelaku usaha dapat mengidentifikasi titik-titik kritis dan peluang perbaikan dalam proses produksi dan distribusi.
2. Hasil penelitian ini dapat menyediakan informasi untuk meningkatkan posisi tawar, memahami distribusi nilai, dan merumuskan strategi peningkatan margin keuntungan.
3. Bagi akademisi, studi ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai rantai nilai di sektor peternakan.

