

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu usaha nyata dalam ketahanan pangan nasional melalui penyediaan protein hewani dan penyediaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di pedesaan maupun di perkotaan. Produk dari hasil peternakan sangat beragam seperti daging sapi, daging ayam, telur ayam, daging itik serta telur itik yang dapat dimanfaatkan bagi masyarakat Indonesia.

Pada saat ini, masyarakat Indonesia sudah banyak tertarik untuk mengembangkan usaha ternak itik. Usaha ternak itik merupakan salah satu usaha peternakan yang cukup berperan dalam perekonomian masyarakat, dimana usaha peternakan itik di Indonesia semakin meningkat jumlahnya dan semakin diminati oleh masyarakat, hal ini dikarenakan itik memiliki ketahanan yang lebih baik terhadap penyakit dari pada unggas lainnya serta mampu mencerna pakan dengan kualitas yang rendah. Itik merupakan unggas yang sering ditemukan di Indonesia baik di perkotaan maupun di pedesaan. Itik dapat menghasilkan daging itik dan telur itik yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat baik dikonsumsi langsung maupun dalam bentuk olahan.

Selain daging itik yang mengandung protein yang tinggi, telur itik juga telah menjadi alternatif pemenuhan kebutuhan protein yang murah bagi masyarakat, karena telur itik memiliki kadar protein dengan struktur asam amino yang lengkap sehingga dapat menjadi sumber gizi yang sangat baik bagi tubuh. Telur itik juga memiliki kandungan gizi lainnya seperti Kalsium, Karbohidrat, Vitamin A, dan Beta Karoten (Gumay 2009).

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia, dimana

masyarakatnya memiliki ketertarikan terhadap usaha ternak itik. Hal ini dapat dibuktikan dengan data Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan (PKH) tahun 2018, diketahui bahwa populasi itik mengalami peningkatan dari tahun 2017 sampai tahun 2018, dimana pada tahun 2017 populasi itik sebesar 1.127.066 ekor sedangkan pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 1.149.498 ekor. Selain populasi itik meningkat produksi telur itik juga meningkat, hal ini dapat dibuktikan dengan data Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan (PKH) tahun 2018, dimana diketahui produksi telur itik juga mengalami peningkatan dari tahun 2017 sampai tahun 2018. Pada tahun 2017 produksi telur itik sebesar 6.188 ton sedangkan pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 6.311 ton.

Sumatera Barat memiliki banyak wilayah yang berpotensi untuk mengembangkan usaha ternak itik. Salah satu tempat mengembangkan usaha ternak itik tersebut di Kabupaten Agam. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2018), diketahui bahwa populasi itik di Kabupaten Agam dari tahun 2014 sampai tahun 2017 mengalami peningkatan. Pada tahun 2014 tercatat populasi itik sebanyak 100.452 ekor, tahun 2015 tercatat sebanyak 108.664 ekor, tahun 2016 tercatat sebanyak 109.259 ekor, sedangkan pada tahun 2017 tercatat sebanyak 114.826 ekor. Di Kabupaten Agam terdapat Kecamatan Ampek Angkek yang memiliki populasi itik sebanyak 3.365 ekor dan produksi telur itik sebesar 18.474 kg.

Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan di Kecamatan Ampek Angkek Nagari Biaro Gadang terdapat usaha peternakan yang bergerak dalam penyediaan telur itik, dimana usaha ternak tersebut bernama “Peternakan Itik Atar” yang didirikan oleh Bapak Atar sejak tahun 2017. Usaha ternak itik petelur

ini berdiri karena semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap telur itik serta adanya permintaan telur itik oleh masyarakat untuk dikonsumsi dan sebagai menu makanan di restoran, sehingga menjadi motivasi awal bagi peternak untuk memulai usaha ternak itik petelur tersebut. Jenis itik yang terdapat pada usaha ternak tersebut adalah itik alabio. Itik alabio (*Anas platyrhynchos Borneo*) merupakan itik tipe petelur yang produktif dengan ciri-ciri telur berwarna hijau keabu-abuan pada telurnya (Singa, 2013).

Proses pemasaran telur itik pada usaha “Peternakan Itik Atar” dipasarkan di dua tempat yaitu di pasar Bukittinggi dan pasar Sungai Pua oleh lembaga pemasaran maupun peternak langsung. Pedagang pengumpul membeli langsung telur itik ke kandang peternak. Peternak juga langsung memasarkan telur itik ke rumah makan ataupun pedagang minuman (skotang). Selain pedagang pengumpul, ada pula konsumen rumah tangga yang membeli langsung ke kandang peternak.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan perorangan atau kelompok sehingga memperoleh apa yang telah dibutuhkan dan diinginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain. Proses pemasaran telur itik melibatkan saluran pemasaran, dimana saluran pemasaran memiliki suatu lembaga yang berfungsi untuk menyalurkan produk atau barang dari produsen ke konsumen akhir. Masing-masing lembaga pemasaran memperoleh keuntungan yang berbeda-beda. Diperolehnya keuntungan ini disebabkan oleh sistem proses pemasaran yang efisien.

Proses pemasaran yang efisien disebabkan oleh lembaga-lembaga dalam saluran pemasaran yang mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran (Rahardi, 2000). Dari sistem pemasaran yang efisien akan menimbulkan peningkatan margin antara lembaga-lembaga yang ada dalam sistem pemasaran tersebut.

Jumlah itik pada usaha tersebut sebanyak 500 ekor yang memproduksi telur sebanyak 80% per hari nya dengan jumlah 400 butir telur per hari. Sistem yang digunakan dalam pemeliharaan itik petelur tersebut adalah sistem intensif atau sistem pemeliharaan hanya di kandang saja. Pada usaha “Peternakan Itik Atar” harga jual telur itik ditingkat peternak sebesar Rp1.800,-/butir, sedangkan harga beli ditingkat konsumen akhir sebesar Rp2.500,-/butir sehingga didapatkan selisih harga telur itik sebesar Rp700,- dari peternak hingga ke tangan konsumen akhir.

Berdasarkan uraian diatas dan survei awal yang telah dilakukan sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya permasalahan yang terjadi pada pemasaran telur itik di usaha “Peternakan Itik Atar” berupa belum diketahui bagaimana saluran pemasaran, margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran, serta nilai perbedaan harga yang diterima oleh peternak terhadap konsumen akhir (*farmer's share*). Selain dari beberapa permasalahan tersebut, belum adanya riset atau penelitian tentang pemasaran telur itik di usaha “Peternakan Itik Atar”. Sehingga menimbulkan keinginan penulis untuk melakukan penelitian didaerah tersebut dengan judul **“Analisis Pemasaran Telur Itik pada Usaha Peternakan Itik Atar di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran usaha peternakan itik petelur Bapak Atar di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam.
2. Fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang terjadi pada proses pemasaran itik petelur Bapak Atar di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam.
3. Berapa besar margin, biaya, keuntungan pemasaran usaha peternakan itik petelur Bapak Atar di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam.
4. Berapa *Farmer's share* dari usaha peternakan itik petelur Bapak Atar di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis saluran pemasaran itik petelur di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis fungsi-fungsi pemasaran yang terjadi pada proses pemasaran itik petelur di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam.
3. Untuk mengetahui besarnya margin, biaya, keuntungan pemasaran pada tiap saluran pemasaran itik petelur di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam.
4. Untuk mengetahui nilai *Farmer's share* dari usaha peternakan itik petelur di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah

1. Dalam bidang akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai pemasaran itik petelur.
2. Dalam bidang teknis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi peternak dan Dinas Peternakan dalam pengembangan usaha peternakan itik petelur.
3. Bagi konsumen, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan pemilihan tempat pembelian telur itik.

