

KARAKTERISASI FAKTOR PENENTU KEBERLANJUTAN PENGEMBANGAN BUDIDAYA AYAM KUB OLEH RUMAH TANGGA MISKIN DI KABUPATEN GARUT

CHARACTERIZING OF DETERMINING FACTORS FOR THE DEVELOPMENT OF KEEPING KUB CHICKEN BY POOR VILLAGER HOUSEHOLDS IN GARUT DISTRICT

Darojat Prawiranegara dan Siti Lia Mulijanti
Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Jawa Barat
Jalan Kayuambon No 80 Lembang-Bandung Barat 40391
liamulijanti@yahoo.com

ABSTRACT

Inventory of factors determining the continuation of keeping KUB chickens by poor villager households, disseminated under #Bekerja program in 4 sub districts of Garut regency, was carried out through a survey study in September to November 2018. The data sampling was conducted purposely, consisting of representatives of various sources related to the development of keeping the KUB chickens gathered in FGD (Focus Group Discussion). The data consisted of primary data and secondary data. The data were analysed descriptively and by using multiple regression which was performed using SPSS 16. The results showed that internal factors consisted of quality of direct management by poor villager households, the existence of suppliers, market intermediaries, consumers and competitors. Whilst the external factors were the guidance of government services officers, the product selling price and the distance of location of the market. Furthermore the results showed that the motivation of RTM, supplier of business inputs, marketing intermediaries, consumer desires, officer guidance, selling prices, business location and quality of KUB chickens significantly influence the development of KUB chickens. Whilst competitor and promotion did not significantly influence the development of keeping KUB chickens.

Keywords: Internal and external determinant factor, KUB chicken keeping poor villager household

ABSTRAK

Inventarisasi faktor-faktor internal dan eksternal penentu keberlanjutan usahatani ayam KUB oleh Rumah Tangga Miskin (RTM) pemanfaat program #Bekerja Kementerian Pertanian di 4 Kecamatan di Kabupaten Garut telah dilakukan melalui survei yang dilaksanakan Bulan September sampai November Tahun 2018. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* terhadap berbagai narasumber terkait pengembangan usahatani ayam KUB. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi dan FGD (*Focus Group Discussion*). Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif guna mengidentifikasi faktor internal-eksternal, dan faktor berpengaruh pengembangan ayam KUB menggunakan persamaan regresi berganda dimana pendugaan parameter dilakukan dengan SPSS 16. Hasil analisis diperoleh faktor internal yang terdapat pada pengembangan ayam KUB adalah kondisi pengelola langsung (RTM), kondisi pemasok, perantara pasar, konsumen dan para pesaing, dan dari faktor eksternal adalah bimbingan petugas, harga jual produk dan lokasi tempat perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi RTM, pemasok input usaha, perantara pemasaran, keinginan konsumen, bimbingan petugas, harga jual, lokasi tempat usaha dan kualitas ayam KUB berpengaruh signifikan terhadap pengembangan ayam KUB. Sedangkan faktor pesaing dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan ayam KUB.

Kata kunci : Faktor internal dan eksternal penentu pengembangan ayam KUB, Usahatani ayam KUB oleh RTM

PENDAHULUAN

Peternakan unggas lokal di Provinsi Jawa Barat memiliki peran yang penting dalam pembangunan peternakan. Suprijatna, dkk. (2012) menyatakan bahwa peternakan unggas lokal merupakan ujung tombak dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani. Ketahanan pangan merupakan salah satu

faktor penentu stabilitas ekonomi masyarakat Provinsi Jawa Barat. Hal ini yang menyebabkan upaya pemenuhan kecukupan pangan menjadi kerangka pembangunan yang mampu mendorong pembangunan sektor lainnya. Haryono, dkk. (2012) mengemukakan bahwa sebagai sumberdaya

genetik (SDG) asli Indonesia, ayam kampung dapat dikembangkan guna mendukung kemandirian penyediaan pangan sumber protein hewani. Populasi ayam kampung di Jawa Barat pada Tahun 2018 sebesar 26.712.982 ekor dan total produksi daging sebanyak 26.803 ton (Kementan, 2018).

Apabila dilihat dari tingkat konsumsinya, konsumsi daging ayam dalam kurun waktu per minggu mencapai 0.109 kg/kapita sedangkan konsumsi daging sapi hanya 0.009 kg/kapita (Kementan, 2018). Hal ini sejalan dengan pendapat Zulkarnain (2007) menyatakan bahwa dalam 10 tahun terakhir konsumsi daging dan telur ayam lokal justru lebih diminati oleh masyarakat menengah ke atas atau kaum urban. Ayam lokal mempunyai potensi pasar yang cukup besar, dimana produksi telur dan daging ayam lokal pada Tahun 2015 masing-masing mencapai 191.800 ton dan 314.000 ton (Ditjenak 2015) dan masih dapat diserap pasar. Hal ini mengindikasikan bahwa produk ayam lokal belum mampu memenuhi kebutuhan konsumen atau permintaan pasar. Berdasarkan hal tersebut maka ternak unggas ayam lokal memiliki potensi untuk dapat terus dikembangkan. Pengusahaan unggas khususnya ayam dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat tidak terkecuali masyarakat di Kabupaten Garut sebagai penerima manfaat program #Bekerja, menerima ayam KUB dan sarana produksi ternak (sapronek).

Peternakan ayam kampung yang dulu dipelihara secara ekstensif, kini dapat dipelihara secara intensif dengan masa pemeliharaan singkat. Balai Penelitian Ternak (Balitnak) Ciawi menyeleksi ayam kampung selama enam generasi sejak Tahun 1997. Ayam kampung tersebut dinamakan Ayam Kampung KUB (Kampung Unggul Baliitbang Pertanian). Ayam KUB merupakan salah satu ayam kampung unggulan hasil seleksi sebagai galur betina penghasil telur. Ayam KUB sudah dilepas pemerintah sebagai ayam unggulan Balitnak sejak Tahun 2009, Produksi telur 45-50 persen, puncak produksi 65%, produksi telur 160-180 butir/tahun, konsumsi pakan 80-85 gram, sifat mengeram 10% dari total populasi, umur pertama bertelur 22-24 minggu, bobot telur 35-45 gram dan konversi pakan 3,8 (Sartika, dkk. 2009).

Keseimbangan perkembangan budidaya ayam lokal dengan pemasarannya perlu diantisipasi, mengingat adanya program

besar-besaran penyebaran ayam KUB dalam program #Bekerja Kementerian Pertanian bersama pemerintah daerah mendiseminasikan ayam KUB di lima kabupaten di Jawa Barat dan rencana lanjutan program diseminasi pada Tahun 2019. Oleh karena itu dalam upaya pengembangan budidaya menjadi usahatani oleh para RTM perlu kiranya dikaji aspek agribisnisnya yang mencakup kegiatan hulu sampai hilir.

Pada aspek hulu penting diperhatikan kondisi rumah tangga miskin (RTM) sebagai pengelola budidaya, kondisi pemasok bahan baku/sapronek, dan keberlanjutan bimbingan petugas. Pada aspek hilir penting diperhatikan hal terkait produk yang dihasilkan, yaitu harga, kualitas, upaya promosi dan lainnya. Oleh karena itu, kajian terkait analisis faktor penentu keberlanjutan pengembangan ayam KUB khususnya di Kabupaten Garut perlu dilakukan. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan eksternal pengembangan ayam KUB; (2) menentukan faktor penentu keberlanjutan pengembangan ayam KUB.

METODE

Penelitian dilaksanakan pada bulan September sampai November 2018. Teknik pengambilan sampel/penentuan responden dilakukan secara *purposive* sampling dimana sampel-sampel penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan keterwakilan berbagai narasumber terkait pengembangan budidaya ayam KUB di 4 kecamatan di Kabupaten Garut yaitu: (1) masyarakat/RTM responden merupakan penerima bantuan program; dan (2) petugas terlibat langsung dalam program kegiatan dan para narasumber yang merupakan promotor pengembangan budidaya ayam KUB dalam program #Bekerja. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi dan FGD (*Focus Group Discussion*). Dalam penelitian ini responden meliputi: (1) 150 orang mewakili RTM; (2) 27 petugas pendamping; (3) 4 orang tenaga kerja sosial kecamatan (TKSK); (4) 38 orang tenaga kerja sosial desa (TKSD); dan (5) 22 orang petugas dinas/instansi terkait. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui wawancara responden dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya, dan data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka atau referensi,

maupun data yang diperoleh dari dinas atau instansi terkait.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif meliputi identifikasi faktor internal-eksternal. Bogdan dan Taylor (1975) dalam Moleong (2010) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang orang dan perilaku yang dapat diamati. Faktor internal pengembangan ayam KUB dari sudut pandang produsen terdiri dari aspek pengelola langsung (RTM), pemasok (bahan baku saponak), para perantara pemasaran, para pelanggan (sasaran/konsumen) dan para pesaing. Faktor eksternal usaha ternak ayam KUB terdiri dari sudut pandang konsumen meliputi produk (ragam produk, kualitas telur dan daging), harga, tempat (lokasi, cakupan pasar), promosi (promosi penjualan, tenaga penjualan) dan bimbingan petugas.

Hasil kajian dari *expert meeting* kemudian dianalisis secara regresi linear berganda guna menentukan besaran nilai faktor dalam pengembangan ayam KUB. Pendugaan parameter menggunakan program SPSS versi 16.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakterisasi Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Ayam KUB

Berdasarkan hasil diskusi dengan para pakar (narasumber terkait pelaksanaan pengembangan ayam KUB), didapatkan beberapa faktor internal dan eksternal keberlanjutan pengembangan ayam KUB. Faktor internal pengembangan ayam KUB dari sudut pandang produsen terdiri dari aspek pengelola langsung (RTM), pemasok (bahan baku saponak), para perantara pemasaran, para pelanggan (sasaran/konsumen) dan para pesaing. Faktor eksternal perusahaan dari sudut pandang konsumen meliputi produk (ragam produk, kualitas telur dan daging), harga, tempat (lokasi, cakupan pasar), Promosi (promo penjualan, tenaga penjualan) dan bimbingan petugas.

● Karakteristik Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berada di dalam ruang lingkup penentu keberlanjutan pengembangan ayam KUB. Faktor internal tersebut terdiri dari Rumah tangga miskin

(RTM), pemasok (individu/kelompok yang menyediakan sumberdaya), Para perantara pemasaran (membantu promosi dan penjualan), para pelanggan (sasaran/konsumen), dan para pesaing. Analisis faktor internal sangat penting dilakukan untuk mengetahui potensi, peluang, dan tantangan yang dimiliki. Hal ini dapat membantu dalam menentukan strategi keberlanjutan yang tepat dalam pengembangan ayam KUB.

a. Rumah Tangga Miskin (RTM)

Kondisi RTM sebagai pelaku utama pengelolaan ayam KUB di lokasi kegiatan #Bekerja di Kabupaten Garut pada saat ini rata-rata sudah pernah memelihara ternak ayam kampung biasa (buras) yaitu sekitar 30.23 persen dengan jumlah ternak ayam yang terbatas yaitu sekitar 5-6 ekor per RTM. Memelihara ayam biasanya dilakukan oleh laki-laki, motifnya adalah sebagai usaha sampingan untuk di jual dan sebagian untuk dikonsumsi, karena pekerjaan RTM rata-rata adalah sebagai buruh tani dan petani yang dirasakan tidak dapat mencukupi kebutuhan hidup keluarga mereka. Sistem pemeliharaan yang mereka lakukan selama ini adalah semi intensif dan ekstensif. Sistem semi intensif yaitu sudah menggunakan kandang dan pemberian pakan dan minum namun peternak masih mengumbarkan/melepaskan ayam yang dipelihara. Sistem pemeliharaan semi intensif merupakan sistem pemeliharaan yang dilakukan oleh sebagian besar RTM (79.58%) yang memiliki ternak ayam. Sistem ini dilakukan dengan cara mengumbar ayam pada pagi hingga siang hari, kemudian dikandangkan pada sore hari. Mereka tidak melakukan pengelompokan kandang untuk masing-masing umur ayam. Hampir semua RTM belum mengetahui cara beternak yang efektif. Sistem pemeliharaan ayam seperti ini masih mempunyai banyak kelemahan karena peternak belum menerapkan vaksinasi, kandang juga belum mempunyai ventilasi yang baik. Jadi jika terjadi wabah penyakit, RTM masih belum begitu mahir mengatasinya sehingga banyak ternak yang mati. Sistem pemeliharaan ayam secara ekstensif dilakukan dengan cara ayam tidak dikandangkan dan dibiarkan diumbar sepanjang hari.

Komposisi penduduk berdasarkan jenis kelamin di lokasi penelitian adalah 51.04 persen (laki-laki) dan 48.96 persen (perempuan). Sebagian besar RTM tersebut

berusia rata-rata 41.5 tahun yang termasuk dalam kelompok umur produktif (15-55 th) komposisi umur produktif laki-laki adalah 29.17 persen dan komposisi umur produktif perempuan adalah 25.52 persen. Suryani (1999), mengemukakan bahwa usia kerja produktif peternak merupakan salah satu faktor pendukung pengembangan ayam Kampung, karena dengan bertambahnya umur peternak membuat peternak semakin berpengalaman dan merasakan manfaat dari usaha beternak ayam Kampung. Semakin bertambahnya umur RTM yang memelihara ayam, maka pengalaman tentang beternak ayam kampung semakin banyak sehingga sistem pemeliharaan ayam yang mereka terapkan akan semakin baik. Hal ini dapat ditunjukkan dengan adanya beberapa RTM yang sudah dapat menjual ternak ayamnya.

Secara umum, tingkat pendidikan RTM tergolong rendah. Sebagian besar RTM berpendidikan Sekolah Dasar (SD) 60 persen dan tidak tamat SD 40 persen. Rata-rata RTM tidak memiliki keinginan untuk memperbaiki sistem pemeliharaan dan hanya sekedar ingin memelihara saja belum mempunyai keinginan untuk menjadikan ternak ayam sebagai sumber pendapatan utama. Menurut Arfida (2003) dalam Amrullah, dkk. (2010) Secara filosofis produktivitas merupakan pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan. Hasibuan (2001) mengatakan bahwa pendidikan, pelatihan dan motivasi kerja akan mempengaruhi produktivitas kerja.

Dalam upaya mendukung keberlanjutan pengembangan ayam KUB kondisi RTM di lokasi penelitian saat ini berpotensi ke arah tersebut. Hal ini dapat dilihat dari persepsi RTM terhadap ayam KUB. RTM yakin terhadap produksi ayam KUB (telur dan daging) yang dihasilkan akan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. RTM merasa optimis harga produk dari ayam KUB yang dihasilkan akan sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dengan mengembangkan usaha ayam KUB akan memberikan keuntungan. Keuntungan tersebut merupakan upah dari tenaga yang digunakan dalam budidaya ayam KUB. Upah merupakan suatu penerimaan sebagai imbalan dari pimpinan perusahaan kepada tenaga kerja untuk suatu pekerjaan atau jasa yang telah dan akan dilakukan (Achmad Muzani, 2017) Pemilikan lahan dirasakan cukup mendukung untuk mengusahakan ayam KUB. Keyakinan terhadap produk ayam

KUB yang dihasilkan menyebabkan pemasaran dianggap tidak akan mengalami masalah. RTM di lokasi penelitian mempunyai keyakinan bahwa dengan mengusahakan ayam KUB, akan memberikan pendapatan yang lebih baik dibandingkan dengan mengusahakan jenis ternak lainnya.

Agar ayam KUB dapat berlanjut di lokasi penelitian, perlu dilakukan pendampingan dan pembinaan kepada RTM secara intensif dalam teknis budidaya ternak ayam KUB yang baik karena sebagian besar RTM belum mengetahui teknik budidaya ternak yang baik, selain itu latar belakang pendidikan RTM yang tergolong masih rendah. Kegiatan pemeliharaan ternak yang sudah dilakukan perlu arahan dan dorongan kepada pengelolaan sistem intensif yang berorientasi usaha, sehingga dapat memberikan nilai manfaat yang besar bagi RTM. Pengalaman RTM dalam pengelolaan ternak ayam dapat dijadikan landasan untuk meningkatkan ke skala pengelolaan usaha peternakan yang lebih berorientasi pada bisnis.

b. Pemasok (individu/ kelompok yang menyediakan input produksi)

Induk ayam kampung/buras yang ditenakan oleh sebagian RTM diperoleh dengan cara membeli dari tukang keramba (tukang ayam keliling) kemudian dipelihara sampai dengan berkembang biak. Bibit ayam berupa DOC belum pernah mereka gunakan karena ketersediaannya hampir bisa dikatakan tidak ada dan tidak adanya kios yang menjual bibit ayam DOC. Induk ayam tersebut mereka kembangbiakan secara alami sehingga jumlahnya bertambah. Jumlah pedagang ayam keliling di lokasi penelitian rata-rata sekitar 5 orang yang secara rutin berkeliling ke desa-desa untuk menjual ayamnya. Jenis ayam yang biasanya dipelihara yaitu jenis ayam kampung (Buras) lokal.

Pakan yang digunakan dalam pemeliharaan ayam yang dilakukan selama ini menggunakan dedak yang diperoleh dengan cara membeli dari beberapa kios sarana produksi pertanian yang berada di desa maupun kecamatan yang juga menyediakan sarana produksi peternakan. RTM tidak mengalami kesulitan dalam memperoleh dedak karena selalu tersedia di kios-kios sarana produksi terdekat yang ada di sekitar desa dan kecamatan. Pakan lain yang digunakan ketika tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan pakan untuk ternaknya adalah ubi kayu dan sisa-sisa limbah rumah

tangga. Pemanfaatan ubi kayu dan sisa limbah rumah tangga sebagai pakan tambahan, dan sebagai pakan pengganti untuk ternaknya karena tidak mampu membeli dedak.

Pemeliharaan kesehatan ternak perlu dilakukan vaksinasi dan penambahan vitamin. Vaksinasi umumnya belum pernah dilakukan karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan, tetapi pemberian vitamin sudah biasa mereka lakukan dan mereka menyadari manfaat dari pemberian vitamin tersebut. Vitamin untuk unggas tersedia di beberapa kios pertanian yang bisa mereka datangi baik di desa mereka maupun di desa tetangga. Jenis vitamin yang biasa mereka berikan pada ternaknya adalah "vitachick".

Agar ternak ayam KUB dapat berproduksi secara berkelanjutan dan menjamin kelangsungan pengembangan ayam KUB di RTM, maka diperlukan keterlibatan pengusaha/ pemasok dalam hal penyediaan bibit dan pakan dengan harga terjangkau. Hasil diskusi bersama di lapangan, disepakati bahwa sementara dalam jumlah terbatas Gapoknak dapat menyediakan kebutuhan bibit ayam berupa DOC bagi para anggota kelompoknya. Sehingga harus ada hubungan kemitraan antara peternak dan pengusaha (Sirajuddin, 2007). Beberapa bentuk kemitraan yang bisa dilakukan adalah sebagai berikut :

- (1) Inti plasma adalah hubungan kemitraan antara usaha kecil selaku plasma dengan usaha menengah atau besar sebagai inti, membina dan menyediakan sarana produksi, memberikan modal dan membantu pemasaran hasil produksi plasma.
- (2) Subkontrak adalah hubungan kemitraan antara usaha besar dan atau usaha menengah dengan usaha kecil, dengan memberikan kesempatan mitranya untuk mengerjakan sebagian produksi atau komponen dengan menggunakan bahan baku yang diperolehnya sendiri, memberikan bimbingan dan permodalan.
- (3) Dagang umum adalah hubungan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar dalam bentuk kerjasama pemasaran, atau penyediaan lokasi usaha.
- (4) Waralaba adalah hubungan kemitraan yang didalamnya usaha besar sebagai pemberi waralaba memberikan hak lisensi kepada usaha kecil sebagai

penerima waralaba dengan disertai suatu imbalan berdasarkan persyaratan pihak pemberi waralaba.

- (5) Keagenan adalah hubungan kemitraan yang didalamnya usaha besar atau menengah memproduksi sesuatu, sedangkan usaha kecil (agen) diberi hak khusus untuk menjalankan usaha dan memasarkan barang dan jasa tersebut kepada pihak lain.
- (6) Bentuk lain misalnya Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA) dalam pertanian (SK Mentan No. 940/Kpts/OT.2010/10/1997) yaitu, hubungan kemitraan yang didalamnya kelompok mitra menyediakan lahan, sarana dan tenaga sedangkan perusahaan mitra menyediakan biaya atau modal dan atau untuk mengusahakan atau membudidayakan.

c. Perantara Pemasaran (Membantu Promosi dan Penjualan)

Kegiatan pemasaran yang biasanya dilakukan oleh masyarakat khususnya RTM yang memelihara ayam adalah menjual dalam bentuk ayam hidup. Pemasaran yang dilakukan ada dua cara, yaitu dengan cara menjual langsung (*personal selling*) yang dilakukan oleh masyarakat dengan menawarkannya ke tetangga terdekat atau ke pasar terdekat dan menjual melalui perantara yaitu pedagang pengumpul ayam yang ada di wilayah desa maupun di luar desa.

Penetapan harga ayam hidup berdasarkan harga jual yang berada di pasaran yang berlaku saat penelitian yaitu sebesar Rp. 35.000,-/kg bobot hidup, harga tersebut berlaku untuk penjualan yang dilakukan sendiri (*personal selling*). Jika penjualan dilakukan melalui perantara (pedagang pengumpul) harga biasanya akan lebih rendah dari harga di pasaran. Pada saat penelitian harga ayam KUB per ekor cukup bervariasi pada rentang harga Rp. 20.000 – Rp. 45.000 per ekor. Terdapat kelebihan dan kekurangan pada kedua sistem penjualan tersebut. Pada sistem penjualan yang dilakukan secara langsung, RTM akan mendapatkan harga jual yang sesuai dengan harga di pasaran, tetapi kekurangannya yaitu RTM harus mencari pembeli sendiri. Jika penjualan melalui perantara kelebihannya adalah RTM tidak perlu repot-repot mencari konsumen (pembeli) karena barang sudah ditampung oleh pedagang perantara, tetapi kekurangannya adalah harga ditentukan

langsung oleh pedagang perantara dan harga biasanya dibawah harga pasaran. Keberadaan konsumen langsung (pelanggan/tetangga) dan pedagang perantara dapat dijadikan sarana promosi dari mulut ke mulut untuk menjamin keberlanjutan pengembangan ayam KUB yang dilakukan oleh RTM. Biaya promosi yang dilakukan tidak akan memerlukan biaya yang besar dan akan efektif dilakukan.

d. Pelanggan (sasaran/konsumen)

Konsumen daging ayam kampung di lokasi penelitian sebagian besar adalah keluarga menengah ke atas dan sebagian besar sudah mulai sadar akan kebutuhan gizi keluarga. Dilandasi oleh kebutuhan gizi yang baik dan rasanya yang nikmat yang membedakan dengan ayam ras, sebagian besar masyarakat telah biasa menyertakan daging ayam kampung dalam menu makanan harian. Keperluan ini tidak hanya satu atau dua orang saja, tetapi banyak anggota keluarga. Rasa daging ayam KUB tidak berbeda jauh dengan daging ayam kampung, sehingga daging ayam KUB dapat dikonsumsi sebagai makanan harian sama halnya seperti ayam kampung. Ayam KUB pun dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan yang digemari oleh masyarakat seperti ayam goreng, ayam bakar, dan lain-lain. Daging ayam KUB pun mempunyai kandungan protein dan gizi yang tinggi sehingga dapat mencukupi kebutuhan gizi masyarakat.

Selain konsumsi daging ayam kampung, saat ini konsumsi akan telur ayam kampung juga sedang meningkat, gaya hidup *back to nature* (kembali ke alam) menjadi suatu hal menarik yang menjadi alasan masyarakat mengkonsumsi telur ayam kampung. Masyarakat kelas menengah ke atas yang semula mengandrungi segala sesuatu yang serba instan kini mulai berubah ke situasi yang serba alami. Kecenderungan permintaan daging ayam kampung dan telur ayam kampung yang terus meningkat tampaknya ikut dipengaruhi oleh fenomena tersebut. Faktor permintaan merupakan faktor yang sangat penting dalam usaha (Widyastutik, dkk.2017). Persepsi masyarakat tentang ayam kampung adalah ayam yang asli, masih berbau alam, dan belum tercemar oleh zat-zat berbahaya. Para Pesaing

Para pesaing yang dimaksudkan disini adalah petani/Rumah tangga lainnya yang sama-sama melakukan usaha ternak ayam KUB. Walaupun jumlah rumah tangga yang

mengusahakan ternak ayam sangat banyak tetapi masing-masing memiliki keunggulan kompetitif dan kelemahan masing-masing. Kualitas produk yang dihasilkan akan berbeda di tiap-tiap RTM tersebut sehingga untuk menguasai pasar maka peternak/RTM akan berusaha untuk menjaga kualitas ternaknya. Kondisi RTM saat ini rata-rata tingkat pengetahuan tentang budidaya ayam KUB masih rendah. Budidaya masih dilakukan secara tradisional dengan pemberian pakan seadanya dan tanpa diberikan vaksin untuk mencegah penyakit. Oleh karena itu agar ayam KUB dapat berkembang dan berkelanjutan di tingkat RTM dan mempunyai daya saing yang tinggi di pasaran, pendampingan dan bimbingan dari petugas harus terus dilakukan. Bimbingan dilakukan petugas dengan cara mengunjungi langsung peternak baik secara individu maupun kelompok peternak di lapangan. Pendampingan dilakukan terkait dengan kebutuhan materi dan solusi permasalahan para peternak.

• Karakteristik Faktor Eksternal

a. Produk (ragam produk, kualitas)

Produk merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan usaha ayam KUB (Kampung Unggul Balitbangtan). Produk budidaya ayam KUB adalah daging dan telur. Permintaan daging ayam kampung di Kabupaten Garut meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan kesadaran terhadap arti penting peningkatan gizi. Di sisi lain, produksi ayam KUB harus sesuai dengan selera atau harapan masyarakat yaitu ayam KUB yang mempunyai kandungan gizi sama dengan ayam kampung dimana pemeliharaan dilakukan secara ekstensif dan memerlukan waktu yang cukup lama.

Kualitas dan kuantitas hasil produk mempengaruhi jumlah keuntungan dari suatu usaha agribisnis. Tujuan kegiatan #Bekerja adalah untuk mengentaskan kemiskinan dengan meningkatkan pendapatan melalui budidaya ayam KUB. Manajemen pemeliharaan harus dilakukan untuk mengefisienkan input produksi tanpa mengurangi output produksi. Di sisi lain, RTM belum mempunyai pengalaman dalam budidaya ayam KUB. Peternak di Kabupaten Garut dalam melakukan budidaya ayam KUB menghasilkan telur dan daging (ayam afkir). Pada program #Bekerja, RTM menerima bantuan ayam sejumlah 50 ekor dan

sapronak. Pada bulan ketujuh, setelah ayam KUB mulai berproduksi optimal, RTM harus mulai menyediakan pakan secara swadaya. Kapasitas kandang ayam KUB bantuan program #Bekerja mampu menampung 30 ekor ayam yang terdiri dari 5 ekor ayam jantan dan 25 ekor ayam betina. Sehingga pada bulan ketujuh, RTM sudah memproduksi 20 ekor ayam afkir dan telur.

Ayam KUB mulai bertelur pada umur 5 bulan. Dalam satu tahun, ayam KUB mampu memproduksi telur sebanyak 160-180 telur. Satu RTM diharapkan mempunyai ayam betina sebanyak 25 ekor. Sehingga dalam satu tahun diharapkan mampu menghasilkan telur sebanyak 4.250 butir telur. Harga telur ayam kampung adalah Rp 2.000,-/butir, maka pendapatan RTM adalah Rp 8.500.000,-/tahun atau Rp 708.000,-/bulan. Tambahan pendapatan ini, maka potensi berkurangnya angka kemiskinan sangat besar. Sehingga keberlanjutan program #Bekerja menjadi terbuka.

Selain telur, ayam KUB afkir juga menjadi hasil produksi budidaya ayam KUB. Umur produktif ayam KUB adalah 1-2 tahun. Selanjutnya diperlukan *replacement stock* pada waktu yang tepat untuk tetap menjaga kualitas produk. Ayam KUB afkir kurang diminati pasar. karena daging lebih liat dan kandungan lemak cukup tinggi.

Diversifikasi produk penting dilakukan, untuk menekan resiko kegagalan karena aspek pasar yang tidak bisa dikendalikan oleh peternak untuk menyeimbangkan penyediaan sarana produksi. Karena jika harga daging ayam turun, bisa diimbangi dengan penjualan harga telur. Diversifikasi produk lain yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan pembibitan ayam KUB ataupun memproduksi pakan ayam. Peningkatan skala usaha tidak mudah dilakukan karena kendala permodalan, resiko kegagalan yang tinggi, serta mayoritas RTM tidak mempunyai lahan/pekarangan yang luas untuk kandang. Selain itu, ada beberapa kendala pencemaran lingkungan. Manajemen pemeliharaan ayam harus diterapkan dengan baik di tingkat RTM. Untuk mendapatkan keuntungan penjualan yang optimal, RTM harus menjaga agar kematian ternak dapat ditekan serendah mungkin dan produksi telur dimaksimalkan.

b. Harga (harga produk)

Setiap peternak menginginkan keberlanjutan pada usaha ayam KUB dengan mendapatkan

keuntungan yang optimal. Keuntungan yang diperoleh ditentukan oleh penetapan harga produk. Harga suatu barang produksi ditentukan oleh besarnya biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk (ayam dan telur) dan atau keuntungan yang diharapkan. Harga jual yang tinggi akan meningkatkan keuntungan peternak. Harga jual yang rendah akan menurunkan keuntungan peternak. Dengan selisih keuntungan yang minim (karena faktor harga produk rendah), RTM melakukan modifikasi pakan yang akan beresiko terhadap produktivitas ayam KUB itu sendiri.

Harga jual ayam kampung di Kabupaten Garut berkisar Rp 45.000,- per ekor ayam jantan dan Rp 30.000,- per ekor ayam betina. Dengan harga tersebut, RTM sudah mendapatkan keuntungan. Untuk mendapatkan harga yang baik serta kontinuitas pemasaran, RTM perlu mengadakan kerjasama dengan pedagang ayam kampung baik tingkat desa maupun Kecamatan, pendamping, dan antar RTM sendiri. Berdasarkan pengalaman pedagang ayam, harga ayam kampung cukup stabil, sehingga RTM dapat lebih fokus pada pemeliharaan ayam untuk mendapatkan kualitas ayam yang baik.

Selain produksi daging, masyarakat juga menjual telur ayam KUB. Harga produk telur ayam KUB tidak kalah dengan ayam kampung. Rata-rata harga telur di Kabupaten Garut adalah Rp 2.000,- per butir. Saat ini, peternak menjual telur kepada penjual jamu, konsumen tingkat desa (tetangga), pedagang tingkat desa dan kecamatan, maupun dikonsumsi sendiri. Harga telur akan lebih tinggi apabila kemasan telur juga dibuat lebih menarik bagi konsumen.

Harga telur dan daging ayam mempengaruhi pola pemeliharaan ayam KUB. Dengan kestabilan harga produksi daging dan telur ayam KUB, maka peternak menggunakan pakan ternak yang berkualitas. Di sisi lain, perkembangan dan produksi ayam KUB yang lebih besar dan cepat dari ayam kampung biasa membuat potensi keberlanjutan usaha ayam KUB ini sangat besar.

c. Tempat (lokasi, cakupan pasar, transportasi)

Tempat merupakan salah satu penentu faktor keberhasilan dalam usaha ternak ayam KUB. Ayam KUB dapat tumbuh dan berproduksi dengan baik apabila kondisi lingkungan

sesuai. Budidaya ayam KUB juga tidak perlu melakukan rekayasa lingkungan sehingga lebih efektif dan efisien dalam manajemen pemeliharaan. Untuk mendapatkan keuntungan dan kemudahan dalam pemasaran produksi ayam, RTM harus mencari tempat yang mudah untuk pengangkutan ataupun menyalurkan hasil produksi secara ekonomis dan cepat. Hal ini mengindikasikan bahwa tataniaga telur maupun ayam harus seefisien mungkin. Kalaupun tidak, harus didukung pula oleh moda transportasi yang bisa menghubungkan tempat produksi ke lokasi pemasaran. Menurut Fitriza, dkk. (2012) peternak sering mengalami ketidakpastian dalam penerimaan laba adalah karena penyediaan dan distribusi pakan ternak yang tidak merata.

Sasaran kegiatan #Bekerja merupakan RTM yang mempunyai modal dan sarana terbatas. Pekarangan yang dapat dijadikan kandang juga tidak terlalu luas. Manajemen pemeliharaan dilaksanakan oleh RTM secara mandiri. Oleh karena itu, RTM tidak bisa memilih lokasi kandang. Kandang yang mereka miliki adalah berada di sekitar rumah. RTM hanya bisa menyesuaikan terhadap keberadaan lokasi pemasaran untuk menjual hasil produksi dan penyedia sarana produksi pertanian untuk membeli pakan, vitamin dan obat-obatan.

Aksesibilitas RTM terhadap kebutuhan produk pertanian cukup mudah. Jarak lokasi dengan kios tani rata-rata tidak lebih dari 7 km. Jumlah kios sapi/prodi mencapai 28 buah, sehingga peternak mempunyai banyak alternatif untuk memilih toko kios sapi/prodi yang baik dengan harga murah. Pada kios sapi/prodi, jenis input yang banyak dibeli adalah pupuk, benih dan pestisida. Hal ini berbeda dengan aksesibilitas peternak terhadap DOC ayam KUB. RTM masih mengalami kesulitan untuk mendapatkan DOC ayam KUB. Kios sapi/prodi yang ada di wilayah Kabupaten Garut berjumlah 18 buah per kecamatan. Kios ini hanya menyediakan pakan ternak, vitamin dan obat-obatan. Jarak yang tidak terlalu jauh memudahkan peternak dalam melakukan pembelian sarana produksi.

Dalam melakukan pemasaran produk pertanian dan peternakan, terdapat lembaga pasca panen yang beragam. RTM banyak menjual produknya ke konsumen tingkat desa, pedagang pengumpul desa, industri pengolahan serta pedagang kecamatan. Aksesibilitas transportasi ke pasar input mudah.

Banyak sarana transportasi ke pedagang input diantaranya bisa menggunakan pick up/truk, angkot, ojek maupun kendaraan pribadi. Jarak lokasi budidaya ke pedagang input dan output tingkat kecamatan kurang lebih 20 km. Kemudahan aksesibilitas baik pedagang tingkat desa, kecamatan maupun sarana transportasi membuat RTM mempunyai banyak pilihan untuk menjual hasil produksinya dengan harga bersaing.

d. Promosi (promosi penjualan, iklan, tenaga penjualan, dll.)

Pelaku usaha yang aktif dalam memasarkan produknya dan fleksibel terhadap perubahan baik dari penyesuaian selera pasar, kemasan maupun cara memasarkan produk mempunyai usaha yang lebih baik dibanding pelaku usaha yang tidak fleksibel terhadap perubahan. Produk peternakan yang ditawarkan RTM adalah daging ayam KUB dan telur ayam. Masa produksi hampir bersamaan di antara sesama RTM. Oleh karena itu, perlu adanya kerjasama pemasaran di antara pihak terkait seperti RTM, pendamping, Dinas Peternakan, pemerintah desa maupun pemerintah tingkat Kabupaten.

Dalam rangka mencapai pemasaran, RTM dimungkinkan dapat bekerja sama dengan pendamping, BUMDes membentuk koperasi untuk mengelola pemasaran produk peternakan. RTM berkewajiban menghasilkan produk yang berkualitas, sementara BUMDes dan Koperasi mengembangkan pemasaran daging dan telur ke pasar. Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Garut, pihak pendamping kegiatan #Bekerja mencari peluang kemitraan dengan pihak swasta untuk dapat menampung hasil produksi RTM. Selain itu, mereka juga melakukan promosi ke berbagai pihak mitra dan konsumen akhir.

Diversifikasi produksi yang diikuti promosi ke berbagai khalayak bisa meningkatkan keuntungan dan keberlanjutan usaha ayam KUB. Promosi dan tenaga penjualan yang bagus akan meningkatkan permintaan produksi. Kegiatan program #Bekerja dilaksanakan di beberapa wilayah dan mencakup banyak RTM, sehingga menyebabkan persaingan pemasaran. Oleh karena itu, perlu adanya strategi penjualan yang baik untuk meraih pasar secara simultan. Pedagang telur dan ayam baik di tingkat desa maupun kecamatan harus menjadi mitra pemasaran. Walaupun demikian, promosi tidak perlu dilakukan

secara agresif, promosi dapat dilakukan dengan menjaga hubungan baik dengan mitra pedagang yang sudah ada, dengan tetap menjaga kualitas produk.

e. Bimbingan Petugas

Pendampingan dan supervisi oleh pendamping harus berorientasi pada pemenuhan kebutuhan peternak, sesuai dengan kondisi sumberdaya yang dimiliki, berbasis pada masalah dan menghargai keberagaman situasi peternak (Mardikanto 2009). Pendampingan kegiatan #Bekerja perlu dilakukan secara intensif. Satu pendamping RTM bertanggung jawab terhadap keberhasilan usaha ayam KUB pada 50 orang RTM. Pendamping RTM harus menjadi solusi dari permasalahan dan kendala dalam usaha ayam KUB, khususnya strategi pencegahan terhadap penyakit ayam melalui vaksinasi dan pengelolaan sanitasi kandang.

Kegiatan budidaya ayam KUB merupakan hal yang baru bagi sebagian penerima program #Bekerja. Pada awal kegiatan, pengetahuan, dan keterampilan mayoritas peternak masih perlu ditingkatkan. Banyak RTM belum tergabung dalam suatu kelompok ternak. Sehingga mereka belum mendapatkan materi penyuluhan, seperti pengolahan limbah untuk pakan ternak, vaksinasi ternak, penentuan manajemen perkawinan ternak, manajemen pakan dan kesehatan ternak. Kelompok ternak berfungsi sebagai wahana belajar

Beberapa peternak masih kurang yakin terhadap pelaksanaan vaksinasi pada ayam KUB. Padahal pelaksanaan vaksinasi dapat meningkatkan kekebalan ayam terhadap infeksi penyakit. Peran pendamping dan bimbingan petugas adalah menyakinkan peternak akan pentingnya vaksinasi dan manajemen kesehatan ternak. Dalam melakukan vaksinasi, pendamping dibantu oleh tim kesehatan hewan dari Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Garut. Pendamping melakukan pendampingan langsung ke RTM mulai dari penerimaan sarana produksi peternakan, distribusi DOC, pembuatan kandang, manajemen pemeliharaan, vaksinasi, pengolahan hasil dan pemasaran produksi.

Tantangan dalam pendampingan adalah keterbatasan sarana dan prasarana penunjang penyuluhan dan tenaga penyuluh. Di sisi lain, tuntutan tugas dan tanggung jawab di bidang tanaman pangan yang merupakan

prioritas Kementerian Pertanian sudah sangat banyak. Walaupun demikian, pendampingan dan supervisi harus dilakukan selama penerima program belum bisa mandiri. Tujuan kegiatan #Bekerja adalah untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga miskin. Oleh karena itu, usaha ternak ayam KUB harus dilakukan secara efektif dan efisien untuk menekan biaya produksi. Penerapan teknologi mampu menjadi jembatan untuk menuju efektivitas usaha ternak ayam KUB.

Dengan adanya bimbingan petugas, RTM dapat membudidayakan ayam KUB dengan baik, sehingga ayam KUB dapat bertelur dan berkembang baik. Di sisi lain, tanpa pendampingan, resiko kegagalan kematian ataupun penjualan ayam KUB oleh RTM karena desakan kebutuhan ekonomi menjadi pendorong berhentinya program #Bekerja.

Faktor Penentu Keberlanjutan Pengembangan Ayam KUB

Menentukan faktor penentu dalam pengembangan ayam KUB (merujuk kepada hasil kajian dan *expert Meeting*). Dalam hal ini ada beberapa faktor yang digunakan dalam menilai pengembangan ayam KUB yaitu: a) internal faktor yang meliputi RTM, pemasok, perantara pemasaran, para pelanggan (sasaran/konsumen) dan para pesaing, b) eksternal faktor meliputi produk (ragam produk, kualitas telur dan daging), harga, tempat (lokasi, cakupan pasar), Promosi (promosi penjualan, tenaga penjualan) dan bimbingan petugas. Nilai besaran/bobot faktor penentu berdasarkan hasil kajian dan *focus group discussion* bersama expert dapat dilihat pada Tabel 1. Masing-masing expert diminta untuk memberikan bobot pada masing-masing faktor. Pada Tabel 1 terlihat bahwa pada aspek internal faktor, kondisi RTM dinilai sebagai yang utama dalam penentu keberhasilan pengembangan ayam KUB. Hasil observasi di lapangan dan diskusi bersama (*expert meeting*) beralasan bahwa kondisi RTM yang terdiri dari luas kepemilikan lahan untuk kandang, umur RTM, motivasi dan tujuan pengusahaan merupakan aspek penting yang akan berakibat pada faktor penentu keberhasilan RTM. Kepemilikan lahan sempit sangat sulit (<0,23 ha) untuk dijadikan skala bisnis bagi RTM, pengelolaan yang dilakukan hanya akan bersifat konsumtif, dimana dari segi jumlah; ayam yang diusahakan tidak akan berkembang pada skala bisnis. Bagi sebagian RTM usia lanjut

Selain dari faktor internal; terdapat faktor eksternal penentu pengembangan ayam KUB di Kabupaten Garut. Eksternal faktor yang dinilai menentukan keberlanjutan pengembangan ayam KUB tiga secara berurutan adalah: (1) bimbingan petugas; (2) harga jual produk; dan (3) lokasi tempat perusahaan. Sebagian besar responden mengatakan bahwa mereka masih memerlukan bimbingan petugas. Bimbingan petugas baik dalam teknis budidaya maupun bimbingan kelembagaan dinilai sebagai aspek eksternal faktor yang menentukan karena RTM sebagian besar adalah baru pertama kali mengusahakan ayam KUB (2018); belum secara mahir memelihara dan memasarkan produk ayam KUB. Bimbingan terkait teknis budidaya yang dibutuhkan oleh RTM adalah mengenai teknik pengendalian penyakit ayam KUB serta teknik manajemen perkandangan. Sedangkan pada kelembagaan lebih pada kelembagaan perusahaan ternak RTM baik secara individu maupun kelompok/koloni. Kelembagaan tersebut menyangkut aturan main pengelolaan mulai dari hulu sampai dengan hilir (pemasaran). Selain daripada itu, bimbingan petugas juga masih sangat dibutuhkan mengingat masih terdapat gejala dimana terdapat sebagian RTM yang belum atau tidak mendapatkan bantuan program #Bekerja.

Aspek eksternal faktor kedua adalah harga jual produk. Harga jual baik berupa telur dan daging ayam KUB dinilai menjadi salah satu penentu pengembangan ayam KUB. Dengan kualitas telur dan daging yang sama dengan ayam kampung, ayam KUB diharapkan dapat menyeimbangkan bahkan lebih dari ayam kampung biasa. Selama ini, harga ayam kampung dibandingkan dengan ayam pedaging lainnya; dikenal masyarakat mempunyai harga jual yang tinggi. Artinya, harga jual yang diterima RTM harus sama atau diatas harga yang selama ini mereka terima (perusahaan ayam kampung lokal). Harga jual produk akan berkorelasi dengan tempat dimana perusahaan ayam KUB itu dilakukan. Faktor tempat sebagai ketiga yang utama, merupakan faktor lainnya yang termasuk dalam kategori eksternal faktor. Faktor ini memang sangat sulit dirubah oleh RTM. Semakin jauh tempat perusahaan, maka secara umum ongkos pemasaran produksi akan semakin bertambah pula. Bagi lokasi-lokasi RTM yang sangat jauh dari lokasi pemasaran, maka perantara pemasaran yang berpihak pada RTM sangatlah dibutuhkan

sekaligus sebagai perantara promosi pemasaran.

Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Pengembangan Ayam KUB

Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberlanjutan pengembangan ayam KUB dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Dimana:

Y= Keberlanjutan Pengembangan Ayam KUB

X1= Motivasi (RTM)

X2= Ketersediaan input (Pemasok)

X3= Perantara pemasaran

X4= Bimbingan petugas

X5= Harga

X6= Jarak (lokasi)

Penentuan faktor berpengaruh yang diuji adalah hasil penilaian besaran/bobot faktor penentu dari *expert meeting* dengan mengambil urutan tiga besar pada faktor internal dan eksternal. Pengujian faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberlanjutan pengembangan ayam KUB secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji-F, sedangkan secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji-t.

Meneliti gambaran faktor-faktor yang berhubungan terhadap keberlanjutan pengembangan ayam KUB maka dapat diketahui dan ditingkatkan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh positif terhadap keberlangsungan pengembangan ayam KUB. Dalam penelitian ini, analisis pengaruh antar faktor-faktor peubah penelitian mencakup enam peubah bebas yang meliputi: motivasi (RTM), ketersediaan input (Pemasok), perantara pemasaran, bimbingan petugas, harga dan jarak (lokasi). Keenam peubah bebas tersebut diduga mempunyai keterkaitan satu sama lain dan berpengaruh terhadap keberlanjutan pengembangan ayam KUB yang dilakukan RTM pada program #Bekerja.

Uji kelayakan model atau uji F (uji simultan model), model yang dibangun berdasarkan ke enam peubah bebas motivasi (RTM), ketersediaan input (Pemasok), perantara pemasaran, bimbingan petugas, harga dan jarak (lokasi) yang diestimasi dikatakan layak. Artinya, model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh

peubah-peubah bebas terhadap peubah terikat Y (Keberlanjutan ayam KUB). Persamaan regresi yang diperoleh dari peubah bebas terhadap keberlanjutan pengembangan ayam KUB yaitu:

$$Y = -5.625 + 0.712X_1 + 0.275X_2 + 0.372X_3 + 0.312X_4 + 0.290X_5 + 0.176X_6$$

Hasil analisis regresi berganda faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keberlanjutan RTM dalam mengembangkan ayam KUB ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat variasi pengaruh peubah-peubah bebas motivasi (RTM), ketersediaan input (Pemasok), perantara pemasaran, bimbingan petugas, harga dan jarak (lokasi) terhadap peubah terikat keberlanjutan. Besarnya nilai *R square* 0.754 menunjukkan bahwa proporsi pengaruh peubah-peubah bebas sebesar 75.4 persen. Artinya, motivasi (RTM), ketersediaan input (Pemasok), perantara pemasaran, bimbingan petugas, harga dan jarak (lokasi) memiliki proporsi pengaruh positif terhadap keberlanjutan ayam KUB sebesar 75.4 persen sedangkan sisanya 24.6 persen dipengaruhi oleh peubah lain yang tidak ada di dalam model regresi.

Pengaruh peubah bebas secara sendiri-sendiri (parsial) terhadap peubah terikat keberlanjutan pengembangan ayam KUB diketahui melalui uji-t. Tabel 2 menunjukkan bahwa uji signifikansi t yaitu uji yang digunakan untuk menilai pengaruh peubah-peubah bebas motivasi (RTM), ketersediaan input (Pemasok), perantara pemasaran, bimbingan petugas, harga dan jarak (lokasi) secara parsial berpengaruh terhadap peubah terikat keberlanjutan pengembangan ayam KUB. Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa indikator faktor internal yang secara berurutan berpengaruh nyata terhadap keberlanjutan pengembangan ayam KUB adalah motivasi RTM ($t_{hit} 4.59 > 1.96$), pemasok ($t_{hit} 4.21 > 1.96$), perantara pemasaran ($t_{hit} 4.11 > 1.96$), konsumen ($t_{hit} 3.70 > 1.96$), faktor internal pesaing tidak signifikan berpengaruh tetapi bernilai positif ($t_{hit} 1.21 < 1.96$).

Motivasi merupakan salah satu faktor yang utama dalam keberlanjutan pengembangan ayam KUB. Semakin kuat motivasi RTM dalam mengusahakan ayam KUB maka peluang keberlanjutan untuk mengelola ayam KUB menjadi semakin besar. Kondisi berbeda jika motivasi yang ada pada diri RTM rendah di mana setelah pasca program menjadikan

ayam KUB akan habis terjual atau mati karena tidak dapat dikelola dengan baik. Responden yang mempunyai motivasi yang baik memberikan pendapat bahwa mereka melaksanakan kegiatan pengelolaan ayam KUB karena kesenangan dan kebiasaan serta ingin menciptakan pendapatan baru bagi keluarganya.

Tabel 2. Faktor Berpengaruh terhadap Keberlanjutan Pengembangan Ayam KUB

No.	Peubah/indikator	t-hit
1.	Motivasi RTM	4.593*
2.	Konsumen	3.705*
3.	Perantara pemasaran	4.110*
4.	Pemasok	4.210*
5.	Pesaing	1.213
6.	Tempat Lokasi	2.232*
7.	Bimbingan Petugas	3.153*
8.	Harga Jual	2.314*
9.	Kualitas produk	2.205*
10.	Promosi	1.404

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Keterangan : *nyata pada $\alpha < 0.05$; No. 1-5: internal factor; No. 6-10: external factor

Uji signifikansi pengaruh peubah bebas dari faktor eksternal menunjukkan bahwa secara berurutan indikator yang berpengaruh terhadap keberlanjutan pengembangan ayam KUB adalah bimbingan petugas ($t_{hit} 3.15 > 1.96$), harga jual ($t_{hit} 2.41 > 1.96$), lokasi tempat usaha ($t_{hit} 2.23 > 1.96$), kualitas ayam KUB ($t_{hit} 2.20 > 1.96$). sedangkan faktor eksternal yang tidak secara signifikan berpengaruh adalah pada aspek promosi ($t_{hit} 1.40 < 1.96$); nilai positif aspek promosi menunjukkan bahwa promosi juga harus menjadi diperhatikan dalam pengembangan ayam KUB, walau tidak secara signifikan berpengaruh.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Faktor internal yang terdapat pada pengembangan ayam KUB adalah kondisi pengelola langsung (RTM), kondisi pemasok, perantara pasar, konsumen dan para pesaing, dan dari faktor eksternal adalah bimbingan petugas, harga jual produk dan lokasi tempat perusahaan.
2. Hasil menunjukkan bahwa motivasi RTM, pemasok input usaha, perantara pemasaran, keinginan konsumen, bimbingan petugas, harga jual, lokasi tempat usaha dan kualitas ayam KUB berpengaruh signifikan terhadap pengembangan ayam KUB. Sedangkan

pesaing dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan ayam KUB.

3. Saran rekomendasi: Pengembangan usaha ternak ayam KUB melalui program yang dilakukan pemerintah Provinsi Jawa Barat hendaknya memperhatikan RTM penerima manfaat yang tepat (motivasi usaha), ketersediaan input produksi/pemasok (mudah-murah), bimbingan petugas dan fasilitasi pemasaran dengan harga jual produk yang bersaing dengan produk ayam lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Muzani. 2017. Strategi Diseminasi Teknologi Usahatani Ayam Kub Di Nusa Tenggara Barat. Diperoleh dari [Http://Ntb.Litbang.Pertanian.Go.Id/Ind/Infotek/_Kub17](http://Ntb.Litbang.Pertanian.Go.Id/Ind/Infotek/_Kub17). Pdf (Diakses 14/12/2019)
- Aman, Y. 2011. Ayam Kampung Unggul. Penerbit 2012 penebar swadaya. Jakarta
- Amrullah, F. Mintarti, S. Robiansyah. 2010. Pengaruh Pembagian Kerja dan Wewenang Karyawan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Galangan Balikpapan. Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Profil Kemiskinan di Indonesia, September 2017 No. 05/01/Th.XXI.
- Ditjennak. 2015. Buku statistik peternakan. Jakarta (Indonesia): Direktorat Jenderal Peternakan, Kementerian Pertanian.
- Fitriza YT. FT Haryadi. SP Syahlani, 2012. Analisis pendapatan dan persepsi peternak plasma terhadap kontrak perjanjian pola kemitraan ayam pedaging di Provinsi Lampung. Buletin Peternakan. 36 (1)
- Haryono, Tiesnamurti B, Hidayat C. 2012. Prospek usaha ayam lokal mengisi pangsa pasar nasional. Dalam: Iskandar S, Resnawati H, Priyanti A, Sartika T, Damayanti R, penyunting. Pengembangan Peran Unggas Lokal dalam Industri Perunggasan Nasional. Prosiding Workshop Nasional Unggas Lokal. Jakarta, 5 Juli. Bogor (Indonesia): Puslitbangnak.
- Kementerian Pertanian. 2018. Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2018. Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. Jakarta
- Mardikanto, T. 2009. *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Surakarta : UNS.
- Moleong, L. J. 2010. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sartika, T., S. Iskandar, D. Zainuddin, S. Iskandar, B. Wibowo dan A. Udjiyanto. 2009. Seleksi dan "open nucleus" ayam KUB (Kampung Unggul Balitnak). Lap. Penelitian No:NR/G-01/Breed/APBN 2009
- Sirajuddin. 2007. Faktor-faktor yang memotivasi peternak dalam melakukan kemitraan di Kecamatan Bantimurung Kabupaten Maros. Jurnal Agribisnis. Vol VI (2).
- Shadid, Y. 2007. From Creativity to Innovation. Policy Research Working Paper 4262. Development Research Group. Washington, D.C: World Bank.
- Suryani, 1999. Studi populasi dan produktivitas ayam kampung di Desa Sukajadi Kecamatan Ciomas dan Desa Karacak Kecamatan Leuwiliang Kabupaten Bogor. Skripsi. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.
- Widiyastutik, H. Mulyati, E. I. K. Putri. 2010. Analisis Faktor-faktor yang Pengembangan Klaster UMKM di Kota Bogor yang Berdaya Saing. Jurnal Manajemen & Agribisnis; (1) Bogor.
- Zulkarnain. AM. 2007. Restrukturisasi peternakan dan kebangkitan peternakan rakyat ayam kampung. Jakarta (Indonesia): Yayasan Kepraks.
- Suprijatna, E., D. Sunarti., U. Atmomarsono dan W. Sarengat. 2012. Kesiapan Bahan Pakan dalam Mendukung Pengembangan Unggas Lokal. Prosiding Workshop Nasional Unggas Lokal. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Kementerian Pertanian, Jakarta.
- Hasibuan, 2001. Organisasi dan Motivasi. Dasar Peningkatan Produktivitas. Bumi Aksara: Jakarta.

