

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan tersebut. Tujuan peternakan adalah mencari keuntungan dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada faktor- faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal. Salah satu parameter yang dapat dipergunakan untuk mengukur keberhasilan suatu usaha adalah tingkat keuntungan yang diperoleh dengan cara pemanfaatan faktor- faktor produksi secara efisien (Yunus, 2009).

Telur konsumsi dihasilkan oleh ayam ras petelur yang merupakan salah satu jenis unggas yang ditanakkan di Indonesia. Populasi ayam ras petelur semakin meningkat dari tahun ke tahun dikarenakan semakin meningkatnya permintaan masyarakat akan telur konsumsi. Menurut Direktorat Jenderal Peternakan, dalam kurun waktu 2000- 2012 populasi ayam ras di Indonesia mengalami rata-rata peningkatan sebesar 0,61%. Namun peningkatan populasi ini belum diiringi dengan peningkatan produktivitas ayam petelur. Oleh karena itu perlu dilakukan usaha untuk meningkatkan produktivitas ayam petelur, salah satunya melalui perbaikan sistem pemeliharaan.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) indonesia tahun 2021 kebutuhan telur diindonesia menduduki komoditas tertinggi keempat yang banyak dikonsumsi masyarakat indonesia, dengan rata-rata konsumsi telur ayam ras per kapita perbulan sebesar 1 15.690 ton setara dengan 9-10

butir/orang/bulan. Jawa dan Sumatra memasok kebutuhan nasional sebanyak 83%.

Suplai telur tertinggi di

pulau Jawa dihasilkan dari provinsi Jawa Timur yakni sebanyak 1.674.356,27 ton pada tahun 2021 menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia.

Keberhasilan usaha peternakan ayam ras petelur sangat dipengaruhi dengan manajemen yang baik. Manajemen pemeliharaan ayam secara umum, ada beberapa aspek yang sangat pokok diperlukan untuk beternak ayam ras petelur. Manajemen kesehatan ayam yang baik akan menghasilkan produksi yang maksimal. Beberapa aspek pokok dari manajemen pemeliharaan ayam meliputi sistem biosefti biosekuriti, bibit ayam yang baik dan sudah memenuhi persyaratan DOC (*Day One Chick*) yang berkualitas optimal, sistem pemeliharaan yang baik meliputi manajemen pakan dan nutrisi serta program kesehatan, sistem perkandangan dan daya dukung lingkungan yang memadai, merupakan beberapa hal terpenting yang harus diperhatikan dalam peternakan ayam ras petelur sehingga hasil produksi yang dihasilkan dapat optimal (Purwaningsih, 2014).

Kabupaten Kediri merupakan salah satu kawasan peternakan ayam petelur di Jawa Timur yang masih membutuhkan pengembangan. Kawasan kabupaten Kediri sangat potensial sebagai daerah peternakan unggas. Umumnya ternak yang dipelihara di daerah kabupaten Kediri adalah ayam ras petelur. Berdasarkan data Statistik Kabupaten Kediri pada tahun 2010 ada 102 peternakan ayam petelur atau pedaging. Dibandingkan tahun 2009 secara umum populasi ternak mengalami peningkatan. Peningkatan populasi ternak tertinggi adalah pada jenis ternak Ayam Ras, baik petelur maupun pedaging. Secara total ternak Ayam Ras meningkat sangat fantastis, yakni 88,06%. Peningkatan yang tinggi tersebut ditopang oleh ternak Ayam Ras Petelur yang meningkat hingga 124%. Peningkatan ini disebabkan

permintaanyang cukup tinggi dari daerah-daerahsekitar Kabupaten Kediri (Anonymous,2011).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui analisis usaha ayam ras petelur di Ds. Badal, Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri yang meliputi menejemen pemeliharaan, profit keuntungan, dan menejemen pemasaran.

## **1.2. Tujuan**

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui analisis usaha ayam ras petelur Ds. Badal, Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri yang meliputi menejemen pemeliharaan, profit keuntungan, dan menejemen pemasaran.

## **1.3. Manfaat**

Manfaat dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai informasi bagi masyarakat khususnya peternak ayam ras petelur dalam hal menejemen usaha ayam ras petelur yang meliputi menejemen pemeliharaan, profit keuntungan, dan menejemen pemasaran.