

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Daging Ayam Broiler

Broiler merupakan istilah untuk member sebutan kepada ayam ras potong atau ayam pedaging jenis jantan atau betina yang berumur 6-8 minggu yang dipelihara secara intensif agar diperoleh produksi optimal. Menurut Khurniyah (2016) daging ayam broiler dipilih sebagai salah satu alternative hal ini dikarenakan broiler sangat efisien diproduksi dalam jangka waktu 6-8 minggu ayam tersebut mampu mencapai berat hidup 1,5-2 kg dan secara umum dapat memenuhi selera konsumen.

Ayam broiler memiliki mutu genetic yang baik, karena pembentukannya melalui proses yang sangat panjang, yaitu dengan melakukan berbagai metode perkawinan dan seleksi sesuai dengan criteria yang diinginkan sehingga kemudian melahirkan keturunan yang bisa seragam dari berat tetas, kebutuhan pakan dan minum, kebutuhan situasi lingkungan hingga tingkat pertumbuhannya. Ayam broiler dapat digolongkan kedalam kelompok unggas penghasil daging artinya dipelihara khusus untuk menghasilkan daging. Umumnya memiliki ciri-ciri kerangka tubuh besar, pertumbuhan badan cepat, pertumbuhan bulu cepat dan lebih efisien dalam mengubah ransum menjadi daging (Rokhman, 2013).

Daging secara umum didefinisikan sebagai semua jaringan hewan yang dikonsumsi namun tidak menimbulkan gangguan kesehatan bagi yang mengkonsumsinya. Otot pada hewan berubah menjadi daging setelah pemotongan atau penyembelihan karena fungsi fisiologinya telah berhenti. Pada umumnya daging ayam broiler adalah karkas ayam segar yang telah dipotong dan dipisahkan dari kaki, kepala, bulu dan jeroan (Sari et al, 2013).

Menurut Londok et al (2017) daging unggas dapat berasal dari ayam jantan dewasa, ayam atau kalkun betina dewasa, kalkun jantan dewasa, ayam kastrasi dan anak ayam. Menurut Pratama et al (2015) protein yang terkandung dalam daging ayam terdiri atas tiga bagian yaitu : protein yang terdapat didalam miofibril, merupakan gabungan dari aktin dan miosin sehingga disebut

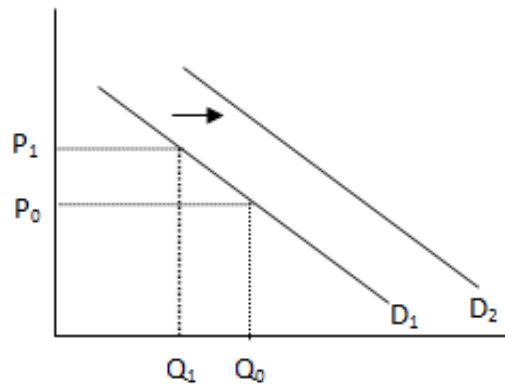
aktinmiosin; protein yang terdapat didalam sarkoplasma, yaitu albumin dan globulin; dan protein yang terdapat didalam jaringan ikat yaitu kolagen dan elastin.

Menurut Jaelani, et al (2014) berdasarkan penanganannya daging ayam broiler dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu daging segar adalah daging yang baru selesai diproses selama tidak lebih dari 6 jam dan tidak mengalami perlakuan lebih lanjut, daging dingin segar yaitu daging segar yang segera didinginkan setelah selesai diproses sehingga suhu didalam daging menjadi antara 4-5°C dan daging beku yaitu daging yang telah mengalami proses pembekuan cepat atau lambat dengan suhu penyimpanan antara suhu 12°C sampai dengan 18°C.

Menurut Mangais, et al (2016) daging ayam broiler segar mengandung 27,64% protein, 4,6% lemak, 62,3% air dan 1% abu. Selain kaya protein, karkas juga mengandung energi yang ditentukan oleh kandungan lemak intraseluler didalam serabut-serabut otot. Daging juga mengandung kolestrol, walaupun dalam jumlah yang relatif rendah dibandingkan dengan bagian jeroan maupun otak. karkas ayam juga merupakan sumber vitamin dan minerak yang sangat baik. daging ayam merupakan sumber mineral seperti kalsium, fosfor dan zat besi serta vitamin B kompleks tetapi rendah vitamin C.

2.2. Teori Permintaan dan Penawaran

Permintaan dari suatu barang timbul karena adanya keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli suatu barang tertentu. Menurut Lipsey dalam Khairunnisa (2012) permintaan adalah jumlah suatu komoditi yang akan dibeli oleh rumah tangga. Hubungan antara harga dengan jumlah yang diminta adalah negative sehingga hukum permintaan menyebutkan bahwa semakin rendah harga suatu komoditi maka jumlah yang akan diminta semakin besar, begitu pula sebaliknya. Berikut adalah kurva permintaan dimana menggambarkan permintaan suatu barang terhadap tingkat harga.



Gambar 1 Kurva Permintaan

Pada gambar kurva permintaan diatas menggambarkan hubungan antara tingkat harga dan jumlah yang diminta, yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik. Pada gambar 1 menggambarkan pada saat harga P_1 maka kuantitas barang yang diminta terdapat di Q_1 . Apabila suatu harga turun menjadi P_0 maka kuantitas barang yang diminta akan naik ke P_0 dengan asumsi *ceteris paribus*. Menurut Sukirno (2010) terdapat dua pendekatan yang digunakan dalam menjelaskan konsumen berperilaku seperti yang dinyatakan oleh hukum permintaan, yaitu:

1. Pendekatan *marginal utility*

Pendekatan ini bertitik tolak pada anggapan bahwa kepuasan setiap konsumen dapat diukur dengan uang atau satuan lain (bersifat cardinal).

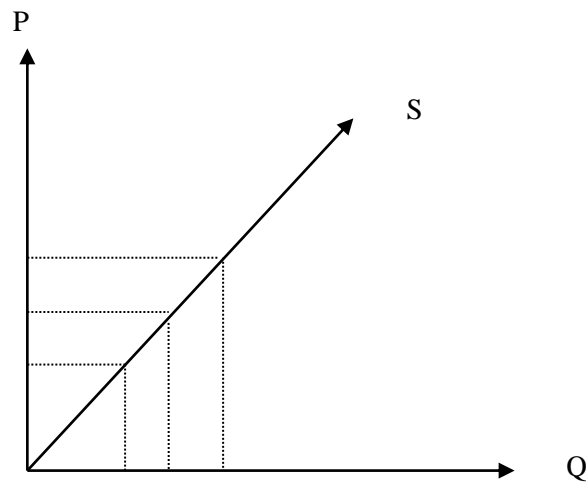
2. Pendekatan *indifference curve*

Pada pendekatan ini tidak memerlukan adanya anggapan bahwa kepuasan konsumen dapat diukur. Pendekatan *indifference curve* ini menganggap tingkat kepuasan dapat dikatakan lebih rendah atau tinggi tanpa mengatakan berapa yang lebih tinggi atau lebih rendah (bersifat ordinal).

Permintaan berkaitan dengan penawaran, dimana penawaran ini adalah gambaran atas hubungan antara aspek-aspek yang ada dalam pasar. Menurut Todaro (2015) penawaran (*supply*) memiliki arti sebagai jumlah dari suatu barang tertentu dari barang yang akan dijual, dalam jangka waktu tertentu. Penawaran menunjukkan jumlah (maksimum) barang yang mau dijual pada berbagai tingkat

harga atau beberapa harga minimum yang masih mendorong penjual untuk menawarkan barang tersebut.

Todaro (2015) menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi penawaran adalah harga, jika harga suatu barang naik maka produsen cenderung menambah jumlah barang yang dihasilkan. Hal ini kembali lagi pada hukum penawaran mengenai harga barang lain yang terkait. Apabila harga barang substitusi naik, maka penawaran suatu barang akan bertambah dan sebaliknya, sedangkan untuk barang komplementer dapat dinyatakan bahwa apabila harga barang komplemen naik, maka penawaran berkurang. Adapun kurva penawaran sebagai berikut:



Gambar 2. Kurva Penawaran

Hukum dari kurva penawaran tersebut adalah semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya semakin rendah harga suatu barang, maka semakin sedikit jumlah barang yang ditawarkan. Kurva penawaran dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menunjukkan hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut.

2.3. Jenis Barang

Barang dapat disebut juga sebagai produk yang artinya adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan

kebutuhannya (Swastha dan Irawan, 2011). Menurut Gitosudarmo (2010) barang dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan pembeliannya, yaitu:

- a. Barang konsumsi adalah barang yang dibeli untuk dipakai sendiri atau dikonsumsi sendiri guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Barang konsumsi ini meliputi barang konvenien atau kebutuhan sehari-hari (bahan kebutuhan pokok, barang yang dibeli tanpa rencana dan barang darurat), barang kebutuhan pelengkap, dan barang special atau barang mewah.
- b. Barang industri atau barang yang dibeli oleh perorangan atau organisasi dengan tujuan untuk dipergunakan dalam menjalankan suatu bisnis atau untuk berusaha lagi. Bahan industry ini meliputi barang baku, barang pembantu, mesin dan peralatan, serta peralatan administrasi kantor.

Selanjutnya Ginting (2011) mengklasifikasikan jenis-jenis barang berdasarkan waktu dan fungsi penggunaannya sebagai berikut:

- a. Barang substitusi adalah barang yang cukup mirip dengan barang lain atau barang dengan fungsi yang sama sehingga bisa digunakan oleh konsumen untuk menggantikan barang lainnya. Barang substitusi terbelah kompetitif sebab dapat digantikan dengan mudah oleh pesaing. Barang substitusi dibedakan menjadi 2 tipe, yaitu:
 - 1) Barang substitusi sempurna merupakan barang dengan kegunaan yang identik satu sama lain.
 - 2) Barang substitusi tidak sempurna merupakan barang substitusi dekat, sebab tingkat substitusinya rendah dan perbedaannya dapat dirasakan. Contoh barang substitusi ini adalah sepeda dan motor, ubi dan bera, pensil dan pulpen.
 - 3) Barang komplementer adalah barang pelengkap atau barang yang dapat digunakan secara bersamaan. Adapun ciri-ciri barang komplementer ini adalah barang yang tidak dapat berfungsi sendiri, barang yang harus berpasangan dengan barang lain. Contohnya adalah mobil dan ban, motor dan bensin, serta lain sebagainya.

2.4. Permintaan Daging Ayam Broiler

Permintaan daging ayam meningkat paling pesat dibanding dengan daging sapi maupun kambing. Beberapa alasan yang menyebabkan kebutuhan daging ayam mengalami peningkatan yang cukup pesat antara lain: 1) daging ayam harganya relatif murah, 2) daging ayam lebih baik dari segi kesehatan karena mengandung sedikit lemak dan kaya protein dibanding daging sapi, dan kambing, 3) tidak ada agama apapun yang melarang umatnya untuk mengkonsumsi daging ayam, 4) daging ayam mempunyai rasa yang dapat diterima semua golongan masyarakat dan semua umur, 5) daging ayam cukup mudah diolah menjadi produk olahan yang bernilai tinggi, mudah disimpan dan mudah dikonsumsi (Imannanda, 2017).

Kebutuhan daging ayam sebagai sumber protein hewani mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya penghasilan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan bergizi. Usaha peternakan ayam pedaging dapat dengan cepat memenuhi kebutuhan masyarakat akan protein hewani karena pertumbuhan ayam broiler relatif lebih singkat dibanding ternak penghasil daging lainnya (Hardian, 2018).

Menurut Dilago (2011) perkembangan konsumsi protein hewani khususnya dari daging ayam ras per kapita masyarakat Indonesia cenderung terus meningkat sebesar 2,27% per tahun, sedangkan untuk konsumsi daging ayam buras pada periode tersebut mengalami penurunan rata-rata 3,93% per tahun.

2.5. Pendapatan

Perkembangan usaha peternakan merupakan hal yang positif dan harapan baru bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat peternak, dan akan meningkatkan pendapatannya. Suatu usaha dianggap berhasil apabila dapat memberikan kontribusi pendapatan dan dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Darmawi, 2011). Pendapatan dapat berasal dari usaha tani maupun non usaha tani. Pendapatan usahatani berasal dari sapi potong dan lahan sawah serta lahan kebun. Pendapatan non usaha tani meliputi buruh bangunan, buruh tani, dagang, dan jasa (Rahayu, 2013).

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan pengeluaran selama pemeliharaan ternak sapi potong (dalam kurun waktu tertentu misalnya satu tahun). Pendapatan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor sosial maupun ekonomi. Besarnya keuntungan dapat dihitung dengan menggunakan suatu alat analisis yaitu (Rahayu, 2013):

$$\pi = TR - TC$$

Dimana π adalah pendapatan, TR adalah Total Revenue atau total penerimaan adalah dan TC adalah total cost atau total biaya yang dikeluarkan (Butarbutar et.al., 2014). Komponen pendapatan terdiri dari biaya produksi dan penerimaan dengan penjelasan sebagai berikut:

2.5.1. Biaya

Biaya adalah biaya yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*fixed cost*) merupakan biaya yang jumlahnya relatif tetap dan terus dikeluarkan walaupun output yang diperoleh banyak atau sedikit, seperti pajak, biaya untuk pajak akan tetap dibayarkan walaupun suatu usaha tani mengalami kegagalan. Selain itu, biaya tetap dapat dikatakan biaya yang tidak terpengaruh oleh besarnya produksi komoditas pertanian, misalnya penyusutan alat dan gaji pegawai. Contoh lain dari biaya tetap adalah sewa tanah, peralatan, dan sebagainya (Yasin, 2017).

Biaya penyusutan merupakan pengurangan nilai atas suatu barang atau harta. Biaya penyusutan kandang digunakan untuk memperbaiki kerusakan-kerusakan kecil dari kandang tersebut. Apabila kandang dibuat dari kayu maka penyusutannya lebih cepat (Dina, 2016). Hal ini didukung oleh pendapat Tribudi (2017) yang menyatakan bahwa kandang bambu/kayu memiliki biaya investasi yang lebih rendah namun penyusutanya lebih cepat.

Biaya tidak tetap (*variabel cost*) merupakan besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi komoditas pertanian yang diperoleh. Jika menginginkan produksi komoditas tinggi, maka faktor-faktor produksinya seperti tenaga kerja perlu ditambah, sehingga biaya itu sifatnya berubah-ubah karena tergantung dari besar-kecilnya produksi komoditas pertanian yang diinginkan (Yasin, 2017).

2.5.2. Harga

Menurut Rahmadani (2018) harga adalah sejumlah yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Keadaan harga suatu barang mempengaruhi jumlah permintaan dan pilihan terhadap suatu produk. Bila harga naik maka permintaan akan barang tersebut turun. Sebaliknya bila harga turun maka permintaan akan barang naik. Hubungan harga dan permintaan adalah hubungan yang negatif. Artinya bila yang satu naik maka yang lain akan turun dan begitu sebaliknya. Semua ini berlaku dengan catatan faktor lain yang mempengaruhi jumlah permintaan di anggap tetap.

Harga dapat mempengaruhi pilihan dan permintaan konsumen. Tinggi rendahnya daging unggas akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli daging unggas. Perubahan daging unggas sangat responsif terhadap perubahan keputusan konsumen untuk membeli daging unggas. Artinya sedikit saja perubahan naik turun harga daging unggas akan mengubah keputusan konsumen untuk membeli daging unggas. Penentu harga berguna untuk penentu kuat yang tepat dalam memasarkan daging unggas (Hamka, 2014).

Harga barang yang hendak dibeli mempunyai pengaruh terhadap permintaan barang yang akan dikonsumsi. Harga mempunyai hubungan berkebalikan dengan jumlah barang yang akan diminta oleh konsumen. Oleh karena itu kita perlu memahami seberapa jauh pengaruh harga terhadap pilihan dan pembeli suatu produk bahkan peranannya dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Para konsumen dalam memperoleh barang atau jasa dari produsen dengan cara membeli harga yang telah ditentukan, jadi harga merupakan nilai yang terkandung dalam barang yang dinyatakan dengan uang (Imannanda, 2017).

2.5.3. Penerimaan

Penerimaan dari usaha adalah hasil penjualan dikali dengan harga jual. Penerimaan tersebut merupakan tujuan dari suatu usaha. Penerimaan merupakan pendapatan kotor yang diterima oleh pelaku usaha, dimana penerimaan ini diperoleh dari jumlah penjualan yang dikalikan dengan harga jual (Novanda, 2018).

Menurut Harmayani et al (2021) penerimaan adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk. Sementara itu Kamarudin dan Afandi (2015) menyebutkan bahwa penerimaan ini merupakan penghasilan kotor yang diterima oleh pedagang, sebelum dikurang dengan biaya produksi.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Hoddi, et al (2011) menjelaskan harga jual ditentukan oleh peternak dengan memperhitungkan biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama mengelola usaha tersebut. Penerimaan produk peternakan dengan cara menjumlahkan antara jumlah output yang telah dijual, jumlah ternak sapi yang telah dikonsumsi dan jumlah ternak sapi yang masih ada dijumlahkan dengan nilai harga jual yang berlaku sekarang.

2.6. Penyakit Mulut dan Kuku (PMK)

Wabah penyakit merupakan penyebaran penyakit secara cepat dari waktu ke waktu dengan populasi yang besar. Penyebaran wabah penyakit ini tidak hanya menjangkit manusia, tetapi juga hewan ternak. Penyakit mulut dan kuku (PMK) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus penyakit mulut dan kuku atau *foot and mouth disease virus* (FMDV). Penyakit PMK memiliki masa inkubasi berlangsung antara 2-7 hari dan menimbulkan gejala klinis berupa hewan yang tertular demam tinggi dan dalam 12-24 jam timbul vesikel atau lepuh pada lidah, mulut, lubang hidung dan kaki. Saliva keluar secara berlebihan dan hewan ternak terlihat tidak mau berdiri atau sulit berjalan (Mangidi dan Putra, 2020).

Menurut Putri (2020) angka kesakitan PMK bisa mencapai 100% dan angka kematian tinggi ada pada hewan muda atau anak, tetapi tingkat kematian hanya 1-5%. Apabila ternak mengalami gejala ini, maka sebaiknya dipisahkan dari ternak sehat dan tidak dianjurkan untuk dipotong. Mangidi dan Putra (2020) juga menyebutkan bahwa sebagian besar hewan ternak yang tertular akan sembuh dalam waktu kira-kira 2 minggu. Penularan PMK dapat terjadi melalui cairan lepuh, pernafasan, air susu, kontak langsung dengan hewan penderita, ekskresi, semen dan alat kandang. Menurut Raudhatul (2022) penyakit PMK dapat menimbulkan dampak pada kerugian ekonomi dan sosial, sehingga perlu adanya upaya untuk mencegah penyebaran penyakit PMK dengan cara:

- a. Melakukan Pengawasan Lalu Lintas Ternak Sapi, Kerbau, Domba, Kambing Dan Babi Beserta Produknya Dengan Mendirikan Cek Point Pada Pintu Masuk Wilayah.
- b. Melakukan Pendampingan Pembinaan Kepada Peternak.
- c. Meminimalisir Pergerakan Lalu Lintas Ternak.
- d. Melaporkan Segera Jika Ada Kecurigaan Pmk.
- e. Melarang Sementara Pemasukan, Perdagangan, Jual Beli Ternak.
- f. Melakukan penyuluhan kepada masyarakat agar tidak menimbulkan keresahan.

Ismiyati (2022) menyebutkan bahwa PMK bukan penyakit *zoonosis*, sehingga tidak bisa menular pada manusia. Oleh karena itu, daging ternak yang terkena PMK masih boleh dikonsumsi dengan syarat adanya pengawasan dan pemeriksaan dari rumah potong hewan (RPH). Secara umum, PMK memberikan dampak yang negative bagi beberapa sektor, bukan hanya sektor perdagangan maupun peternakan. Hal ini sesuai pendapat Prasetiawan (2022) bahwa wabah PMK dapat berdampak negative pada berbagai sektor, diantaranya adalah usaha ternak (71%), bisnis hotel dan restoran (52%), sektor pertanian (58%), perdagangan (47%), industry manufaktur (42%), transportasi (42%), jasa dan pelayanan (55%), bisnis finansial (23%), dan konstruksi (49%). Dampak negative ini disebabkan karena adanya karantina wilayah yang terjangkit PMK dan pembatasan transportasi ternak, sehingga ketersediaan ternak maupun hasil ikutannya menjadi terganggu.

Silitonga et al (2016) menyatakan bahwa PMK ini hanya dapat menular pada hewan ternak dan tidak dapat menular pada manusia karena bukan penyakit *zoonosis*. Pada tahun 2022 tepatnya tanggal 28 April 2022, PMK menyerang hewan ternak yang ada di Kabupaten Gresik (Prasetiawan, 2022). Berdasarkan laporan dari Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) mencatat kasus PMK di Indonesia pada 25 Juli 2022 sebanyak 401.205 ekor dengan rincian 168.005 ekor ternak dinyatakan sembuh, 233.200 ekor belum sembuh, 4.427 ekor dilakukan pematangan bersyarat, 2.772 ekor ternak mati dan 554.351 ekor ternak telah divaksinasi.

Menurut Raudhatul (2022) penyakit PMK dapat menimbulkan dampak pada kerugian ekonomi berupa penurunan produktivitas, infertilitas, aborsi, kematian, penurunan bobot badan ternak, sedangkan pengaruh sosialnya yang penting dan harus diperhatikan adalah gangguan bagi aktivitas masyarakat pada saat pemberantasan penyakit tersebut, sehingga konsumsi daging dan produk turunannya menjadi menurun.