

BEHAVIORAL ANALYSIS OF AGRIBUSINESS MANAGEMENT LAYING CHICKEN BREEDERS IN DISTRICT LIMA PULUH KOTA

Rahmi Yuristia, Rizqha Sepriyanti Burano

Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

ABSTRACT

This study aims to analyze the behavior of agribusiness management laying chicken breeders in the District Lima Puluh Kota. This research was conducted in Payakumbuh in the district Lima Puluh Kota, for two (2) semesters or one academic year.

This research is a survey research by making farmers as a source of primary (main data). In this study used two types of data are primary data obtained directly from the respondents and secondary data obtained from government agencies or institutions. The primary data is collected based on the four aspects of the behavior of agribusiness management include: What concrete actions do farmers in business planning, How real action undertaken farmers in the use of environmental resources, How do action / orientation breeders to excellence quality to meet the needs of consumers, How orientation farmers in meeting the needs / market demands. The results showed that, on average behavior of farmers in this area based on four aspects of management that are in high and medium category. None of the farmers who are in the low category. To conduct the overall agribusiness management, the majority of farmers are in a high category, 56.67% and the remaining 43.33% are in the moderate category. This suggests that farmers in this region always apply the principles of agribusiness management in their livestock business.

Key words: behavioral breeders, agribusiness management, laying hens

1. PENDAHULUAN

Komoditas unggas mempunyai prospek pasar yang sangat baik karena didukung oleh karakteristik produk unggas yang dapat diterima oleh masyarakat Indonesia yang sebagian besar muslim, harga relatif murah dengan akses yang mudah. Hal tersebut menjadikan ia sebagai pilihan penting untuk penyediaan protein hewani nasional. Prospek yang demikian harus dimanfaatkan untuk mendorong pemberdayaan ekonomi peternak di perdesaan melalui pemanfaatan sumberdaya secara lebih optimal (Departemen Pertanian, 2011).

Selanjutnya Departemen Pertanian (2001) menyatakan bahwa konsep perusahaan dan sistem agribisnis dimunculkan untuk mengubah paradigma petani bahwa petani bukanlah hanya sebagai pekerja tani atau pengusaha usahatani, tetapi pengelola atau “manajer perusahaan agribisnis,” yang berkedudukan setara dengan perusahaan agribisnis lainnya yang berada di subsistem agribisnis hulu maupun di subsistem agribisnis hilir. Petani seharusnya senantiasa berorientasi kepada kebutuhan pasar, bersama-sama perusahaan agribisnis lainnya bersinergi untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kebersamaan dan saling ketergantungan antar perusahaan agribisnis dalam menghasilkan produk yang berkualitas sesuai permintaan pasar itulah disebut dengan “sistem agribisnis”.

Proses perubahan perilaku akan menyangkut aspek pengetahuan, ketrampilan dan sikap mental, sehingga mereka tahu, mau dan mampu melaksanakan perubahan-perubahan dalam usaha taninya demi tercapainya peningkatan produksi, pendapatan dan perbaikan kesejahteraan keluarga yang ingin dicapai melalui pembangunan pertanian dalam hal ini titik berat terdapat pada proses penyuluhan yang berkesinambungan sebagai proses perubahan perilaku.

Menurut pendapat Kartasasmita, 1996; Suprpto 1997; Saragih 1998a; Solahuddin, 1998; dan Saefuddin, 1998 dalam Suparta (2001), kesejahteraan petani dapat tercapai apabila petani dapat menerapkan perilaku agribisnis berkebudayaan industri yaitu : (1) tekun, ulet, kerja keras, hemat, cermat, disiplin dan menghargai waktu; (2) mampu merencanakan dan mengelola usaha; (3) selalu memegang teguh asas efisiensi dan produktivitas, (4)

menggunakan teknologi terutama teknologi tepat guna dan akrab lingkungan, (5) mempunyai motivasi yang kuat untuk berhasil, (6) berorientasi kepada kualitas produk dan permintaan pasar, (7) berorientasi kepada nilai tambah, (8) mampu mengendalikan dan memanfaatkan alam, (9) tanggap terhadap inovasi, (10) berani menghadapi risiko usaha, (11) melakukan agribisnis yang terintegrasi maupun quasi integrasi secara vertikal, (12) perekayasa harus menggantikan ketergantungan pada alam sehingga produk yang dihasilkan senantiasa memenuhi persyaratan yang diminta pasar, dan (13) profesional serta mandiri dalam menentukan keputusan.

Usaha peternakan ayam ras petelur ini sudah lama menjadi andalan bagi masyarakat Kabupaten Lima Puluh Kota sebagai sumber perekonomian masyarakat. Usaha ternak ayam ras petelur di daerah ini mulai berkembang sejak akhir tahun 1980- an dimana pada saat itu usaha peternakan ayam ras skala besar serta industry pembibitan ayam dan pakan ternak mulai memasuki bisnis ayam ras di Indonesia.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan aspek pembangunan lainnya, pemeliharaan ayam ras petelur di daerah ini mengalami perkembangan yang sedemikian pesatnya sehingga sudah menjelma menjadi Industri peternakan. Pemeliharaan ayam ras petelur tidak lagi dilakukan secara tradisional, tetapi berbagai perusahaan besar juga terlibat dalam bisnis usaha peternakan ayam ras di daerah ini seperti perusahaan suplayer bibit DOC, perusahaan obat – obatan dan vaksin hingga perusahaan pakan ternak.

Dari data Dinas Peternakan Kabupaten Lima Puluh Kota tahun 2010 diketahui dari tahun 2005 sampai tahun 2009 terjadi fluktuasi tingkat populasi ayam ras petelur di Kabupaten Lima Puluh kota. Jumlah populasi ayam ras petelur tertinggi terjadi pada tahun 2009 dimana terdapat 4.734.598 ekor ayam di pelihara di kabupaten ini. Dimana jumlah tersebut mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sebanyak 16,6% dibanding jumlah populasi tahun sebelumnya yang hanya 4. 058. 991 ekor ayam ras (Tabel 1).

Tabel 1. Populasi Ternak Ayam Ras di Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2005 – 2009 (ekor).

No.	Tahun	Populasi	Persentase Pertumbuhan populasi (%)
1.	2005	3.536.478	-
2.	2006	3.828.659	8,3 %
3.	2007	3.934.111	2,7 %
4.	2008	4.058.991	3,2 %
5.	2009	4.734.598	16,6%

Sumber : Dinas Peternakan Kabupaten Lima Puluh Kota 2010

Karena sebahagian besar peternak di Kabupaten Lima Puluh Kota menjadikan usaha ternak ayam ras sebagai sebuah mata pencaharian yang diandalkan peternak untuk meningkatkan ekonomi keluarganya maka pengelolaan usaha ternak hendaknya berlandaskan kepada prinsip – prinsip bisnis yang memperhatikan berbagai aspek yang berkaitan dengan pencapaian tujuan usaha secara efektif dan efisien guna mendapatkan keuntungan usaha (profit) yang maksimal.

Selain itu dari kegiatan prasarvei di Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota diketahui bahwa beberapa peternak dengan kepemilikan ayam yang lumayan besar yaitu \pm 25.000 – 150.000 ekor memiliki letak lokasi peternakan yang tersentral dan berdekatan satu sama lain. Namun di daerah ini tidak ditemukan koperasi peternak, sebahagian peternak hanya berjalan sendiri – sendiri, sehingga membuat kemampuan peternak didaerah ini tidak merata tingkat kemajuan usaha ternaknya.

Bertitik tolak dari permasalahan diatas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan pokok dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi agribisnis ayam ras petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota saat ini?

2. Bagaimana perilaku manajemen agribisnis peternak ayam ras petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota?

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui kondisi umum agribisnis ayam ras petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota.
- b. Melihat perbedaan perilaku agribisnis antara peternak ayam ras petelur yang menjadikan beternak sebagai mata pencaharian utama dan peternak ayam ras petelur yang menjadikan beternak sebagai mata pencaharian sampingan di Kabupaten Lima Puluh Kota di Kabupaten Lima Puluh Kota?

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat berguna bagi pihak lain yang ingin berusaha di bidang peternakan ayam ras petelur dengan memberikan referensi mengenai perilaku peternak ayam ras petelur di daerah penelitian.
2. Dapat dijadikan acuan untuk penelitian lebih lanjut yang bersifat lebih luas, lebih mendalam dan aplikatif.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan menjadikan peternak sebagai sumber primer (data utama). Namun untuk melengkapi data primer dari peternak, juga akan dikumpulkan data dan informasi dari informan kunci.

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu berdasarkan kemudahan akses peneliti untuk mendapatkan data. Berdasarkan kriteria tersebut ditetapkan lokasi penelitian adalah Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 semester .

Yang dijadikan responden adalah peternak (suami/isteri) ataupun anggota keluarga lainnya yang ikut bertanggung jawab dan ikut mengelola usaha peternakan. Jumlah responden ditetapkan dengan **Kuota** sebanyak 30 orang (pelaku usaha peternakan. Pengambilan responden dilakukan dengan metoda acak sederhana (*Simple Random Sampling*).

Pada penelitian ini digunakan dua jenis data yaitu data primer yang diperoleh dari responden secara langsung dan data sekunder, yang diperoleh dari instansi pemerintah atau lembaga terkait.

Adapun data primer yang dikumpulkan didasarkan kepada 4 aspek perilaku manajemen agribisnis. Oleh sebab itu maka data yang akan dikumpulkan meliputi :

- (a) Bagaimana tindakan nyata yang dilakukan peternak dalam perencanaan usaha.
- (b) Bagaimana tindakan nyata yang dilakukan peternak dalam memanfaatkan sumberdaya lingkungan.
- (c) Bagaimana tindakan/orientasi peternak terhadap keunggulan mutu untuk memenuhi kebutuhan konsumen
- (d) Bagaimana orientasi peternak dalam memenuhi kebutuhan /permintaan pasar

Pengumpulan data primer akan dilakukan dengan metode wawancara dengan berdasarkan kepada daftar pertanyaan (*kuesioner*) yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu.

Adapun variable yang akan diukur pada penelitian ini adalah satu variabel (*single variable*) yaitu : Perilaku Agribisnis Peternak Ayam Ras Petelur . Untuk memudahkan dalam mengumpulkan data dan menjawab tujuan penelitian, maka variabel penelitian dan indikator akan disajikan dalam Tabel 2

Tabel 2. Variabel Penelitian dan Indikator

No.	Tujuan Penelitian	Variabel yang diamati	Indikator	Parameter
1	Mendeskripsikan kondisi umum agribisnis ayam ras petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota	Kondisi umum agribisnis ayam ras petelur	1. Dalam subsistem agribisnis hulu	1. Bagaimana pengadaan dan penyaluran sarana produksi .Perusahaan suplayer yang digunakan

			1. Dalam subsistem agribisnis budidaya	<ul style="list-style-type: none"> . Pemilihan bibit . Pemeliharaan <i>starter – grower- layer</i> . Pemberian pakan dan minum serta konversi pakan . Pengelolaan kandang . Jenis kandang yang digunakan & tata letak kandang . Pencegahan penyakit &vaksinasi . Penanganan produksi
			. Dalam Subsistem agribisnis hilir	<ul style="list-style-type: none"> Proses penanganan hasil 10. Proses pembersihan dan pengklasifikasian telur 11. Proses <i>packaging</i> 12. Proses pemasaran
			4. Dalam Subsistem agribisnis jasa penunjang	<ul style="list-style-type: none"> 13. Lembaga yang menyalurkan dana 14. Kelembagaan peternak 15. Pembinaan peternak (penyuluhan)
2	Mengetahui perbedaan perilaku agribisnis antara peternak yang menjadikan beternak sebagai mata pencaharian utama dan mata pencaharian sampingan	Tindakan peternak berkaitan dengan empat aspek manajemen agribisnis	1. Dalam aspek perencanaan usaha.	<ul style="list-style-type: none"> 16. Perencanaan SDM 17. Perencanaan dalam budidaya ternak 18. Perencanaan kandang 19. Perencanaan pemasaran
			2. Dalam aspek pemanfaatan sumber daya lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> 20. Penggunaan sumber daya yang berasal dari lingkungan sekitar kandang 21. Jarak areal peternakan dari pemukiman
			3. Dalam aspek orientasi pada keunggulan mutu.	<ul style="list-style-type: none"> 22. Penggunaan bibit yang menghasilkan telur yang disukai konsumen. 23. Menerapkan teknik untuk mendapatkan telur yang bermutu baik : kuning bagus, cangkang bagus dan tahan lama.
			4. Dalam aspek orientasi pada kebutuhan pasar	<ul style="list-style-type: none"> 24. Menentukan pasar sasaran 25. Melakukan identifikasi kebutuhan pelanggan (permintaan) 26. Pemasaran yang terkoordinasi dan melakukan promosi.

Analisa yang dilakukan untuk menjawab tujuan pertama yaitu mengetahui kondisi umum agribisnis ayam ras petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah menggunakan teknik *analisis deskriptif kualitatif*. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang terkumpul melalui *kuisisioner* dan wawancara.

Untuk menjawab tujuan kedua penelitian, perilaku agribisnis peternak ayam ras petelur dalam masing – masing aspek manajemen agribisnis akan dikategorikan kedalam 3 tingkatan berdasarkan prinsip *Skala Likert* yaitu :

1. Perilaku sudah baik /Tinggi
2. Perilaku biasa/ Sedang
3. Perilaku masih kurang/ rendah.

Kategori baik, biasa dan masih kurang akan didasarkan kepada nilai skor untuk seluruh pertanyaan/ Pernyataan yang akan dipertanyakan/dinyatakan berkenaan dengan empat aspek perilaku manajemen agribisnis.

Untuk mengukur perilaku agribisnis peternak dalam empat aspek manajemen agribisnis maka ditetapkan rentangan kategori skor perilaku sebagai berikut.

Tabel 3. Rentangan Kategori dalam Menganalisa Perilaku Agribisnis Peternak Ayam Ras Petelur

Rentangan Skor	Kategori Perilaku Agribisnis Responden
30 – 60	Rendah
61 – 90	Sedang
91 – 120	Tinggi/baik

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Agribisnis Ayam Ras Petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota

1. Subsistem Agribisnis Hulu

Berdasarkan hasil penelitian di Kabupaten Lima Puluh Kota semua peternak atau sebanyak 30 orang responden menggunakan bibit ayam *tipe medium* atau petelur cokelat (*ISA Brown*) dengan harga rata – rata Rp.11.000,- per ekor. Semua peternak responden (100%) mendatangkan bibit dari Perusahaan pembibit PT. Expravet Nasuba yang berada di Medan. Semua peternak menggunakan bibit dari perusahaan ini karena apabila satu orang peternak mengambil bibit dari suatu perusahaan pembibit, maka semua peternak langsung berbondong – bondong membeli bibit dari perusahaan yang sama. Peternak mendapatkan informasi mengenai bibit ini berdasarkan rekomendasi dari teman – teman yang berpengalaman dan juga berdasarkan rekomendasi atau promosi dari perusahaan pembibit.

Tabel 3. Kondisi Umum Agribisnis Ayam Ras Petelur Dalam Subsistem Hulu

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	Persen (%)
1.	Jenis bibit yang digunakan:		
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>ISA Brown</i> • Petelur putih 	30 0	100,00 0,00
2.	Cara mendatangkan bibit		
	<ul style="list-style-type: none"> • Pembibitan sendiri • Beli dari perusahaan pembibit PT. Expravet Nasuba 	0 30	0,00 100,00
3.	Penggunaan pakan UT		
	<ul style="list-style-type: none"> • Mengolah sendiri • Langsung pakan pabrik 	30 0	100,00 0,00
4.	Daerah penghasil bahan makanan untuk UT		
	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam daerah saja • Dalam dan luar daerah 	0 30	0,00 100,00

5.	Tempat pembelian obat- obatan dan vaksin		
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Poultry Shop</i> • Langsung ke perusahaan suplayer 	2 28	6,67 93,33
6.	Sumber informasi obat – obatan dan vaksin		
	<ul style="list-style-type: none"> • Teman dan kerabat saja • Tenaga teknisi perusahaan suplayer saja • Keduanya 	0 0 30	0,00 0,00 100,00
7.	Kepemilikan alat – alat/ mesin modern <i>Huller</i> jagung dan <i>mixer</i> pengaduk jagung:		
	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak 	25 5	83,33 16,67
8.	Kepemilikan alat- alat/ mesin semprot:		
	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak 	30 0	100,00 0,00
9.	Kepemilikan alat- alat/ mesin pengatur suhu:		
	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak 	27 3	90,00 10,00
10.	Kepemilikan alat- alat/ mesin pompa air:		
	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Tidak 	30 0	100,00 0,00
11.	Jenis kandang yang digunakan:		
	<ul style="list-style-type: none"> • Kandang kayu • Kandang kawat • Keduanya 	23 5 2	76,67 16,67 6,67
12.	Jenis kandang DOC:		
	<ul style="list-style-type: none"> • Kandang lantai semen • Kandang panggung 	2 28	6,67 93,33
13.	Daerah penghasil bahan – bahan untuk pembuatan kandang:		
	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam daerah • Luar daerah 	0 30	0,00 100,00

Untuk bahan makanan ternak ayam ras petelur yang digunakan adalah dedak, bungkil kacang kedele, jagung, tepung ikan dan lain – lain. Bahan – bahan makanan ini ada yang didatangkan dari dalam daerah dan ada juga yang didatangkan dari luar daerah seperti jagung dan dedak didatangkan dari Pasaman, Bengkulu dan Lampung. Dalam pengolahan bahan makanan menjadi ransum sebanyak 30 orang responden (100%) mengolah sendiri bahan makanan tersebut karena perbandingan harga yang jauh lebih murah ketimbang membeli adukan standar dari pabrik.

Sebanyak 25 orang responden (83,33%) sudah memiliki Mesin Penggiling jagung dan *mixer* pengaduk jagung sendiri di peternakan mereka. Mayoritas peternak yaitu 27 orang responden (90%) mengaku sudah memiliki alat pengatur suhu serta semua responden memiliki alat semprot dan pompa air untuk peternakan mereka. Dengan penggunaan alat alat dan mesin modern oleh para peternak maka usaha ternak didaerah ini bisa lebih mengefisienkan biaya – biaya usaha ternak mereka.

Untuk jenis obat – obatan dan vaksin ternak para responden mensuplay dari perusahaan – perusahaan yang sudah ternama dan harganya murah seperti PT. Medion, PT. Gold Coin dan PT. Mensana Marga Satwa. Diketahui bahwa sebanyak 28 orang (93,33%) memesan obat – obatan dan vaksin langsung dari perusahaan – perusahaan suplayer diatas dan sisanya membeli di *poultry shop* terdekat.

Selain itu tenaga teknisi dari perusahaan suplayer biasanya datang langsung ke peternakan sehingga memudahkan responden mendapatkan informasi mengenai obat –

obatan dan vaksin ternak yang dibutuhkan. Terbukti dari penelitian diketahui semua responden (100%) mendapat informasi mengenai obat – obatan dan vaksin tidak hanya dari kerabat tapi juga dari tenaga teknis dari perusahaan suplayer yang datang langsung ke peternakan.

Diketahui bahwa mayoritas peternak yaitu 23 orang responden di daerah ini memakai kandang berbahan dasar kayu (76,67%), sebanyak 5 orang responden memakai kandang berbahan dasar kawat (16,67%) dan sisanya 2 orang responden (6,67%) memakai kedua jenis kandang. Kemudian untuk jenis kandang untuk bibit DOC, sebanyak 28 orang responden (93,33%) menggunakan kandang panggung dan 2 orang responden (6,67%) menggunakan kandang lantai semen. Alasan peternak lebih banyak yang memilih kandang panggung adalah secara kesehatan dan sanitasi kandang panggung memiliki kelebihan dari kandang lantai semen.

Dalam perkandangan tersebut diketahui responden sudah memakai system kandang yang memenuhi standar hidup ayam ras petelur yaitu dapat melindungi ternak dari pengaruh iklim buruk seperti hujan dan panas matahari dan gangguan lainnya sehingga memberikan dampak yang positif bagi ternak. Sebagian besar kandang responden terbuat dari kayu atau bambu dengan tinggi 3 – 4 tingkat dengan Susunan cage berbentuk segitiga yang saling bertolak belakang. Bahan – bahan untuk pembuatan kandang seperti kayu dan bambu mereka datangkan dari luar daerah.

2. Subsistem Agribisnis Budidaya

Kegiatan agribisnis yang dilakukan responden dalam subsistem budidaya adalah pengelolaan ayam petelur mulai dari pemeliharaan saat bibit datang hingga ayam habis masa produksi (52 minggu). Dari hasil survey diketahui bahwa sebanyak 21 orang responden (70%) mendatangkan bibit 1 x 3 bulan dan sisanya 9 orang responden (30%) mendatangkan bibit 1 x 6 bulan. Jumlah bibit yang dipesan responden bervariasi tergantung kapasitas dari kandang DOC yang dimiliki oleh peternak. Bibit yang dipesan dalam satu kali pemesanan adalah mulai dari 1.000 – 5.000 ekor yang dipesan oleh 10 orang responden (33,33%), lalu sebanyak 15 orang responden (50%) memesan >5.000 – 10.000 ekor dan sebanyak 5 orang responden (16,67%) memesan lebih dari 10.000 ekor (Tabel 4).

Tabel 4. Kondisi Agribisnis Ayam Ras Petelur Dalam Subsistem Budidaya

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	Persen (%)
1.	Pendaftaran bibit baru: <ul style="list-style-type: none"> • 1 x 3 bulan • 1 x 6 bulan 	21	70,00
		9	30,00
2.	Bibit yang dipesan dalam setiap kedatangan bibit: <ul style="list-style-type: none"> • 1000 – 5000 ekor • > 5000 – 10000 ekor • > 10000 ekor 	14	46,67
		4	13,33
		12	40,00
3.	Perlakuan terhadap bibit DOC: <ul style="list-style-type: none"> • Sesuai standar pembibit • Kurang mengikuti standar pembibit 	28	93,33
		2	6,67
4.	Angka kematian setiap kedatangan bibit: <ul style="list-style-type: none"> • < 4% • > 4 % 	30	100,00
		0	0,00
5.	Pakan untuk bibit DOC: <ul style="list-style-type: none"> • Bahan makanan diolah sendiri • Bahan makanan langsung dari pabrik 	0	0,00
		30	100,00
6.	Pemberian makan untuk bibit DOC: <ul style="list-style-type: none"> • 3 x sehari • > 3 x sehari 	0	0,00
		30	100,00

7.	Yang bertugas memberikan obat – obatan dan vaksin: <ul style="list-style-type: none"> • Anak kandang (karyawan) • Anak kandang dibantu tenaga teknis 	0 30	0,00 100,00
8.	Jenis pakan untuk periode <i>grower</i> dan <i>layer</i> : <ul style="list-style-type: none"> • Makanan langsung dari pabrik • Diolah sendiri 	0 30	0,00 100,00
9.	Konsentrasi masing – masing bahan makanan untuk 1 kg ransum <i>grower</i> : <ul style="list-style-type: none"> • Sama dengan peternak lain • Tidak sama dengan peternak lain 	30 0	100,00 0,00
10.	Jumlah pemberian makan untuk <i>grower</i> dan <i>layer</i> : <ul style="list-style-type: none"> • 3 x sehari • > 3 x sehari 	0 30	0,00 100,00

Sebanyak 28 orang (93,33%) responden memberlakukan bibit ayam tersebut sesuai dengan aturan standar yang ditetapkan suplayer dan sisanya 2 orang responden (6,67%) menambahkan aturan standar tersebut dengan beberapa perlakuan yang mereka anggap sangat efektif mengurangi persentase kematian bibit akibat pengiriman. sehingga didapatkan semua responden (100%) sudah bisa menekan persentase angka kematian menjadi < 4% dan lebih rendah dari standar kematian bibit pada umumnya, dimana menurut Rasyaf (2001) standart *mortalitas* ayam ras petelur untuk kondisi daerah tropis yaitu 4%.

Dalam pemberian pakan bibit DOC semua responden (100%) menggunakan pakan pabrik murni (tepung lengkap) yang belum dicampur dengan bahan makanan lainnya. Kemudian makanan tersebut diberikan lebih dari 3 x sehari atau lebih tepatnya tidak boleh kosong, begitu juga air minumnya. Lalu untuk pemberian pakan anak ayam periode *grower* sampai *layer* para responden (100%) menggunakan pakan mengolah sendiri bahan makanan dengan konsentrasi yang sesuai dengan rekomendasi perusahaan suplayer tersebut .

Untuk konsentrasi masing – masing bahan makanan anak ayam periode *grower* dan *layer* semua peternak kompak memakai konsentrasi yang sama. Hal tersebut selalu mereka lakukan sejak lama, bahkan dalam memesan bahan makanan tersebut mereka juga lakukan bersama – sama sehingga mereka mendapatkan kualitas dan harga yang sama pula.

Kemudian dalam penanganan kesehatan ternak responden saling membantu dan berbagi informasi, selain itu semua responden juga dibantu oleh tenaga teknis dari perusahaan suplayer seperti tenaga teknis dari PT. Medion, dan PT. Mensana Aneka Satwa.

3. Subsistem Agribisnis Hilir

Kegiatan agribisnis yang dilakukan responden dalam subsistem hilir adalah bagaimana penanganan telur yang dimulai dari pengambilan telur dari kandang hingga dipasarkan. Berdasarkan informasi dari responden diketahui sebanyak 22 orang responden (73,33%) melakukan pengambilan telur 2 x sehari yaitu antara jam 10.00 – 11.00 WIB dan antara jam 15.00 – 16.00 WIB. Dan sisanya 8 responden (26,67%) melakukan pengambilan telur 3 x sehari hal tersebut dilakukan karena ayam ternak mereka sedang berada dalam puncak produksi. Kemudian penyeleksian telur baik dan jelek yang langsung dilakukan anak kandang ketika mengambil telur dari kandang. Telur yang sudah diambil dari kandang disusun didalam gudang telur.

Sebanyak 3 orang responden (10,00 %) telah melakukan pembersihan telur ayam sebelum dijual, selebihnya tidak melakukan pembersihan melainkan telur yang kotor langsung dipisahkan dan dimasukkan dalam kelompok telur ratak (kualitas 4). Tidak ada satu responden pun yang melakukan proses fumigasi terhadap telur yang akan dipasarkan. Peternak membagi telur atas 4 kualitas, telur kualitas A berukuran besar dan bersih, telur kualitas B berukuran sedang dan bersih, telur kualitas B berukuran kecil dan bersih yang biasanya dihasilkan oleh ayam muda. Lalu telur kualitas terakhir adalah telur ratak yang mempunyai langganan tersendiri. Tidak satupun responden yang menyuplay telur untuk *supermarket* karena peternak

menganggap supermarket terlalu banyak aturan sedangkan permintaan dari pihak lain masih banyak.

Untuk tempat pengemasan telur umumnya peternak responden (100%) menggunakan lapiak kardus (rak kardus). Tidak ditemukan responden yang menggunakan tempat pengemasan yang lain seperti peti kayu atau rak dari plastic. Telur yang akan dipasarkan disimpan dalam gudang telur, dan sebanyak 2 orang peternak responden (6,67%) melakukan transaksi jual beli hanya dalam gudang telur saja, dan sebanyak 28 responden (93,33%) melakukan transaksi jual beli di gudang dan mengantar langsung ke pasar atau daerah lain. Alat transportasi yang digunakan untuk mendistribusikan telur ada berupa *pick up* dan ada juga truk. Sebanyak 17 orang responden (56,67%) mengaku memiliki alat transportasi sendiri untuk pemasaran telur dan sisanya 16 orang responden (43,33%) mengaku alat transportasi tersebut dimiliki oleh agen atau pembeli.

Tabel 5. Kondisi Agribisnis Ayam Ras Petelur dalam Subsystem Agribisnis Hilir

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	Persen (%)
1.	Pengambilan telur dalam sehari; <ul style="list-style-type: none"> • 2 x sehari • 3 x sehari 	22	73,33
		8	26,67
2.	Melakukan pembersihan terhadap telur yang akan dipasarkan: <ul style="list-style-type: none"> • Iya • Tidak 	3	10,00
		27	90,00
3.	Melakukan fumigasi terhadap telur yang akan dipasarkan : <ul style="list-style-type: none"> • Iya • Tidak 	0	0,00
		30	100,00
4.	Melakukan grading/ pengklasifikasian terhadap telur yang akan dipasarkan : <ul style="list-style-type: none"> • Iya • Tidak 	30	100,00
		0	0,00
5.	Jenis tempat pengemasan: <ul style="list-style-type: none"> • Rak plastic • Rak kardus 	0	0,00
		30	100,00
6.	Melakukan pengolahan untuk peningkatan nilai tambah: <ul style="list-style-type: none"> • Iya • Tidak 	0	0,00
		30	100,00
7.	Tempat memasarkan telur hasil UT: <ul style="list-style-type: none"> • Gudang telur saja • Gudang telur dan diantar ke daerah lain 	2	6,67
		28	93,33
8.	Alat transportasi untuk pemasaran: <ul style="list-style-type: none"> • Milik sendiri • Milik pembeli/ agen 	17	56,67
		13	43,33

Dalam kegiatan pemasaran sebahagian besar responden sudah memiliki langganan yang langsung menjemput ke gudang telur dan tidak ada responden yang melakukan promosi untuk hasil usaha ternaknya. Hal tersebut terjadi karena permintaan terhadap telur terus meningkat walau mereka tidak melakukan promosi.

Subsystem Agribisnis Jasa Penunjang

Sebanyak 11 orang responden (36,67%) mendapat pinjaman dari BRI, 9 orang responden (30%) mendapat tambahan modal dari BNI, 7 orang responden (23,33%) mendapat pinjaman modal dari Bank Nagari dan 3 orang responden (10%) mendapat tambahan modal dari BSM (Tabel 6).

Tabel 6. Kondisi Agribisnis Ayam Ras Petelur dalam Subsistem Jasa Penunjang

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	Persen (%)
1.	Menggunakan jasa kredit bank untuk penambahan modal:		
	• BRI	11	36,67
	• BNI	9	30,00
	• Bank Nagari	7	23,33
	• BSM	3	10,00
2.	Keikutsertaan responden dalam kelompok peternak:		
	• Ada	0	0,00
	• Tidak	30	100,00
3.	Keikutsertaan responden dalam Koperasi peternak:		
	• Ada	0	0,00
	• Tidak	30	100,00
4.	Kebijakan pemerintah yang mendukung UT responden:		
	• Ada	0	0,00
	• Tidak	30	100,00
5.	Kegiatan penyuluhan yang pernah diikuti :		
	• Penyuluh pemerintah	1	3,33
	• Penyuluh swasta (tenaga teknis perusahaan suplayer)	29	96,67

Sumber : Data Diolah 2012

Pada setiap tahapan pengusahaan (usaha ternak) komoditas unggulan, pengolahan dan pemasarannya diperlukan lembaga sosial ekonomi sebagai suatu wadah, pola organisasi dan atribut yang dibutuhkan oleh peternak untuk dapat melakukan fungsinya. Namun dalam peningkatan kesejahteraan dan pengetahuan peternak didaerah ini tidak membentuk kelompok secara formal dan tidak tergabung dalam koperasi peternak manapun namun dalam aplikasinya mereka selalu berkumpul di sebuah warung yang terletak ditengah lokasi peternakan. Pertemuan diadakan minimal 2 kali dalam seminggu dan biasanya membahas semua hal yang bisa memajukan kegiatan usaha ternak mereka.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa para peternak didaerah penelitian menganggap bahwa selama ini tidak satupun kebijakan pemerintah yang membantu mereka dalam meningkatkan usaha ternak mereka dan juga diketahui bahwa mayoritas peternak responden tidak pernah menerima materi penyuluhan dari penyuluh pemerintah, hanya satu orang responden (3,33%) yang pernah mengikuti penyuluhan dari pemerintah dan sisanya 29 orang responden (96,67%) pernah mengikuti materi penyuluh swasta yang tak lain adalah tenaga teknis dari perusahaan suplayer usaha ternak mereka. Hasil survey ini menimbulkan pertanyaan besar bagaimana kebijakan pemerintah daerah kabupaten Lima Puluh Kota dalam menyingkapi kondisi agribisnis ayam ras petelur dalam subsistem jasa penunjang. Jika pemerintah bisa membuat kebijakan yang bisa membantu peternak meningkatkan kemampuan maka otomatis peternak dapat meningkatkan keuntungan usahanya.

Analisa Perilaku Manajemen Agribisnis Peternak Ayam Ras Petelur di Kabupaten Lima Puluh Kota

Aspek Perilaku Perencanaan Usaha

Tidak satu pun peternak responden dari dua kelompok ini yang perolehan skornya masuk dalam kategori rendah. Terlihat pada Tabel 7 mayoritas perilaku peternak ayam ras petelur dalam aspek perencanaan usaha berada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 28 orang atau 93,3%. Selebihnya sebanyak 2 orang peternak berada dalam kategori sedang (6,67%).

Secara keseluruhan dalam aspek perencanaan usaha, peternak di daerah ini sudah melaksanakan perencanaan yang baik terhadap usaha ternaknya. diinginkan. Jadi dengan melakukan perencanaan yang baik maka hasil yang didapatkan peternak dalam usaha ternaknya dapat lebih maksimal.

Terdapat beberapa kekurangan yang harus dibenahi dan perlu ditingkatkan lagi dari peternak responden yaitu perlunya peternak memantau kualitas pakan, obat – obatan dan vaksin dan perusahaan suplayer. Selain itu peternak responden juga perlu memantau daerah pemasaran dan besarnya permintaan telur didaerah pemasaran sebelum memulai usaha beternak ayam ras petelur ini

Tabel 7. Perilaku Peternak Dalam Aspek Perencanaan Usaha

Kategori	Jumlah	Persen (%)
1. Rendah (skor 10 – 16)	0	0,00
2. Sedang (skor 17 – 22)	2	6,67
3. Tinggi (skor 23 – 30)	28	93,33
Total	30	100,00

Aspek Perilaku Pemanfaatan Sumber Daya Lingkungan

Dari hasil perhitungan skor jawaban responden diketahui dalam aspek pemanfaatan sumber daya lingkungan, mayoritas responden yang menjadikan beternak sebagai mata pencaharian utama tergolong pada perilaku kategori tinggi (83,33 %) dan sisanya (16,67 %) mempunyai perilaku kategori sedang (Tabel 8). Tabel 8. Perilaku Peternak Dalam Aspek Pemanfaatan Sumber Daya Lingkungan

Kategori	Jumlah	Persen (%)
4. Rendah (skor 10 – 16)	0	0,00
5. Sedang (skor 17 – 22)	5	16,67
6. Tinggi (skor 23 – 30)	25	83,33
Total	30	100,00

Kekurangan yang harus dibenahi peternak ayam ras dalam aspek pemanfaatan sumber daya lingkungan adalah mereka hendaknya menggunakan jasa konsultan yang ada di sekitar lokasi peternakan mereka untuk menentukan kesesuaian obat – obatan serta vaksin dengan ternak ayam ras petelur yang di usahakannya. Selain itu semua faktor produksi terutama pakan didatangkan dari luar daerah, tidak ada satupun peternak yang mengusahakan menanam sendiri komoditi yang diperlukan untuk pakan ternaknya.

Adapun kelebihan yang dimiliki oleh mayoritas peternak ayam ras petelur didaerah ini adalah mereka terlebih dahulu berusaha menggunakan faktor – faktor produksi yang berasal dari lingkungan sekitar kandang, apabila lingkungan tidak mampu menyuplai faktor – faktor produksi tersebut baru kemudian mereka mengusahakan mendatangkannya dari daerah lain.

Areal peternakan tersentral dan jauh dari pemukiman penduduk serta penggunaan tenaga kerja dan sumber daya lainnya yang berasal dari lingkungan sekitar. Dari 30 orang responden hanya satu orang responden yang menggunakan tenaga kerja yang tidak berasal dari penduduk sekitar. Hal tersebut sejalan dengan pemikiran Sadikin (2003), bahwa system pertanian harus selaras dengan norma – norma sosial dan budaya yang dianut dan dijunjung tinggi oleh masyarakat sekitar.

Aspek Perilaku yang Berorientasi pada Keunggulan Mutu.

Dari hasil perhitungan skor jawaban responden diketahui dalam aspek perilaku yang berorientasi kepada keunggulan mutu mayoritas responden tergolong pada perilaku kategori tinggi (83,33 %) dan sisanya (16,67 %) peternak mempunyai perilaku kategori sedang (Tabel 9). Dari hasil total perhitungan skor dalam aspek ini, diketahui bahwa hampir semua peternak sudah menerapkan usaha peternakan yang berorientasi pada keunggulan mutu. Peternak memakai bibit yang merupakan kualitas terbaik dan terjamin serta menerapkan standar teknis pemeliharaan bibit yang sesuai dengan standar perusahaan suplayer sehingga mereka mendapatkan hasil yang maksimal.

Tabel 9. Perilaku Peternak Dalam Aspek Berorientasi pada Keunggulan Mutu.

Kategori	Jumlah	Persen (%)
7. Rendah (skor 10 – 16)	0	0,00
8. Sedang (skor 17 – 22)	5	16,67
9. Tinggi (skor 23 – 30)	25	83,33
Total	30	100,00

Kemudian dari penelitian ini diketahui bahwa sebahagian besar peternak responden sudah mengetahui bibit mana yang bermutu baik dan menghasilkan telur yang disukai konsumen, selain itu para peternak juga sudah menerapkan bagaimana cara mendapatkan telur dengan kualitas kuning yang baik, cangkang yang bagus serta cara membuat telur supaya tahan lama. Hal ini memperlihatkan bahwa hampir semua peternak sudah menerapkan usaha peternakan yang berorientasi pada keunggulan mutu. Menurut salikin (2003), mutu dan keunggulan merupakan orientasi, wacana, sekaligus tujuan agar dapat mewujudkan pertanian berbudaya industry.

Aspek perilaku yang berorientasi pada kebutuhan pasar

Dari pengolahan data diperoleh hasil bahwa pada perilaku yang berorientasi pada kebutuhan pasar sebanyak 53,33% peternak responden tergolong dalam kategori sedang dan selebihnya 46,67 % sudah berada pada kategori tinggi. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Perilaku Peternak Dalam Aspek Orientasi Pada Kebutuhan Pasar

Kategori	Kelompok Peternak Menjadikan Beternak Sebagai			
	Mata Pencapaian Utama		Mata Pencapaian Sampingan	
	Jumlah (orang)	persen (%)	Jumlah (orang)	persen (%)
1. Rendah (skor 10 – 16)	0	0,00	0	0,00
2. Sedang (skor 17 – 22)	5	35,71	9	68,75
3. Tinggi (skor 23 – 30)	9	64,29	5	31,25
Total	14	100,00	16	100,00

Perilaku yang kurang dari peternak di daerah ini dan harus mendapat perhatian adalah perlunya responden memperhatikan promosi terhadap hasil usahanya. Promosi bisa meningkatkan permintaan pasar terhadap hasil produksi peternak. Dengan peningkatan permintaan pasar maka secara otomatis peternak akan terangsang untuk meningkatkan kualitas dan hasil produksinya.

Selain itu perilaku yang kurang dalam aspek ini adalah jarangya responden memberikan perlakuan kepada telur yang akan di pasarkan seperti pembersihan dan fumigasi agar telur dapat tahan lama. Hanya 3 orang atau 10% dari peternak responden yang melakukan fumigasi terhadap telur yang akan dipasarkan, itupun karena pasar mereka jauh sehingga membutuhkan waktu yang lama agar telur sampai ke daerah pemasaran.

Menurut Firdaus (2008), ada lima konsep pemasaran yang mendasari cara perusahaan melakukan kegiatan pemasarannya, diantaranya adalah konsep berwawasan pemasaran. Konsep ini berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari pada pesaingnya. Konsep ini didasarkan pada empat sendi utama yaitu pasar sasaran,kebutuhan pelanggan, pemasaran terkoordinasi serta keuntungan. Mosher (1987) menambahkan masalah pasar merupakan masalah yang penting dalam rangka merangsang petani untuk meningkatkan produksinya. Pasar adalah salah satu syarat penting

dalam pembangunan pertanian karena pasar akan menentukan besarnya permintaan suatu komoditi.

Berdasarkan penelitian dari aspek ini diketahui bahwa sebahagian peternak di daerah ini sudah merupakan agribusinessman yang telah memenuhi criteria-kriteria sebagai seorang pengusaha ternak dan berorientasi pada kebutuhan pasar untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Yang membuat semua responden mempunyai nilai skor dengan kategori tinggi salah satu faktornya adalah para peternak sudah memiliki jaringan kerjasama dengan sesama peternak lainnya sehingga memungkinkan bagi mereka untuk melakukan pertukaran informasi dengan cepat. Sebagai peternak yang berorientasi pada kebutuhan pasar, banyak fenomena pasar yang harus dikuasai oleh peternak, salah satunya menguasai informasi, misalnya daerah bisnis meluas dari kota ke kota lain, atau dari satu propinsi ke propinsi lain. Demikian pula pergeseran kebutuhan konsumen mencari informasi tentang apa ‘wants’ dari masyarakat.

Jika dilihat berdasarkan empat aspek manajemen agribisnis diatas ternyata tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara peternak yang menjadikan beternak sebagai mata pencaharian utama dan peternak yang menjadikan beternak sebagai mata pencaharian sampingan. Umumnya peternak di daerah ini berada pada perilaku dengan kategori sedang dan tinggi.

Kemudian berdasarkan empat aspek manajemen agribisnis diatas telah dilakukan analisa perilaku agribisnis dari keseluruhan peternak dari kedua kelompok peternak di Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota dan diketahui bahwa sebanyak 17 orang responden (56,67 %) dari peternak responden merupakan peternak yang memiliki perilaku agribisnis dengan kategori tinggi dengan nilai skor antara 91 – 120, dan sebanyak 13 orang responden (43,33%) peternak responden memiliki perilaku agribisnis dengan kategori sedang dengan nilai skor antara 61 – 90. Tidak satupun peternak responden didaerah ini yang memiliki nilai skor dengan kategori rendah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table 10. Tabel 11. Perilaku Agribisnis Responden di Kabupaten Lima Puluh Kota

Jenis Peubah	Kategori	Kisaran Skor	Responden	
			Jumlah (orang)	Persen (%)
Perilaku Agribisnis Peternak (total)	Rendah	30 – 60	0	0,00
	Sedang	61 – 90	13	43,33
	Tinggi	91 - 120	17	56,67

Terlihat dari tabel secara keseluruhan perilaku agribisnis peternak didaerah ini berada pada kategori sedang dan rendah. Hal tersebut mengindikasikan kualitas peternak didaerah ini sudah baik sehingga memudahkan peternak untuk mengelola peternakan dan meningkatkan produksi hasil ternaknya. Hal ini sesuai dengan pendapat Mosher (1966), meningkatnya produksi pertanian adalah akibat pemakaian teknik – teknik dan metoda – metoda dalam usaha tani. Produktivitas system pertanian merupakan upaya peningkatan produksi per satuan waktu. Produktivitas hasil panen diperoleh dengan cara menambah biaya input atau adopsi teknologi baru (Salikin, 2003).

Sebagai usaha peternakan yang sudah berorientasi bisnis, Pengalaman serta akses informasi yang mudah membuat peternak didaerah ini selalu menggunakan bibit terbaru dengan spesifikasi kualitas yang baik. Pengelolaan bibit yang sesuai standar membuat persentase angka kematian anak ayam sangat kecil di daerah ini, sehingga tidak salah kirannya kalau perilaku agribisnis peternak didaerah ini berada pada kategori sedang dan tinggi. Sesuai dengan pendapat Salikin (2003) salah satu ciri pertanian yang berorientasi bisnis adalah penggunaan bibit dengan varietas yang selalu diperbaharui sehingga mampu memproduksi lebih tinggi dengan tingkat kematian yang rendah dan tahan penyakit sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan mengurangi biaya perawatan. Dari hasil penelitian umumnya peternak melakukan pembuatan ransum sendiri dengan peralatan giling yang modern di peternakan mereka sehingga biaya untuk pakan ternak jadi lebih murah. Selain itu letak sentra peternakan

di daerah ini juga tidak jauh dari pasar payakumbuh serta alat transportasi milik sendiri membuat usaha ternak menjadi lebih efisien dan produktif bagi peternak di daerah ini.

4. SIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian pada tujuan satu didapatkan bahwa dalam subsistem agribisnis hulu semua responden menggunakan bibit *ISA Brown*, dan menggunakan pakan yang diolah sendiri. Sebahagian besar peternak memiliki alat – alat atau mesin modern di peternakan mereka. Kemudian dalam subsistem agribisnis budidaya, Semua responden memberlakukan bibit sesuai dengan standar pembibit dan peternak responden rutin mendatangkan bibit secara berkala. Dalam subsistem agribisnis hilir umumnya peternak tidak memberikan perlakuan khusus untuk telur yang akan dipasarkan, dan mayoritas peternak memasarkan telurnya di gudang telur sendiri. Kemudian dalam subsistem agribisnis jasa penunjang peternak responden dibantu oleh bank pemerintah dan swasta dalam penambahan modal. Tidak ditemukan peternak responden yang tergabung dalam kelompok peternak dan koperasi peternak.
2. Berdasarkan hasil analisa perilaku peternak dari empat aspek manajemen agribisnis didapatkan Perilaku Agribisnis responden dalam empat aspek manajemen agribisnis berada pada kategori sedang dan tinggi. Dalam aspek perencanaan usaha, aspek pemanfaatan sumber daya lingkungan, aspek orientasi pada peningkatan mutu produk peternak mayoritas responden berada pada kategori tinggi dan mayoritas peternak responden dalam aspek orientasi pada kebutuhan pasar mayoritas peternak berada pada kategori sedang.

5. REFERENSI

- Abidin, Z. 2003. Meningkatkan Produktivitas Ayam Ras Petelur. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Azwar, Saifuddin. 1998. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*. Pustaka pelajar Offset. Yogyakarta.
- Burhadi, 2003. *Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Pada Pemakaian Insektisida (Studi Kasus Petani Bawang Merah Di Kelurahan Tanjung Sari, Wanasari, Kabupaten Brebes)* tesis. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Departemen pertanian. 2011. *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Unggas*. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Maslow, A.H. 1994. *Motivasi dan Kepribadian I*. (Terjemahan : Nurul Iman). LPPM dan PT. Pustaka Binaman Pressindo, Yogyakarta.
- Notoatmodjo, S. 2003. *Ilmu Kesehatan Masyarakat (prinsip – prinsip dasar)*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Rasyaf, Muhammad. 2001. *Beternak Ayam Petelur*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- , 2001. *Manajemen Peternakan Ayam Petelur*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rosenblum, J. W. 1988. *Agriculture In The Twenty First Century*. Jhon wiley & sons Inc. Canada.
- Salikin, Karwan A. 2003. *System Pertanian Berkelanjutan*. Kanisius. Yogyakarta.
- Satria, A. 1997. *Transformasi kearah pertanian berbudaya industry.* " Dalam: analisis CSIS 7. Jakarta.
- Saragih, Bungaran. 1998. *Pengembangan Sektor Agribisnis Dalam Rangka Pembangunan Ekonomi Indonesia, Seri Memembangkan Bangsa Mengembangkan Strategi Ekonomi*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- , 2001. *Tantangan dan Strategi Pengembangan Agribisnis Indonesia*. Journal Agribisnis 1 (1 dan 2) 16-20.
- Saragih, B. dan Tampubolon, S.M.H. 1996. *Pendidikan Tinggi Pertanian dan Konsep Pertanian Masa Depan*. Dalam Prosiding Lokakarya Nasional Pendidikan Tinggi Pertanian Masa Depan. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Suharno, B dan Nazarudin. 1994. *Ternak Komersial*. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Sumodiningrat, Gunawan. 2000. *Pembangunan Ekonomi Melalui Pengembangan Pertanian*. Bina Rena Pariwara, Jakarta.
- Soekartawi. 1999. *Agribisnis (Teori & Aplikasinya)*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Siegel, S. 1994. *Statistik Nonparametrik: Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Gramedia pustaka utama. Jakarta.
- Singarimbun, M, Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES.Yogyakarta
- Suparta, N. 2001. *Perilaku Agribisnis dan Kebutuhan Penyuluhan Peternak Ayam ras Pedaging*. [Disertasi]. Bogor. Institut Pertanian Bogor, Program Pascasarjana.
- Suprpto, T. Fahrianoor. 2004. *Komunikasi Penyuluhan Dalam Teori Dan Praktek*. Arti Bumi Intaran. Jakarta.
- Kast, F.E., dan J.E. Rosenzweig. 1995. *Organisasi dan Manajemen*. Jilid 1, Ed. Ke-4, Cet. Ke-4. A. Hasyani Ali Penerjemah. Jakarta. Penerbit Bumi Aksara.
- Kerlinger, fred N. 1998. *Fondation of behavioral Research. Asas – asas penelitian behavioral*. (Penterjemah) Landung R. Simatupang. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Van den Ban, A.W. Hawkins, H.S. 1999. *Penyuluhan Pertanian*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta. ____
- Wahidin, Ujang. 2003. *Analisis Penentuan Saat Optimum Afkir Ayam Ras Petelur. Skripsi. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.