



Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)

Available online <http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/iiperta>

Analisis Efisiensi Pemasaran Ayam Ras Pedaging (Broiler) (Studi Kasus: Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun)

Market Efficiency Analysis of Broiler (Case Study: Gunung Malela District, Simalungun Regency)

Rindi Eka Prastiwi¹⁾, Retna Astuti Kuswardani¹⁾, Faoeza Hafiz Saragih^{1)*}

1) Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran ayam ras pedaging (broiler) dan untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran ayam ras pedaging (broiler) di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Mei sampai Juni, 2017. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel dengan cara metode disproportionate stratified random sampling. Penelitian ini menggunakan metode sensus sampel yang digunakan adalah 29 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah peternak mandiri, peternak plasma, perusahaan mitra, pedagang besar dan pedagang kecil. Berdasarkan dari hasil penelitian terdapat dua pola saluran pemasaran ayam ras pedaging (broiler) dimana pada saluran pertama dimulai dari peternak mandiri kepedagang besar sampai ke pada pedagang kecil dan pada saluran kedua dimulai dari peternak plasma ke perusahaan mitra, pedagang besar sampai ke pedagang kecil. Margin pemasaran ayam ras pedaging pada saluran I lebih besar di banding dengan saluran pemasaran II yakni Rp 6.075/kg. Saluran pemasaran ayam ras pedaging pada saluran I lebih efisien yakni 0.01% dan 0.04%

Kata Kunci: Margin, Harga, Efisiensi

Abstract

The purpose of this research is to know the marketing channel of broiler and to know the level of marketing efficiency of broiler in Gunung Malela Regency, Simalungun. This research is conducted from May to June 2017. This research uses sampling method by way of method of disproportionate stratified random sampling. The sample of this research was 29 sample which are independent farmers, plasma farmers, partner companies, wholesalers and small traders. Based on the result of the research, there are two pattern of marketing channel of broiler which broiler in the first channel started from independent farmers to big traders to small pedgang and on second channel started from plasma farmers to partner companies, big traders to small traders. The marketing margin of broiler chicken on channel I is bigger compared to marketing channel II which is Rp 6,075 / kg. Channel marketing channels on channel I more efficient that is 0.01% and 0.04%.

Keywords: Margin, Price, Efficiency

How to Cite: Prastiwi, R.E., Kuswardani, R.A. & Saragih, F.H. (2020). Analisis Efisiensi Pemasaran Ayam Ras Pedaging (Broiler). *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 2 (1): 83-92.

*E-mail: faoza@uma.ac.id

ISSN 2550-1305 (Online)



PENDAHULUAN

Peternakan adalah kegiatan memelihara hewan ternak untuk dibudidayakan dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut (Rasyaf, 2002). Subsektor peternakan terbagi menjadi ternak besar, yaitu sapi (perah/potong), kerbau, dan kuda, dan ternak kecil yang terdiri dari kambing, domba, dan babi serta ternak unggas (ayam, itik, dan burung puyuh).

Usaha dalam bidang peternakan ayam pedaging di Indonesia semakin berkembang untuk setiap tahunnya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat untuk memenuhi protein hewani dan peningkatan pendapatan peternak. Salah satu bentuk pengembangan usaha dalam peternakan ayam pedaging adalah peternak mandiri bergabung dengan menjadi peternak mitra perusahaan sehingga peternak tidak mengalami kerugian cukup tinggi bila harga ayam di pasar cukup rendah. Ayam pedaging merupakan ayam penghasil daging yang memiliki masa pemeliharaan cukup singkat, sehingga cukup berpotensi bila dijadikan sebuah usaha. Peternakan merupakan salah satu dari lima subsektor pertanian.

Provinsi Sumatera Utara sangat berpotensi dalam bidang peternakan terutama pada ayam ras pedaging (*broiler*) data ini dapat dilihat dari data Dinas Peternakan tahun 2015. Data tersebut dapat dilihat dari Tabel 1 yang menunjukkan bahwa setiap tahun nya ayam ras pedaging mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2011s/d 2015 ayam ras pedaging meningkat sebesar 23% . Peningkatan produksi inilah yang dapat dijadikan indikator adanya peningkatan pada konsumsi daging ayam di Sumatera Utara. Ayam ras atau potong memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan karena produksi yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan konsumsi daging ayam ras (*broiler*) secara nasional cenderung meningkat. Peningkatan jumlah penduduk, perekonomian yang baik, adanya perubahan pola hidup dan pola konsumsi, kebutuhan nutrisi serta perubahan selera masyarakat telah menyebabkan permintaan dan konsumsi daging ayam meningkat.

Tabel 1. Populasi Ternak Unggas Menurut Jenis (ekor) Sumatera Utara 2011-2015

Tahun/Years	Jenis Unggas/Kind of population			
	Ayam ras Petelur	Pedaging	Kampung	Itik
2011	9.060.742	40.360.663	11.963.681	2.633.909
2012	12.055.592	42.813.178	12.073.428	2.790.326
2013	15.704.311	46.064.412	15.545.153	2.411.989
2014	14.838.083	47.179.814	14.037.817	2.361.944
2015	15.207.333	49.798.186	14.254.756	2.529.676

Sumber: Dinas Peternakan Sumatera Utara, 2016

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik 2015 Kabupaten Simalungun merupakan daerah penghasil ayam ras pedaging (*broiler*) terbesar ke 5 di Provinsi Sumatera Utara setelah Serdang Bedagai, Asahan, Deli Serdang, Langkat kemudian Simalungun dengan produksi sebesar 772,02 ton di tahun 2015. Salah satu daerah di Kabupaten Simalungun yang

merupakan daerah penghasil ayam ras pedaging (broiler) yaitu Kecamatan Gunung Malela dengan produksi ayam ras pedaging sebesar 38332 kg (BPS 2014).

Tabel 2. Produksi Daging Menurut Jenis Unggas dan Kabupaten/Kota (Ton), 2015

Kabupaten/Kota	Produksi Daging Beberapa Jenis Unggas (Ton)			
	Ayam ras Petelur	Pedaging	Ayam Kampung	Itik
1	2	3	4	5
Kabupaten/Regency				
Nias			67,31	2,37
Mandailing Natal			2766,17	44,48
Tapanuli Selatan		130,43	216,33	32,64
Tapanuli Tengah	0,26	6,82	772,19	13,40
Tapanuli Utara			503,58	28,02
Toba Samosir			400,21	307,18
Labuhan Batu	12,10	187,11	459,32	32,55
Asahan	1900,45	6982,09	1146,05	164,37
Simalungun	104,14	772,02	1276,00	44,65
Dairi	0,99		1278,15	22,28
Karo			463,13	20,36
Deli Serdang	4568,79	5912,34	1060,46	317,74
Langkat	2509,16	3799,76	1520,63	229,46
Nias Selatan	15,51	55,85	242,72	15,86
Humbang Hasudutan	0,53		284,78	32,05
Pakpak Bharat			145,13	3,20
Samosir			176,11	14,71
Serdang Bedagai	811,86	21821,83	2253,28	237,68
Batu Bara	14,79	203,72	561,54	107,57
Padang Lawas Utara	0,42	151,95	298,99	26,13
Padang Lawas		1,23	159,96	7,20
Labuhanbatu Selatan	81,66	182,50	7,43	
Labuhanbatu Utara		58,51	97,44	6,23
Nias Utara			89,27	1,48
Nias Barat	1,13	24,64	16,56	0,05
Kota/City				
Sibolga			14,03	0,96
Tanjung Balai			65,61	9,89
Pematang Siantar			60,39	3,23
Tebing Tinggi		139,96	87,77	10,98
Medan	23,04	14,44	81,81	29,07
Binjai	671,12	310,96	115,91	10,31
Padang Sidempuan		65,71	83,01	6,47
Gunung Sitoli	8,12	80,49	133,21	1,11

Sumber: Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Utara 2016

Adapun survey awal lokasi yang telah dilakukan sebelumnya diketahui bahwa di Kecamatan Gunung Malela terdapat 11 peternak yang memelihara ayam ras pedaging dan bekerja sama dengan beberapa perusahaan kemitraan. Perusahaan Inti (mitra) merupakan pihak yang menentukan prosedur, harga dan waktu panen, sedangkan peternak hanya menjalankan sesuai aturan atau prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan inti, hal ini menunjukkan bahwa kendali kemitraan berada di perusahaan mitra. Para peternak ayam potong di Kabupaten Simalungun Kecamatan Gunung Malela dilarang menjual hasil panen atau ayam potongnya kepada pihak luar selain perusahaan inti dengan harga yang sudah ditetapkan dalam kontrak sebelum kegiatan budidaya dilakukan perusahaan inti Hal ini menjadi masalah bagi peternak plasma karena mereka tidak memberitahukan berapa harga pasar dan hanya menerima harga dari perusahaan mitra. Kondisi seperti ini membuat peternak hanya menjadi pelaku usaha yang sangat tergantung pada perusahaan mitra.

Pada daerah tersebut juga terdapat peternak 5 peternak yang tidak bermitra dengan perusahaan sebagaimana peternak kebanyakan. Peternak yang dimaksud juga bukan peternak yang mandiri melainkan peternak yang melakukan kerjasama dengan pedagang pengumpul (*bakul*) atau kemitraan perseorangan. Sama halnya peternak ini juga tidak dapat menentukan harga karena harga dipasar sudah ditentukan oleh perusahaan-perusahaan yang ada.

Berdasarkan latar belakang maka permasalahan yang akan di bahas dalam proposal penelitian ini adalah: Bagaimana saluran pemasaran dan share margin Ayam Ras Pedaging (*Broiler*) Di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun. Bagaimana tingkat Efisiensi pemasaran Ayam Ras Pedaging (*Broiler*) Di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun dilihat dari margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran. Adapun tujuan penelitian yaitu: Untuk mengetahui saluran pemasaran Ayam Ras Pedaging (*Broiler*) Di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran Ayam Ras Pedaging (*Broiler*) Di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun dilihat dari margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun lokasi ditentukan secara *purposive* (sengaja). Dengan pertimbangan bahwa, Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun memiliki produksi daging yang meningkat setiap tahunnya (BPS 2016) .Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni 2017. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode dispropotionate stratified random sampling. Sampel dalam penelitian adalah dengan menggunakan dua jenis sampel responden yaitu 1) Produsen/Peternak Plasma 2) Pedagang pemasarnya. Sampel diambil 100% dari populasi peternak dan produsen. Berdasarkan teori penarikan contoh Walpole (1992) ukuran minimum sampel yaitu 30, maka jika dibawah dari 30 maka populasi yang ada dapat diambil semua menjadi sampel. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berupa data primer dan sekunder, dimana data primer menggunakan kuisisioner sebagai alat bantu

pengumpul data yang pokok (primer) serta melalui pengamatan langsung dan wawancara yang mendalam mengenai fakta-fakta yang telah terjadi. Data sekunder diperoleh dari laporan ilmiah, Badan Pusat Statistik (BPS) dan literatur atau referensi yang relevan dengan penelitian ini.

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen atau merupakan jumlah biaya selama pemasaran dengan keuntungan yang diharapkan oleh masing-masing lembaga pemasaran (Mukson dkk, 2005) rumus *margin* pemasaran adalah sebagai berikut dan Saefuddin dan Lukman (2006).

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

Pf = Harga di tingkat peternak (Rp/Kg).

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg).

Share harga merupakan selisih antara harga ditingkat peternakan dan harga ditingkat konsumen akhir yang dinyatakan dalam presentase. Sudyono (2002).

$$SPF = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Keterangan:

SPf = Efisiensi pemasaran peternak (%).

Pf = Harga di tingkat peternak (Rp/Kg).

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg).

Menurut Soekartawi (2003) Adapun untuk menghitung efisiensi saluran pemasaran di daerah penelitian sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100\%$$

Maka apabila saluran pemasaran < 50 % maka saluran pemasaran efisien, dan jika saluran pemasaran > 50 % maka saluran pemasaran tidak efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Simalungun merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Sumatera Utara. Letaknya diapit oleh 8 Kabupaten yaitu Kabupaten Serdang Bedagai, Deli Serdang, Karo, Tobasa, Samosir, Asahan, Batu Bara, dan Kota Pematangsiantar. Letak astronomisnya antara 02°36' - 03°18' Lintang Utara dan 98°32' - 99°35' Bujur Timur dengan luas 4.386,60 km² berada pada ketinggian 0-1.400 meter di atas permukaan laut dimana 75 persen lahannya berada pada kemiringan 0-15% sehingga Kabupaten Simalungun merupakan Kabupaten terluas ke-3 setelah Kabupaten Madina dan Kabupaten Langkat di Sumatera Utara dan memiliki letak yang cukup strategis serta berada di kawasan wisata Danau Toba-Parapat. Iklim di Kabupaten Simalungun tahun 2016 adalah 25,3°C, dengan suhu terendah 20,5°C. dan suhu tertinggi 32,2°C. Penyinaran Matahari rata-rata 5,2 jam per hari dan rata-rata, penguapan 3,01 milimeter per hari serta kelembaban udara 84 persen. Suhu udara rata-rata meningkat bila dibandingkan dengan tahun 2012 sebesar yaitu mencapai 25,2°C.

Sampel dalam penelitian adalah dengan menggunakan dua jenis sampel responden yaitu 1) Produsen/Peternak Plasma 2) Pedagang yang berada di Kecamatan Gunung Malela.

Dalam Penelitian ini terdapat 16 peternak yang dijadikan sampel dengan skala usaha mulai dari 1000-18.000 ekor dalam satu periode ternak. Peternak yang memiliki skala usaha < 3000 ekor sebanyak 35% sedangkan peternak yang memiliki skala usaha 5000-6000 ekor memiliki persentasi sebesar 65% dan peternak yang memiliki skala usaha 7000 ekor sebesar 15%.

Pada penelitian ini umur peternak yang dijadikan sampel antara 22-60 tahun dengan umur rata-rata peternak adalah 42 tahun. Peternak dalam umur produktif (20-50 tahun) maka kegiatan peternakan akan lebih mudah dilaksanakan karena kondisi ketahanan tubuh masih baik dan sebaliknya jika umur peternak sudah melebihi umur produktif (>50 tahun) maka kegiatan peternakan akan terganggu jika peternak tersebut menjalankan usahanya sendiri dan harus mempekerjakan orang lain agar kegiatan peternakan bisa berjalan. Pendidikan juga mempunyai peranan dalam dunia usaha termasuk usaha peternakan ayam potong (broiler). 68,8% peternak memiliki pendidikan 12 tahun (SMA), 18,8% peternak memiliki pendidikan 6 tahun (SD) dan 9 tahun (SMP) dan 12,5% peternak memiliki tingkat pendidikan 16 tahun (Sarjana). Peternak ayam ras pedaging (broiler) di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun dapat dikatakan memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi dengan rata-rata sampel memiliki tingkat pendidikan 12 tahun. Peternak dengan tingkat pendidikan yang tinggi akan lebih mudah merespon adanya teknologi-teknologi baru di bidang peternakan yang dapat membantu kegiatan usaha peternakan ayam ras pedaging (broiler), sehingga diharapkan usaha peternakan yang dijalankan dapat terus berkembang. Terdapat 56% peternak yang memiliki pengalaman usaha dibawah 3 tahun dan 44% peternak yang memiliki pengalaman diatas 3 tahun. Dari data diatas dapat dilihat bahwa peternak yang memiliki pengalaman dibawah 3 tahun atau sama dengan 3 tahun lebih banyak dibandingkan dengan peternak yang memiliki pengalaman usaha diatas tahun.

Proses Budidaya Ayam Ras Pedaging (Broiler)

Proses budidaya ayam ras pedaging terdiri atas persiapan kandang, pemberian pakan, pemberian vaksin, vitamin, obat, dan panen.

Persiapan Kandang

Anak ayam umur sehari (DOC) yang baik mempunyai ciri-ciri: bulu kering dan bersih, berat tidak dibawah standart (minimal 39gr/ekor) , lincah tidak mempunyai cacat tubuh dan tidak menunjukkan adanya penyakit tertentu seperti ompatalis, ngorok ataupun pullorum yang dapat dilihat dari adanya kotoran berwarna putih. Sebelum bibit ayam datang kandang dipersiapkan sesuai kebutuhan hidup dan pemeliharaan bibit ayam. Setelah kandang disterilkan kemudian dikondisikan selama 1 minggu, kemudian serbuk kayu disebar pada kandang yang berguna sebagai tempat DOC tidur dan beraktivitas. Serbuk kayu diusahakan selalu dalam keadaan kering untuk mencegah datangnya penyakit.

Pemberian Pakan

Pakan yang baik adalah yang cukup mengandung zat-zat makanan yang dibutuhkan oleh ayam (protein, lemak, abu, serat kasar, energi, vitamin dan asam-asam amino). Hal ini

dapat dilihat dari standart kebutuhan zat-zat makanan pada masing-masing periode pemeliharaan.yang dapat dipenuhi oleh pakan tersebut. Pakan yang digunakan peternak ayam ras pedaging di Kecamatan Gunung Malela terdiri dari *Find Crembel, Crembel, Pre-Starter, Finish Starter, Starter*.

Pemberian Vaksin, Vitamin dan Obat

Untuk mencegah datangnya penyakit, peternak memberikan vaksin kepada ayam pada saat ayam berumur 4 hari dengan vaksin berbentuk cairan yang di teteskan ke mata ayam. Kemudian vaksinasi dilakukan kembali pada saat ayam berumur 17 hari. Vaksinasi dilakukan dengan cara penyuntikan di area paha ayam ras pedaging sebanyak 2 kali sampai panen.Untuk vitamin di berikan kepada ayam pada umur ayam 1 minggu yang di campurkan pada pakan ayam. Selain vaksin, vitamin dan obat-obatan yang diberikan kepada ayam berupa cairan gula merah yang berfungsi untuk memberikan ketahanan untuk ayam ras pedaging.

Panen

Panen dilakukan setelah ayam berumur 28-33 hari, pemanenan dilakukan secara bertahap sesuai dengan permintaan pedagang setelah ayam berumur mencapai 1,3-1,6 kg/ekor. Bobot ayam 1,3-1,6 kg/ekor merupakan bobot yang di inginkan oleh pedagang.

Saluran Pemasaran Ayam Ras Pedaging (Broiler) di Kecamatan Gunung Malela, Kabupaten Simalungun

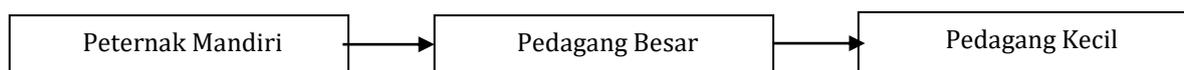
Pemasaran adalah kegiatan akhir dari penanganan pasca panen yang dilakukan peternak/produsen terhadap konsumen, lembaga-lembaga pemasaran yang berperan dalam pemasaran ayam ras pedaging di kecamatan Gunung Malela kabupaten Simalungun dari produsen hingga ke konsumen. Fokus terhap penelitian ini adalah saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran ayam ras pedaging di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun. Lembaga pemasaran merupakan lembaga perantara yang terlibat dalam proses penyampaian barang/jasa dari pihak produsen sampai ketangan konsumen. Pelaku pemasaran ayam ras pedaging yang terlibat di daerah penelitian yaitu: (a) Peternak (b) Perusahaan mitra (c) Pedagang besar dan (d) pedagang kecil.

Pola Saluran Pemasaran Ayam Ras Pedaging (Broiler).

Saluran pemasaran adalah sebuah jalur proses pemasaran mulai dari prodosen hingga konsumen. Terdapat dua saluran pemasaran di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun yaitu:

Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang melibatkan lembaga pemasaran.



Gambar 1. Bagan saluran pemasaran I ayam ras pedaging (*Broiler*) di Kecamatan Gunung Malela

Peternak mandiri menjual hasil panennya kepada pedagang besar dengan harga 15.540/kg. Pedagang besar menjual ayam ras pedaging kepada pedagang kecil dengan harga 18.345/kg, harga tersebut merupakan harga pasar per Mei-Juni. Pedagang kecil

membeli ayam dari pedagang besar dengan harga 18.345/kg dengan kondisi hidup, kemudian pedagang kecil menjual ayam kepada konsumen dengan harga 21.615/kg dalam bentuk daging ayam.

Tabel 1 menunjukkan bahwa margin pemasaran di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun pada saluran pemasaran I yaitu peternak menjual kepada pedagang besar kemudian kepada pedagang kecil sebesar 6.075/kg. Pedagang besar dan pedagang kecil pada saluran I mengambil kesempatan untuk mendapatkan keuntungan yang besar dikarenakan harga ayam ras pedaging yang dibeli dari peternak mandiri lebih murah dibanding dengan dengan harga ayam ras pedaging dari peternak plasma.

Tabel 1. Rata-Rata Margin Pemasaran, Persentase Margin dan Share Harga dan Efisiensi Pemasaran Ayam Ras Pedaging Di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun Saluran I

Lembaga Pemasaran	Biaya dan Harga (Rp/Kg)	Margin Pemasaran	Persentase Margin	Share Harga	Efisiensi Pemasaran
Peternak Mandiri					
Harga jual	15.450	2.805	46%	72%	
Pedagang besar					
Harga beli	15.450				
Transportasi	205				0,01
Tenaga kerja	100				
Keuntungan	2500				
Harga jual	18.345			85%	
Pedagang kecil					
Harga beli	18.345	3.270	54%		
Bahanbakar minyak	680				0,04
Tenaga kerja	90				
Keuntungan	2500				
Harga jual	21.615				
Total margin		6.075	100%		

Sumber: Data primer diolah, 2017

Sedangkan Pedagang Besar dan peternak memiliki *presentase* margin 46% *share* harga yang di terima peternak 72% dan efisiensi 0,01 atau dapat dikatakan bagian harga yang dinikmati peternak sebesar 72% terhadap harga ditingkat konsumen. Teknik perhitungan *share* harga adalah dengan menghitung harga di tingkat peternak dibagi dengan harga di tingkat pedagang pengecer ayam pedaging lalu dikalikan 100 persen. Sedangkan untuk pedagang kecil memiliki persentase *margin* 54% dengan *share* harga 85% dan efisiensi 0,04.

Efisiensi yang diterima pedagang besar lebih kecil dibandingkan dengan efisiensi yang diterima oleh pedagang kecil, hal ini diduga karena biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar jauh lebih kecil dibandingkan dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang kecil. Bila dilihat dari presentase margin yang didapat pada tiap lembaga saluran I di Kecamatan Gunung Malela dapat dikatakan efisien karena *persentasemargin* yang didapat setiap lembaga hampersama/merata. Menurut Soekartawi (2003), Maka apabila saluran pemasaran < 50 % maka saluran pemasaran efisien, dan jika saluran

pemasaran > 50 % maka saluran pemasaran tidak efisien. Saluran pemasarn akan efisien apabila nilai efisiensi semakin kecil.

Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II merupakan saluran yang melibatkan lembaga pemasaran seperti :



Gambar 2. Bagan saluran pemasaran II ayam ras pedaging (*Broiler*) di Kecamatan Gunung Malela

Peternak plasma menjual hasil panen nya kepada perusahaan mitra dengan harga 15.700/kg dengan sistem kontrak. Harga tersebut merupakan harga pada saat penelitian yang akan berubah pada saat kontak akan ditetapkan pada saat tertentu. Selanjutnya Perusahaan mitra menjual ayam ras pedaging dengan harga 15.700/kg kepada pedagang besar. Pedagang besar menjual ayam ras pedaging dalam bentuk hidup kepada pedagang kecil dengan harga 18.366/kg. Selanjutnya pedagang kecil menjual ayam dalam bentuk daging ayam (karkas) dengan harga 21.667/kg.

Tabel 2. Rata-Rata Margin Pemasaran, Persentase Margin Dan Share Harga Dan Efisiensi Pemasaran Ayam Ras Pedaging Di Kecamtan Gunung Malela Kabupaten Simalungun Saluran II

Lembaga Pemasaran	Biaya dan harga (Rp/Kg)	Margin pemasaran	Persentase margin	Sahre harga	Efisiensi pemasaran
Peternak Plasma	15.700			72%	
Harga Jual					
Perusahaan					
Harga Beli	15.700	319	5,3%		
Biaya Pemasaran	319				0.01
Harga Jual	16.019				
Pedagang Besar					
Harga beli	16.019	2.347	33,3%	74%	
Transportasi	233				0.02
Tenaga Kerja	114				
Keuntungan	2.000				
Harga Jual	18.366				
Pedagang Kecil					
Harga Beli	18.366	3.301	55,3%	85%	
Bahan bakar minyak	718				0.04
Tenaga kerja	83				
Keuntungan	2.500				
Harga jual	21.667				
Total margin		5.967	100%		

Sumber: Data primer diolah, 2017

Margin pemasaran di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun sebesar 5.967/kg. Margin ini lebih kecil bila dibandingkan dengan margin pada saluran I, hal ini dikarenakan pedagang besar pada saluran I mengambil keuntungan lebih besar dibanding dengan pedagang besar pada saluran II. Besar nya margin pemasaran pada saluran I diduga karena harga ayam yang dibeli dari peternak mandiri jauh lebih murah bila dibandingkan

dengan harga yang pedagang beli dari peternak plasma. Perbandingan harga yang terjadi antara peternak mandiri dengan peternak plasma dikarenakan Perusahaan mitra telah menguasai harga di pasaran, sehingga peternak mandiri harus menjual harga ayam ras pedaging jauh lebih murah. Perusahaan mitra memiliki *margin* pemasaran 5,3% dengan *share* harga yang diterima peternak sebesar 72% dan nilai efisiensi 0,01. Sedangkan pedagang besar memiliki persentase *margin* 39,3% dengan *share* harga 74% dan nilai efisiensi 0,02. Kemudian untuk pedagang kecil memiliki persentase *margin* 55,3% sedangkan *share* harga yang diterima sebesar 85% dengan nilai efisiensi 0,04.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai Analisis Pemasaran Ayam Ras Pedaging (*Broiler*) di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Terdapat dua pola saluran pemasaran Ayam Ras Pedaging (*Broiler*) yang digunakan peternak di Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun. Diantaranya Saluran I di mulai dari peternak ke pedagang besar sampai pada pedagang kecil. Saluran II di mulai dari peternak ke Perusahaan mitra, Pedagang Besar sampai ke pedagang kecil. Margin pemasaran ayam ras pedaging pada saluran I lebih besar dibandingkan pada margin pemasaran saluran II. Saluran pemasaran I lebih efisien daripada saluran pemasaran II.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A.J, D.H. Utami, & A.B. Nugroho. (2013). Analisis Pemasaran Usaha Ayam Broiler Skala Kecil Dan Besar Pada Pola Kemitraan PT Sinar Sarana Sentosa Malang. *J. Agrisistem*. 9(31): 36 – 38
- Annisa, R., Marzuki. S. & Roessali, W. (2015). Analisis Pola Saluran Pemasaran dan Marjin serta Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler pada Sistem Kemitraan di Kabupaten Grobogan. *J. Animal Agriculture*. 4(1):144-148.
- Andrinof, D. (2006). Analisis Pola Kemitraan Peternakan Ayam Pedaging pada Peternak Plasma PT. Satwa Mirama Raya di Kabupaten Malang. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Data Produksi Daging Unggas*
- Departemen Pertanian. (2016). *Sumatera Utara Dalam Angka 2016*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. Medan.
- Himawati, D. (2006). Analisa Resiko Finansial Usaha Peternakan Ayam Pedaging pada Peternakan Plasma Kemitraan KUD 'Sari Bumi' di Kecamatan Bululawang Kabupaten Malang. *Skripsi*. Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya, Malang.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lina, S. dkk. (2009). Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk. *J. Agritek*. 17 (6)
- Mukson, S.I, dkk. (2005). Analisis Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kabupaten Kendal Jawa Tengah. *J.Agrisistem*. 4 (1):5-7.
- Prasetyo, S. (2008). Pengaruh Harga Komoditas Substitusi dan Komplementer Terhadap Permintaan Daging Ayam Ras di Kabupaten Bogor. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Purnama, N.M. (2004). Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Hias. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Rasyaf, M. (2007). *Beternak Ayam Pedaging*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Saefuddin, A. M. (2007). *Tataniaga Hasil Perikanan*. Jakarta: UI Press.
- Soekartawi, (2003). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yunus, M. dkk. (2007) Analisis usaha Peternakan Ayam broiler (Studi kasus Pada Usaha Peternakan Ayam Broiler di Kelurahan Borongloe, Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa). *J. Agrisistem*. 3(1).