



ANALISIS PEMASARAN AYAM *BROILER* SISTEM PEMELIHARAAN POLA MANDIRI DI KABUPATEN TANAH BUMBU

Marketing Analysis of Broiler Chickens with Self Rearing System in Tanah Bumbu District

Muhammad Mubasyir *, Nina Budiwati dan Muhammad Fauzi

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci

Bunga; Pemasaran; Ayam;
Broiler; Mandiri.

Korespondensi

Corresponding author
E-mail: basyir33.08@gmail.com

Diterima: xx Januari 2022,
Disetujui: 14 Januari 2022,
Diterbitkan on-line : 1 Maret 2022

Pemasaran daging ayam *broiler* ditentukan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang berada dalam saluran pemasaran. Tujuan penelitian menganalisis saluran pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* serta permasalahan dihadapi dalam pemasaran ayam *broiler*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 3 orang peternak, 1 orang pedagang pengumpul dan 11 orang pengecer. Analisis dilakukan dengan biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri di Kabupaten Tanah Bumbu memiliki dua pola. Besar biaya pemasaran dan margin total untuk saluran I adalah Rp 370,58 dan Rp 3.714,29. Besar biaya pemasaran dan margin total untuk saluran II adalah Rp 2.284,82 dan Rp 8.896,10. Keuntungan tertinggi diantara lembaga pemasaran pada pedagang pengumpul Rp 3.343,70/kg, sedangkan yang terendah pada pedagang pengecer Rp 3.273,66/kg. *Farmer's share* saluran I dan II sebesar 83,12% dan 67,27%. Permasalahan yang sering dihadapi peternak dalam pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri di Kabupaten Tanah Bumbu, yaitu modal usaha penyelenggaraan ternak ayam yang cukup besar.

PENDAHULUAN

Unggas ialah barang yang dapat diterima oleh masyarakat khususnya masyarakat musim dan harga jual yang relatif murah (Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2005:3). Ayam *broiler* merupakan jenis ayam yang dipelihara untuk dimanfaatkan dagingnya (Tamalludin, 2014:22).

Berdasarkan jumlah populasi ternak unggas di Provinsi Kalimantan Selatan tahun 2019, lebih banyak membudidayakan jenis unggas ayam pedaging (*broiler*) dibandingkan dengan unggas

lainnya, dengan populasi sebanyak 94.420.467 ekor. Sedangkan populasi ternak unggas yang paling sedikit dibudidayakan adalah jenis unggas itik/itik manila dengan populasi sebanyak 4.786.369 ekor (BPS Provinsi Kalimantan Selatan, 2019:500).

Jumlah peternak ayam *broiler* menurut kecamatan di Kabupaten Tanah Bumbu tahun 2019 dengan sistem pemeliharaan pola kerjasama/kemitraan sebanyak 61 peternak dan sistem pemeliharaan pola mandiri sebanyak 3

peternak (Dinas Pertanian Kabupaten Tanah Bumbu, 2020:127).

Ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri memiliki kelebihan, yaitu harga jual ayam sesuai dengan harga pasaran. Namun, dari segi modal untuk usaha ternak ayam *broiler*, ditanggung sepenuhnya oleh peternak, baik berupa tenaga kerja, bibit ayam, obat dan vaksin untuk ayam *broiler*, peralatan dan kandang ayam untuk proses produksi ternak ayam serta memasarkan ayam (Prastiwi, 2017:37).

Pemasaran daging ayam *broiler* ditentukan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang berada dalam saluran pemasaran. Proses pemasaran ayam ini terdapat biaya pemasaran yang dikeluarkan, keuntungan dan margin yang diperoleh Lembaga pemasaran serta *farmer's share*.

Tujuan dan Kegunaan

Terdapat tiga tujuan dalam penelitian ini. Pertama, menganalisis saluran pemasaran. Kedua menganalisis biaya, keuntungan, margin dan *farmer's share*. Ketiga mengidentifikasi permasalahan dihadapi dalam pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri di Kabupaten Tanah Bumbu.

Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat. Pertama, sebagai informasi bagi peternak untuk melakukan kerjasama agar saling menguntungkan dalam usaha ternak ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri serta dalam manajemen usaha ternak ayam dengan baik. Kedua, sebagai pengambilan kebijakan untuk pengembangan usaha ternak ayam *broiler* khususnya untuk wilayah Kabupaten Tanah Bumbu.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Tanah Bumbu. Penelitian dimulai dari bulan Desember 2020 sampai April 2021.

Metode Penarikan Contoh

Penarikan contoh yang digunakan pada level kecamatan adalah penarikan contoh secara sengaja (*purposive*) dua kecamatan yang dipilih yaitu Kecamatan Karang Bintang dan Kecamatan Simpang Empat, karena dua kecamatan tersebut mengusahakan sistem

pemeliharaan mandiri yang berjumlah 3 orang peternak. Berdasarkan metode *snowball sampling* jumlah pedagang pengumpul yang diambil sebagai sampel penelitian sebanyak 1 orang dan pedagang pengecer 11 orang.

Analisis Data

Tujuan pertama, menganalisis saluran pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri. Periode analisis yang digunakan selama satu kali proses produksi pada bulan Februari 2021, yaitu selama 28 hari dari ayam berumur 1 hari (*Day Old Chicks*) hingga ayam tersebut dijual oleh peternak.

Tujuan dua, menganalisis besar biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri, maka digunakan rumus (Anindita, 2017:127):

$$TC_t = \sum t_i \quad (1)$$

dimana: TC_t total biaya pemasaran (Rp)

t_i jumlah keseluruhan komponen biaya pemasaran (Rp)

Keuntungan pemasaran menggunakan rumus (Sudiyono, 2012:91):

$$\pi_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - C_{ij} \quad (2)$$

dimana: π_{ij} keuntungan lembaga pemasaran ke-j

H_{jj} harga jual lembaga pemasaran ke-j

H_{bj} biaya beli lembaga pemasaran ke-j

C_{ij} biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

Margin dari setiap lembaga pemasaran digunakan rumus (Heriansyah, 2018:17):

$$Mp = P_{retailer} - P_{farmer} \quad (3)$$

dimana: Mp margin pemasaran (Rp/kg)

$P_{retailer}$ harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

P_{farmer} harga ditingkat produsen (Rp/kg)

Farmer's share digunakan rumus (Sudiyono, 2012:91):

$$FS = \frac{P_p}{P_c} \times 100\% \quad (4)$$

dimana: FS *farmer's share* (100%)

P_p harga yang diterima produsen (Rp/kg)

P_c harga yang dibayarkan oleh konsumen (Rp/kg)

Tujuan ketiga mengidentifikasi permasalahan dihadapi dalam pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan permasalahan dihadapi dalam pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri dan solusi penyelesaian masalah tersebut di daerah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Ayam *Broiler* Sistem Pemeliharaan Pola Mandiri

Berdasarkan hasil penelitian, ada dua saluran pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri di Kabupaten Tanah Bumbu. Saluran pemasaran tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Saluran I
Peternak ayam *broiler* → pedagang pengumpul → konsumen akhir
2. Saluran II
Peternak ayam *broiler* → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen akhir

Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* Ayam *Broiler* Sistem Pemeliharaan Pola Mandiri

Saluran I. Kegiatan pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri pada saluran I ini dilakukan oleh peternak ayam *broiler* dan pedagang pengumpul. Biaya pemasaran ayam *broiler* yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran pada saluran I di tingkat pedagang pengumpul adalah biaya transportasi, bongkar muat, penyusutan alat (keranjang ayam).

Sedangkan untuk peternak tidak mengeluarkan biaya pemasaran, karena pedagang pengumpul langsung mengambil ayam *broiler* di kandang ayam milik peternak.

Tabel 1. Rata-rata biaya, keuntungan, margin pemasaran dan *farmer's share* pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri saluran I periode Februari 2021

Komponen	Nilai (Rp/kg)	<i>Farmer's share</i> (%)
Peternak:		
Harga jual	18.285,71	83,12
Pedagang pengumpul:		
Harga beli	18.285,71	
Biaya pemasaran		
- Transportasi	179,50	
- Bongkar muat	162,13	
- Penyusutan alat	28,95	
Total biaya pemasaran	370,58	
Harga jual	22.000,00	
Margin	3.714,29	
Keuntungan pemasaran	3.343,70	

Sumber: Pengolahan data primer (2021)

Berdasarkan Tabel 1, total biaya pemasaran pedagang pengumpul pada saluran I sistem pemeliharaan pola mandiri adalah Rp 370,58/kg. Biaya pemasaran ini meliputi biaya transportasi Rp 179,50/kg, bongkar muat Rp 162,13/kg dan biaya penyusutan alat Rp 28,95/kg.

Biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang pengumpul selama 1 periode yakni satu kali proses produksi penyelenggaraan ayam *broiler* oleh peternak Rp 1.550.000. Dimana banyak transportasi yang dilakukan ke kandang ayam peternak dan pengantaran ayam ke pedagang pengecer sebanyak 6 kali.

Untuk biaya bongkar muat sama halnya biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul. Kegiatan bongkar muat ini meliputi kegiatan penimbangan, memasukkan ayam ke keranjang ayam dan mengeluarkan ayam dari ke keranjang. Kegiatan ini dilakukan oleh pedagang pengumpul dan satu orang tenaga kerja tambahan sebagai pembantu dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Dalam satu kali kegiatan pengangkutan dan pengantaran ayam *broiler* Rp 200.000-Rp 300.000. Sehingga biaya bongkar muat yang dikeluarkan pedagang pengumpul Rp 1.400.000.

Untuk biaya penyusutan alat ini yakni penyusutan alat keranjang ayam yang digunakan untuk pedagang pengumpul untuk mengangkut ayam dan pengantaran ayam ke pedagang pengecer. Pedagang pengumpul memiliki 1 buah keranjang ayam besi dengan modal awal pembelian Rp 15.000.000 dan umur ekonomisnya selama 5 tahun.

Rata-rata harga jual ayam *broiler* di kandang peternak Rp 18.285,71/kg. Rata-rata margin total diperoleh selisih dari harga jual ayam *broiler* pedagang pengumpul ke konsumen akhir Rp 22.000/kg dengan harga jual peternak ayam *broiler* Rp 18.285,71/kg, maka margin total Rp 3.714,29/kg. Selain itu, keuntungan pedagang pengumpul peroleh Rp 3.343,70/kg, yang diperoleh selisih dari harga jual ayam *broiler* pedagang pengumpul ke konsumen akhir Rp 22.000/kg dengan total biaya pemasaran yang dikeluarkan dan harga beli ayam pedagang pengumpul Rp 18.656,30/kg. Keuntungan pemasaran juga bisa perhitungkan dari selisih margin total yang diperoleh pedagang pengumpul Rp 3.714,29/kg dengan biaya pemasaran sebesar Rp 370,58/kg.

Farmer's share pada saluran I yaitu 83,12%. Hal ini karena pada saluran I, semua perhitungan berhenti pada saat pedagang pengumpul ada menjual langsung/memasarkan ayam *broiler* ke konsumen akhir. Sehingga harga akhir yang dipakai untuk melakukan perhitungan adalah harga ketika pedagang pengumpul menjual ayam *broiler* langsung ke konsumen akhir yakni Rp 22.000/kg dan harga di tingkat peternak Rp 18.285,71/kg. Dimana konsumen akhir langsung datang ke tempat pedagang pengumpul untuk membeli ayam *broiler* dalam bentuk utuh, belum bersih dari bulu ayam dan jeroan belum terpisah dengan ayamnya. Untuk saluran I pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri dianggap efisien, karena nilai *farmer's share* sebesar 83,12%.

Saluran II. Kegiatan pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri pada saluran II ini dilakukan oleh peternak ayam *broiler*, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Biaya pemasaran ayam *broiler* yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran pada saluran I di tingkat pedagang pengumpul adalah biaya transportasi, bongkar muat, penyusutan alat (keranjang ayam). Biaya pemasaran di tingkat pedagang pengecer meliputi biaya tenaga kerja, transportasi, sewa toko, retribusi, plastik,

isi gas LPG, listrik dan air serta penyusutan alat. Penyusutan alat ini meliputi penyusutan tas obrik karung, mesin pencabut bulu ayam, timbangan, talenan, pisau, panci dan kompor. Sedangkan untuk peternak tidak mengeluarkan biaya pemasaran, karena pedagang pengumpul langsung mengambil ayam *broiler* di kandang ayam milik peternak.

Tabel 2. Rata-rata biaya, keuntungan, margin pemasaran dan *farmer's share* pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri saluran II periode Februari 2021

Komponen	Nilai (Rp/kg)	<i>Farmer's share</i> (%)
Peternak:		
Harga jual	18.285,71	67,27
Pedagang pengumpul:		
Harga beli	18.285,71	
Biaya pemasaran		
- Transportasi	179,50	
- Bongkar muat	162,13	
- Penyusutan alat	28,95	
Total biaya pemasaran	370,58	
Harga jual	22.000,00	
Margin	3.714,29	
Keuntungan pemasaran	3.343,70	
Pedagang pengecer:		
Harga beli	22.000,00	
Biaya pemasaran		
- Tenaga kerja	935,14	
- Transportasi	84,45	
- Sewa toko	472,73	
- Retribusi	121,34	
- Kantong plastik	44,48	
- Isi gas LPG	98,86	
- Listrik dan air	22,09	
- Penyusutan alat	129,06	
Total biaya pemasaran	1.908,16	
Harga jual	27.181,82	
Margin	5.181,82	
Keuntungan pemasaran	3.273,66	

Sumber: Pengolahan data primer (2021)

Berdasarkan hasil penelitian seperti pada Tabel 2, total biaya pemasaran di tingkat pedagang pengumpul pada saluran II sistem pemeliharaan pola mandiri adalah Rp 370,58/kg. Biaya pemasaran ini meliputi biaya transportasi Rp 179,50/kg, bongkar muat Rp 162,13/kg dan biaya penyusutan alat Rp 28,95/kg. Biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang pengumpul selama 1 periode yakni satu kali proses produksi penyelenggaraan ayam *broiler*

oleh peternak sebesar Rp 1.550.000. Dimana banyak transportasi yang dilakukan ke kandang ayam peternak dan pengantaran ayam ke pedagang pengecer sebanyak 6 kali. Untuk biaya bongkar muat sama halnya biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul. Kegiatan bongkar muat ini meliputi kegiatan penimbangan, memasukkan ayam ke keranjang ayam dan mengeluarkan ayam dari ke keranjang. Kegiatan ini dilakukan oleh pedagang pengumpul dan satu orang tenaga kerja tambahan sebagai pembantu dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Dalam satu kali kegiatan pengangkutan dan pengantaran ayam broiler Rp 200.000-Rp 300.000. Sehingga biaya bongkar muat yang dikeluarkan pedagang pengumpul Rp 1.400.000.

Untuk biaya penyusutan alat ini yakni penyusutan alat keranjang ayam yang digunakan untuk pedagang pengumpul untuk mengangkut ayam dan pengantaran ayam ke pedagang pengecer. Pedagang pengumpul memiliki 1 buah keranjang ayam besi dengan modal awal pembelian Rp 15.000.000 dan umur ekonomisnya selama 5 tahun.

Total biaya pemasaran di tingkat pedagang pengecer pada saluran II sistem pemeliharaan pola mandiri adalah Rp 1.908,16/kg. Biaya pemasaran ini meliputi biaya tenaga kerja Rp 935,14/kg, transportasi Rp 84,45/kg, sewa toko Rp 472,73/kg, retribusi Rp 121,34/kg, kantong plastik Rp 44,48/kg, isi gas LPG 98,86/kg, listrik dan air Rp 22,09/kg dan biaya penyusutan alat Rp 129,06/kg. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer meliputi biaya untuk kegiatan melakukan pemotongan ayam, pembersihan bulu ayam, pemisahan jeroan dari ayam dan diantar ayam ke pasar. Sehingga biaya tenaga kerja yang dikeluarkan pedagang pengecer Rp 672.273.

Biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang pengecer selama 1 periode yakni satu kali proses produksi penyelenggaraan ayam *broiler* oleh peternak Rp 59.545. Dimana banyak transportasi yang dilakukan pedagang pengecer mengantar ayam broiler utuh yang sudah bersih dari bulu dan jeroan terpisah dengan ayamnya ke pasar sebanyak 3-5 kali.

Biaya sewa toko yang dikeluarkan pedagang pengecer Rp 300.000-Rp 350.000/bulan dengan rata-rata Rp 327.273/bulan. Toko yang di sewa pedagang pengecer di pasar untuk tempat menjual ayam yang rutin biasanya dilakukan pedagang pengecer.

Biaya retribusi yang dikeluarkan pedagang pengecer berkisar Rp 75.000-Rp 90.000/bulan dengan rata-rata biaya retribusi Rp 83.182/bulan. Biaya retribusi ini dikeluarkan pedagang pengecer sebagai biaya pungutan yang harus dibayarkan oleh pedagang pengecer sebagai pengguna fasilitas yang ada di pasar.

Biaya kantong plastik yang dikeluarkan pedagang pengecer berkisar Rp 20.000-Rp 40.000/bulan dengan rata-rata biaya kantong plastik sebesar Rp 31.727/bulan. Biaya kantong plastik ini dikeluarkan pedagang pengecer untuk membungkus ayam yang dibeli oleh konsumen akhir. Besarnya biaya kantong plastik ini diakibatkan oleh adanya pembelian dalam jumlah kecil oleh konsumen yang datang langsung ke pedagang pengecer, sehingga mengharuskan adanya persediaan kantong plastik yang mencukupi.

Biaya isi gas LPG yang dikeluarkan pedagang pengecer berkisar Rp 50.000- Rp 75.000/bulan dengan rata-rata biaya isi gas LPG sebesar Rp 70.455/bulan. Gas LPG ini dipergunakan pedagang pengecer untuk bahan bakar untuk merebus air. Ayam yang sudah dipotong tahap selanjutnya direndamkan ke air rebusan tadi agar mempermudah pencabutan bulu ayam pada mesin pencabut bulu ayam.

Biaya listrik dan air yang dikeluarkan pedagang pengecer berkisar Rp 50.000- Rp 75.000/bulan dengan rata-rata biaya isi gas LPG sebesar Rp 70.455/bulan. Biaya listrik yang dikeluarkan pedagang pengecer untuk cahaya penerangan pada kegiatan pemotongan ayam, pembersihan bulu ayam dan pemisahan jeroan dari ayam. Kegiatan ini rutin biasanya dilakukan pada pukul 03.00-04.00 dini hari. Biaya air yang dikeluarkan pedagang pengecer untuk air rebusan. Air rebusan tersebut dipergunakan untuk ayam yang sudah dipotong direndamkan ke air tadi agar mempermudah pencabutan bulu ayam pada mesin pencabut bulu ayam.

Rata-rata harga beli ayam *broiler* di kandang peternak oleh pedagang pengumpul Rp 18.285,71/kg. Rata-rata margin total diperoleh selisih dari harga jual ayam *broiler* pedagang pengumpul ke konsumen akhir Rp 22.000/kg dengan harga jual peternak ayam *broiler* Rp 18.285,71/kg, maka margin total Rp 3.714,29/kg. Selain itu, keuntungan pedagang pengumpul peroleh Rp 3.343,70/kg, yang diperoleh selisih dari harga jual ayam *broiler* pedagang pengumpul ke konsumen akhir Rp 22.000/kg

dengan total biaya pemasaran yang dikeluarkan dan harga beli ayam pedagang pengumpul Rp 18.656,30/kg. Keuntungan pemasaran juga bisa perhitungkan dari selisih margin total yang diperoleh pedagang pengumpul Rp 3.714,29/kg dengan biaya pemasaran Rp 370,58/kg.

Rata-rata harga beli ayam *broiler* di pedagang pengumpul oleh pedagang pengecer Rp 22.000/kg. Rata-rata margin total diperoleh selisih dari harga jual ayam *broiler* pedagang pengecer ke konsumen akhir Rp 27.181,82/kg dengan harga jual pedagang pengumpul Rp 22.000/kg, maka margin total Rp 5.181,82/kg. Selain itu, keuntungan pedagang pengecer peroleh Rp 3.273,66/kg, yang diperoleh selisih dari harga jual ayam *broiler* pedagang pengecer ke konsumen akhir Rp 27.181,82/kg dengan total biaya pemasaran yang dikeluarkan dan harga beli ayam pedagang pengecer Rp 23.914,23/kg. Keuntungan pemasaran juga bisa perhitungkan dari selisih margin total yang diperoleh pedagang pengumpul Rp 5.181,82/kg dengan biaya pemasaran Rp 1.908,16/kg.

Farmer's share pada saluran II yaitu sebesar 67,27%. Hal ini karena pada saluran II, semua perhitungan berhenti pada saat pedagang pengecer ada menjual langsung/memasarkan ayam *broiler* ke konsumen akhir. Sehingga harga akhir yang dipakai untuk melakukan perhitungan adalah harga ketika pedagang pengecer menjual ayam *broiler* langsung ke konsumen akhir yakni Rp 27.181,82/kg dan harga di tingkat peternak Rp 18.285,71. Dimana konsumen akhir langsung datang ke tempat pedagang pengecer untuk membeli ayam *broiler* dalam bentuk utuh, bersih dari bulu ayam dan jeroan terpisah dengan ayamnya. Untuk saluran II pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri dianggap efisien, karena nilai *farmer's share* sebesar 67,27%.

Permasalahan dan Solusi Dihadapi Dalam Pemasaran Ayam Broiler Sistem Pemeliharaan Pola Mandiri

Peternak. Permasalahan yang sering dihadapi oleh peternak ayam *broiler* adalah modal usaha penyelenggaraan ternak ayam *broiler* sepenuhnya ditanggung peternak. Modal usaha ternak ayam *broiler* yang dipersiapkan berupa bibit ayam (DOC), pakan, obat dan vaksin kimia, peralatan dan kandang ayam. Hal ini yang menyebabkan peternak memerlukan biaya yang cukup besar. Walaupun peternak memiliki

keunggulan pada pola pemeliharaan ini, yaitu harga jual ayam sesuai dengan harga pasaran.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, peternak melakukan kerjasama dengan perusahaan yang bergerak dalam kemitraan usaha ternak ayam *broiler*. Dimana keunggulan diperoleh, yaitu peternak hanya menyediakan peralatan dan kandang ayam, sedangkan pakan, bibit ayam, obat dan vaksin kimia disediakan oleh pihak perusahaan. Untuk harga jual ayam sesuai kontrak yang disepakati oleh kedua belah pihak, yaitu pihak peternak dengan perusahaan.

Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer. Dengan adanya dampak wabah virus Covid-19, membuat permintaan akan ayam *broiler* menurun sangat signifikan. Hal ini dapat dilihat dari harga jual ayam yang murah akan tetapi lembaga pemasaran (pedagang pengumpul dan pedagang pengecer) kesulitan untuk menjual. Ini disebabkan karena konsumen (pengunjung) yang membeli ayam di pasar semakin sedikit. Selain itu, adanya Batasan dalam waktu operasional penjualan ayam di pasar.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer memasarkan ayam *broiler* dengan media sosial (online). Dimana pedagang menawarkan ayam dengan memposting barang jualannya dan menjelaskan keunggulan produk yang dimiliki. Selain itu, pedagang menggunakan media sosial dapat membuat konten yang relevan dan membubuhkan informasi produk secara mendetail, misalnya jenis ayamnya, berat ayamnya, harga ayam dan kondisi ayam, berapa biaya angkut dan lain-lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Saluran pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri di Kabupaten Tanah Bumbu memiliki dua pola, yaitu:
 - a. Peternak ayam *broiler* → Pedagang pengumpul → konsumen akhir
 - b. Peternak ayam *broiler* → Pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen akhir
2. Total biaya pemasaran tertinggi diantara kedua saluran adalah biaya pemasaran pada saluran II Rp 2.284,82 dan biaya terkecil pada

saluran I Rp 370,58, yaitu pedagang pengumpul langsung menjual ke konsumen akhir. Margin total terbesar Rp 8.896,10 terdapat pada saluran II, sedangkan margin total terkecil pada saluran I Rp 3.714,29. Keuntungan tertinggi diantara lembaga pemasaran terdapat pada pedagang pengumpul Rp 3.343,70/kg, sedangkan yang terendah pada lembaga pemasaran pedagang pengecer Rp 3.273,66/kg. *Farmer's share* yang tertinggi terdapat pada saluran I yaitu pada tingkat pedagang pengumpul menjual langsung ayam *broiler* ke konsumen akhir 83,12%, sedangkan *farmer's share* yang terendah terdapat pada saluran II yaitu 67,27%.

3. Permasalahan yang sering dihadapi peternak dalam pemasaran ayam *broiler* sistem pemeliharaan pola mandiri di Kabupaten Tanah Bumbu, yaitu modal usaha penyelenggaraan ternak ayam yang cukup besar. Permasalahan yang sering dihadapi pedagang pengumpul dan pedagang pengecer adalah daya beli konsumen akhir menurun, karena permintaan akan ayam *broiler* menurun sangat signifikan dan pengunjung yang pergi ke pasar juga sedikit.

Saran

1. Bagi para peternak hendaknya memperhitungkan modal yang diperlukan untuk usaha ternak ayam *broiler* dengan membandingkan modal yang dimiliki. Hal ini untuk referensi sebelum melaksanakan usaha ternak ayam agar tidak berhenti ditengah perjalanan dalam penyelenggaraan usaha ternak ayam. Selain itu, peternak harus memiliki keterampilan dalam usaha ternak. Hal ini diperlukan karena untuk mengelola usaha ternak dengan manajemen usaha dengan baik.
2. Peternak harus mengelola usaha ternak ayam *broiler* dengan baik terutama dari segi pemasaran. Usaha ternak ayam yang baik akan percuma saja jika produk yang dihasilkan tidak dapat dijual atau tidak diterima dipasaran. Sehingga peternak hendaknya memperhatikan waktu panen ayam *broiler* agar produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen di pasaran.
3. Adanya peternak melakukan kerjasama dengan perusahaan berupa kemitraan. Dimana keunggulan diperoleh, yaitu peternak

hanya menyediakan peralatan dan kandang ayam, sedangkan pakan, bibit ayam, obat dan vaksin kimia disediakan oleh pihak perusahaan. Untuk harga jual ayam sesuai kontrak yang disepakati oleh kedua belah pihak, yaitu pihak peternak dengan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R. 2017. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus. Surabaya.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Departemen Pertanian. 2005. Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Unggas. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. Provinsi Kalimantan Selatan Dalam Angka Tahun 2020. BPS. Banjarmasin.
- Dinas Pertanian. 2020. Jumlah peternak ayam *broiler* menurut kecamatan di Kabupaten Tanah Bumbu tahun 2019. Dinas Pertanian. Batulicin.
- Heriansyah, M. 2018. Analisis Pemasaran Jeruk Siam (*Citrusnobilis*) (Studi Kasus Desa Sekoci, Kecamatan Besitang, Kabupaten Langkat).[Skripsi]. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Prastiwi, R. E. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Ayam Ras Pedaging (Broiler) (Studi Kasus: Kecamatan Gunung Malela, Kabupaten Simalungun). [Skripsi]. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area. Medan.
- Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Per tania. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.
- Tamalluddin. F. 2014. Panduan Lengkap Ayam Broiler. Penebar Swadaya. Jakarta.