I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan subsektor pertanian yang memberikan kontribusi penting dalam menunjang kebutuhan protein hewani. Protein hewani yang diperlukan tubuh terkandung pada produk hasil ternak berupa daging. Seiring dengan bertambahnya populasi penduduk, kebutuhan konsumsi daging pun semakin meningkat tiap tahunnya (Wiradisastra, 2008).

Salah satu usaha peternakan yang dapat menghasilkan daging adalah ayam ras pedaging atau disebut juga ayam broiler. Usaha peternakan ayam broiler memiliki waktu pemeliharaan yang singkat dan waktu panen yang tergolong cepat diantara komoditi peternakan penghasil daging lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa ketersediaan suplay daging ayam broiler cenderung kontinyu. Selain itu, banyak konsumen yang cenderung mengutamakan konsumsi daging ayam broiler untuk pemenuhan kebutuhan protein hewaninya.

Dalam beternak ayam broiler memiliki keunggulan jika dilihat dari ternak unggas lainnya, seperti pertumbuhan cepat, penghasil daging dengan konversi pakan irit dan siap potong pada usia 35-45 hari, Murtidjo (1993). Ayam broiler juga sangat mudah dalam melakukan pemasarannya, hal ini disebabkan karena permintaan konsumen sangat banyak, Khususnya di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal.

Kabupaten Mandailing Natal merupakan Kabupaten yang memiliki jumlah populasi ayam broiler sebesar 186.330 ekor. (Badan Pusat Statistik Sumatra Utara, 2013). Di Kabupaten Mandailing Natal memiliki 23 Kecamatan, diantara Kecamatan tersebut, Kecamatan Panyabungan yang memiliki jumlah populasi terbesar 43.050 ekor (Survey penelitian, 2017). Kecamatan Panyabungan memiliki 25 peternak, 15 pedagang pengecer dan 4 pedagang pengumpul yang terdiri dari pedagang pengumpul besar dan pedagang pengumpul kecil. Dari hasil kegiatan survey yang dilakukan di dapatkan hasil bahwa peternakan yang terdapat di Kabupaten Mandailing Natal, Kecamatan Panyabungan adalah peternakan yang baru berkembang.

Di pasar tradisional Kecamatan Panyabungan pemasaran ayam broiler lebih banyak di kuasai oleh pedagang pengumpul. Keberadaan pedagang pengumpul di sisi lain sangat membantu peternak dalam memasarkan produksinya dan memudahkan peternak mendapatkan uang tunai bila peternak membutuhkan. Akan tetapi dalam pemasaran ayam broiler peternak tidak dapat menentukan harga sesuai dengan biaya produksinya dalam penjualan ayam broiler, maka dari itu peternak sangat dirugikan dalam proses pemasaran, ini dikarnakan persaingan harga ayam broiler yang terjadi dengan ayam broiler yang masuk dari luar daerah.

Dari hasil survey yang dilakukan di Kecamatan Panyabungan di dapat beberapa permasalahan yang di alami peternak diantaranya, yaitu (1) Terjadinya persaingan harga ayam broiler di tingkat peternak dengan ayam broiler yang masuk dari luar daerah Kabupaten Mandailing Natal (Ayam Perusahaan). Harga ayam broiler yang masuk dari luar daerah lebih murah (Rp.21.000/Kg/Ekor) dari pada harga ayam di tingkat peternak (Rp.22.500/Kg/Ekor). Sehingga peternak mengikuti

harga ayam broiler dari luar daerah tersebut (Rp.21.500/Kg/Ekor), keuntungan yang didapat peternak sangat sedikit (2) Peternak dalam melakukan pemasaran langsung menjual ke pedagang pengumpul/*toke* dengan harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul tersebut. (3) Adanya perbedaan harga ditingkat peternak (Rp.21.500/Kg/Ekor) dengan ditingkat konsumen relatif besar (Rp.30.000/Kg/Ekor) peternak merasa dirugikan.

Pemasaran ayam broiler yang melalui lembaga-lembaga pemasaran menyebabkan harga di tingkat konsumen menjadi lebih tinggi. Tingginya harga ini membuat adanya keuntungan yang dinikmati oleh lembaga pemasaran. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan mempengaruhi nilai marjin pemasaran, dimana dalam marjin pemasaran terdapat biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran, secara teori biaya pemasaran adalah Menurut Hellyward, dkk (2004) biaya tataniaga adalah biaya yang muncul karena adanya jarak lokasi serta waktu antara produsen dengan konsumen salama berlangsung proses tataniaga. Selain berpengaruh terhadap marjin, pemasaran juga akan mempengaruhi efisiensi pemasaran. Berdasarkan dari hal yang diatas maka penulis melakukan kajian penelitian dengan judul "**Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal"**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran ayam broiler di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal ?
2. Berapa besarnya margin pemasaran ayam broiler di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal ?

3. Bagaimana efisiensi pemasaran pemasaran ayam broiler di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi saluran pemasaran ayam broiler di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal
2. Untuk mengetahui margin pemasaran ayam broiler di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal
3. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran ayam broiler di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal

1.4 Manfaat Penelitian

Sebagai bahan masukan dan pedoman bagi peternak dalam melakukan pemasaran ayam broiler untuk mendapatkan harga yang lebih menguntungkan dan merupakan bahan pertimbangan bagi pihak berwenang dan instansi terkait untuk membuat suatu kebijakan dalam upaya memantapkan pelaksanaan pemasaran ayam broiler di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA