

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan itik merupakan usaha yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan. Saat ini, masyarakat sudah banyak yang tertarik untuk mengembangkan usaha ternak itik. Usaha peternakan itik yang semakin berkembang, membuat populasi itik juga semakin meningkat. Pada tahun 2012 hingga 2016 populasi itik di Kota Padang cenderung mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan per tahun sebesar 20 %. Berdasarkan BPS Kota Padang (2017) bahwa populasi tertinggi terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar 83.006 ekor dan populasi terendah terjadi pada tahun 2013 sebesar 48.689 ekor.

Menurut Wakhid (2013) salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan populasi itik adalah adanya perubahan tren masyarakat yang sebelumnya gemar mengonsumsi daging ayam ras mulai berubah untuk mulai mengonsumsi daging itik yang memiliki rasa yang lebih enak dan gurih. Perubahan tersebut juga disebabkan berkembangnya kuliner yang berbasis daging olahan itik seperti pecel bebek, itiak lado ija, bebek betutu, dan sebagainya. Dengan begitu permintaan akan daging itik semakin meningkat di masa mendatang.

Kota Padang merupakan pusat provinsi Sumatera Barat yang memiliki jumlah penduduk cukup banyak dan perekonomian penduduk yang berkembang dengan pesat. Jumlah penduduk yang banyak menimbulkan berbagai macam selera masyarakat. Salah satunya adalah mulai meningkatnya permintaan akan makanan olahan yang berbahan baku daging itik. Namun peternak yang membudidayakan itik pedaging di Kota Padang masih sangat sedikit, padahal ini

merupakan prospek bisnis yang potensial apabila dikembangkan dengan serius. Tingginya permintaan masyarakat akan daging itik membuat bisnis ini mulai dikembangkan.

Berdasarkan data Dinas Pertanian Kota Padang (2017) Kecamatan Kuranji dan Kecamatan Koto Tangah merupakan kecamatan yang memiliki jumlah populasi ternak itik tertinggi di Kota Padang. Dimana di kecamatan tersebut terdapat usaha peternakan itik pedaging milik Bapak Zelmianto yang bertempat di kecamatan Koto Tangah dengan populasi itik sebanyak 400 ekor dan usaha peternakan itik pedaging milik Ibu Armaliza yang bertempat di Kecamatan Kuranji dengan populasi itik sebanyak 300 ekor. Usaha peternakan keduanya sama-sama di mulai sejak tahun 2016 dan merupakan modal sendiri (mandiri) dengan sistem pemeliharaan yang diterapkan oleh peternak adalah sistem pemeliharaan secara intensif (pengandungan), dimana peternak membatasi lahan yang tersedia untuk memelihara itiknya. Adanya peternakan ini, berawal dari permintaan akan daging itik oleh warung makan, restoran sebagai salah satu menu makanan andalannya. Hal tersebut menjadi motivasi awal bagi peternak untuk memulai usaha beternak itik pedaging.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan diperoleh informasi bahwa harga jual itik pedaging ditingkat peternak adalah Rp35.000,- dan harga beli sebesar Rp45.000,- ditingkat konsumen. Sehingga didapat selisih harga itik pedaging sebesar Rp10.000,- dari peternak hingga ke tangan konsumen. Apabila dibandingkan dengan ayam broiler yang juga merupakan unggas sebagai sumber protein hewani, harga jual ayam broiler ditingkat peternak adalah Rp18.000,- sedangkan harga beli ditingkat konsumen adalah sebesar Rp35.000,-. Sehingga

selisih harga yang terjadi sebesar Rp17.000,- dari tangan peternak hingga ke konsumen. Secara matematis, selisih harga yang terjadi pada saluran pemasaran itik pedaging adalah lebih rendah dari pada saluran pemasaran ayam broiler. Rendahnya selisih harga pada saluran pemasaran itik pedaging dipengaruhi oleh harga dan aktivitas yang dilakukan pada setiap lembaga pemasaran, sehingga perlu dilihat proses pemasaran yang dilakukan ke setiap lembaga pemasaran serta biaya yang dikeluarkan dari proses pemasaran itik pedaging di Kota Padang.

Pemasaran itik pedaging dapat dilihat dari saluran pemasaran yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat memperoleh keuntungan, dan keuntungan tersebut diperoleh berbeda pada setiap lembaga. Pemasaran yang baik dan efisien dapat dicapai apabila adanya peranan aktif dari para petani peternak dan lembaga pemasaran. Peranan tersebut adalah menjalankan aktivitas tataniaga, menentukan dan menetapkan saluran distribusi yang akan digunakan. Saluran distribusi tersebut dapat mempengaruhi panjang atau pendeknya matarantai pemasaran dan biaya pemasaran serta keuntungan pedagang perantara dan penerimaan petani peternak (Suwardhi, 1990).

Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang murah, serta harga yang dibayarkan konsumen akhir mampu memberikan pembagian yang adil pada seluruh lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran. Hal tersebut akan meningkatkan margin setiap simpul pemasaran yang ada. Dalam menciptakan sistem pemasaran yang efisien serta menguntungkan baik peternak maupun konsumen, maka peternak harus memilih jalur pemasaran yang pendek.

Berdasarkan uraian di atas belum diketahui bagaimana saluran pemasaran yang sesungguhnya, serta margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Margin Pemasaran Itik Pedaging di Kota Padang (Studi Kasus Peternakan Itik Pedaging Bapak Zelmianto dan Ibu Armaliza)**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran usaha peternakan itik pedaging di Kota Padang.
2. Fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang terjadi pada proses pemasaran itik pedaging di kota Padang.
3. Berapa besar margin, biaya, keuntungan pemasaran usaha peternakan itik pedaging di Kota Padang
4. Berapa *Farmer's share* dari usaha peternakan itik pedaging di Kota Padang

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis saluran pemasaran itik pedaging di Kota Padang
2. Untuk dapat mengetahui dan menganalisis tentang fungsi-fungsi pemasaran yang terjadi pada proses pemasaran itik pedaging di Kota Padang
3. Untuk mengetahui besarnya margin, biaya, keuntungan pemasaran pada tiap saluran pemasaran itik pedaging di Kota Padang.

4. Untuk mengetahui besarnya *Farmer's share* dari usaha peternakan itik pedaging di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademik: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai pemasaran itik pedaging.
2. Manfaat teknis: sebagai informasi bagi peternak dan Dinas Peternakan dalam pengembangan usaha peternakan Itik pedaging.

