

PERBANDINGAN PEMASARAN DAN KEUNTUNGAN USAHA AYAM BROILER ANTARA PETERNAK MANDIRI DENGAN PETERNAK BERMITRA DI KECAMATAN KOTO TANGAH KOTA PADANG

Yozi Yuvihardian, dibawah bimbingan
Prof. Dr. Ir. H. James Hellyward, MS dan Fitriani.SP, M.Econs
Program Studi Peternakan Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Andalas 2016

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di peternakan ayam broiler peternak mandiri dan peternak bermitra di Kecamatan Kota Tangah Kota Padang pada tanggal 3 Juli – 3 September 2015. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keuntungan peternak, saluran pemasaran, margin pemasaran dan keuntungan yang diterima oleh lembaga yang terlibat dan *farmer's Share*. Metode penelitian adalah studi kasus dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan Peternak mandiri mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 315.197/periode, namun selama ini peternak mandiri tidak mengeluarkan biaya tetap secara tunai yang dianggap sebagai pendapatan yang diperoleh sebesar Rp. 883.803/periode, sehingga pendapatan peternak mandiri menjadi Rp. 1.199.000/periode. Sedangkan keuntungan yang diterima oleh peternak bermitra lebih besar yaitu Rp. 2.179.154/periode. Hal ini disebabkan oleh satuan penjualan oleh peternak mandiri dihitung per ekor sedangkan peternak bermitra harga jual ayam dihitung per kg, sehingga secara kumulatif penerimaan dari penjualan ayam peternak bermitra lebih banyak. Saluran pemasaran pada peternak mandiri terdapat 2 saluran yaitu saluran langsung (Peternak – Konsumen) dan saluran tidak langsung (Peternak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen) sedangkan peternak bermitra hanya menggunakan saluran pemasaran tidak langsung (Peternak – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen). Total margin pemasaran ayam broiler pada peternak mandiri lebih besar (Rp 6.000/ekor) dibandingkan dengan peternak bermitra (Rp 5.000/ekor), keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran ayam broiler pada peternak mandiri dan peternak bermitra terbesar pada pedagang pengecer masing-masing secara berurutan 51,19% dan 62,24%. *Farmer's Share* yang diterima oleh peternak mandiri lebih lebih rendah (71,42%) dibandingkan daripada peternak bermitra (76,19%).

Kata Kunci : Ayam Broiler, Peternak Mandiri, Peternak Bermitra, Keuntungan, Saluran pemasaran, Margin dan *Farmer Share*.