

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS AYAM BROILER
DI KELURAHAN BINTARORE KECAMATAN UJUNG BULU
KABUPATEN BULUKUMBA**

**PUTRA ADITYA
1059611103217**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2022**

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS AYAM BROILER
DI KELURAHAN BINTARORE KECAMATAN UJUNG BULU
KABUPATEN BULUKUMBA**

**PUTRA ADITYA
1059611103217**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Strata Satu (S-1)**

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

06/06/2022

1009
Sub. Alumni

R/10144/A015/220
AD1
01

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Ayam Broiler Di
Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten
Bulukumba

Nama : Putra Aditya

Stambuk : 1059611103217

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Amruddin, S.Pt., M.Pd., M.Si.
NIDN: 092276902

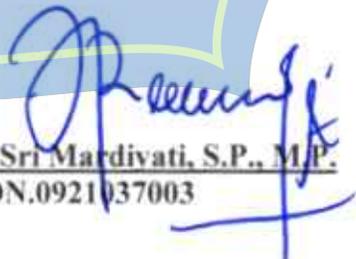

Nadir, S.P., M.Si
NIDN : 0909068903

Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Andi Khaeriah, M.Pd.
NIDN.0926036803


Dr. Sri Mardivati, S.P., M.P.
NIDN.0921037003

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Ayam Broiler Di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba

Nama : Putra Aditya

Stambuk : 1059611103217

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Amruddin, S.P., M.Pd., M.Si.
Ketua Sidang
2. Nadir, S.P., M.Si.
Sekretaris
3. Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P.
Anggota
4. Muh. Ikmal Saleh, S.P., M.Si.
Anggota



Tanggal Lulus : 21 Mei 2022

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Ayam Broiler Di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi.

Makassar, 20 Mei 2022


Putra Aditya

1059611103217



ABSTRACT

PUTRA ADITYA. 1059611103217. Marketing Performance Analysis of Broiler Chicken Commodities in Bintarore Village, Ujung Bulu Subdistrict, Bulukumba Regency Supervised by AMRUDDIN and NADIR.

This study aims to determine the Performance Analysis of Broiler Commodity Marketing in Bintarore Village, Ujung Bulu District, Bulukumba Regency.

This study uses a purposive sampling technique of informant retrieval, that is, the informants are selected or determined intentionally. Data analysis techniques used descriptive qualitative analysis include data presentation, reduction, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that broiler chickens in Bintarore Village through several broiler business channels, namely a) Breeders, Collectors, Retailers and Consumers. b) Breeders, Retailers, and Consumers c) Breeders, consumers, this shows that farmers to consumers in marketing activities carry out several purchasing functions, sales function, storage function, risk-taking function, financing function and market information function. Meanwhile, the marketing margin from farmers to consumers generates a total margin of Rp. 9864 per kilogram of the ratio of profits and costs incurred by the marketing agency is one of the differences in the marketing margin with the costs incurred during the marketing process. The efficiency of broiler chicken marketing is known in the amount of revenue and expenses made by broiler chicken marketing institutions in Bintarore Village.

Keywords: Broiler Chicken, Market Commodity, Marketing

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
WAKASAPADJARA
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

ABSTRAK

PUTRA ADITYA. 1059611103217. Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Ayam Broiler Di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba Dibimbing oleh AMRUDDIN dan NADIR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisi Kinerja Pemasaran Komoditas Ayam Broiler Di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan informan secara *purposive sampling* yaitu informan yang dipilih atau ditentukan secara sengaja. Teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif kualitatif meliputi penyajian data, reduksi, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ayam Broiler di Kelurahan Bintarore melalui beberapa saluran usaha ayam broiler yaitu a) Peternak, Pengepul, Pengecer dan Konsumen, b) Peternak, Pengecer, dan Konsumen c) Peternak, konsumen hal ini menunjukkan bahwa peternak sampai dengan ke konsumen dalam kegiatan pemasaran melakukan beberapa fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi penyimpanan, fungsi penanggung resiko, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar. Sedangkan margin pemasaran dari peternak hingga ke konsumen menghasilkan total margin Rp. 9864 per kilogram dari rasio keuntungan dan biaya dikeluarkan oleh lembaga pemasaran merupakan salah satu selisih margin pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran. adapun efisiensi pemasaran ayam broiler yaitu diketahui dalam jumlah penerimaan dan pengeluaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran ayam broiler di Kelurahan Bintarore.

Kata Kunci: Ayam Broiler, Komoditas Pasar, Pemasaran

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat serta salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW Beserta para Keluarga, dan sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "*Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Ayam Broiler Di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba*".

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Sri Mardiyati, S.P., M.P., selaku Ketu Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Ibu Dr.Ir. Andi Khaeriah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Dr. Amruddin, S.Pt., M.Pd.,M.Si, selaku Pembimbing Utama dan Bapak Nadir, S.P.,M.Si selaku Pembimbing Pendamping yang senantiasa meluangkan waktunya dalam membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga proposal ini dapat diselesaikan.
4. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan segudang ilmu kepada penulis.
5. Penghargaan dan ucapan terima kasih yang paling terdalam untuk kedua orang tua penulis, Ayahanda Ir Zulkifli Saiye dan Ibunda Nirwana tercinta yang telah membesarkan, mendidik, dan mengorbankan segalanya demi kepentingan penulis dalam menuntut ilmu, serta memberikan dukungan, nasihat, dan do"aa restu sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini. Sepanjang masa akan terus menjadi kedua orang tua yang paling berjasa dalam kehidupan penulis.

6. Kepada pihak pemerintah Kepada para pedagang ayam broiler Informan yang telah meluangkan waktunya untuk mewawancarai.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penulisan Skripsi ini semoga di berikan kebahagiaan dan rahmat oleh Allah SWT. Aamiin.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PENGESAHAN KOMISIS PENGUJI	iv
PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Usaha Ternak Ayam Broiler	7
2.2 Pola Usaha Ayam Broiler	8
2.3 Penelitian Terdahulu	17
2.4 Kerangka Pikir	18
III. METODE PENELITIAN	20
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.2 Teknik Penentuan Informan	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	21

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5 Teknik Analisis Data	23
3.6 Defenisi Oprasional	27
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	31
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Bulukumba.....	31
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
5.1 Identitas Informan.....	30
5.2 Analisis Kinerja Pemasaran Usaha Ternak Ayam Broiler di Kelurahan Bintarore Kabupaten Bulukumba.....	33
5.3 Saluran Usaha Ayam Broiler.....	42
5.4 Margin Pemasaran	43
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
6.1 Kesimpulan.....	49
6.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu dari lima subsektor pertanian. Peternakan adalah kegiatan memelihara hewan ternak untuk di budidayakan dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut. 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) (Rasyaf, 2004).

Kegiatan usaha yang menarik dikaji di subsektor peternakan adalah usaha agribisnis ayam broiler (pedaging). Hal ini dilandasi beberapa alasan, yaitu: (1) periode siklus produksinya yang relatif pendek membuat perputaran modal relatif cepat, menjadikannya cocok untuk usaha peternakan rakyat; (2) usaha ayam broiler atau pedaging mempunyai kaitan yang luas baik kaitan ke belakang (backward linkage) dan kaitan ke depan (forward linkage); (3) kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja secara ekstensif, dan (4) sebagai salah satu komoditas yang mempunyai potensi ekspor (Saptana, 2004).

Usaha ternak ayam broiler pedaging memiliki peluang usaha yang bagus dibandingkan dengan usaha pertanian lainnya karena didukung oleh Kebutuhan yang besar daging ayam ras pedaging berarti sebagai peningkatan permintaan daging ayam dan ini berarti berkah bagi subsektor peternakan, apalagi bila usaha peternakan ini diorientasikan dengan peningkatan konsumsi daging nasional yang masih dinilai rendah dibandingkan negara ASEAN lainnya. Potensi yang dimiliki

subsektor peternakan dari aspek ketersediaan lahan, pengembangan peternakan di Indonesia berpotensi sangat besar. Berdasarkan analisis potensi wilayah, potensi lahan untuk pengembangan peternakan mencapai 88.2 juta ha, yang terdiri dari lahan perkebunan, lahan tegalan, lahan hutan alang-alang, lahan hutan, dan lahan persawahan.

Ayam pedaging disebut juga broiler yang merupakan jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. Sebenarnya ayam broiler ini baru populer di Indonesia sejak tahun 1980-an di mana pemegang kekuasaan mencanangkan penggalakan konsumsi daging ruminansia yang pada saat itu semakin sulit keberadaannya. Hingga kini ayam broiler telah dikenal masyarakat Indonesia dengan berbagai kelebihannya. Hanya 5-6 minggu sudah bisa dipanen. Dengan waktu pemeliharaan yang relatif singkat dan menguntungkan, maka banyak peternak baru serta peternak musiman yang bermunculan di berbagai wilayah Indonesia (Anandra, 2010). Berikut produksi ayam broiler di kabupaten bulukumba dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel.1 Produksi ayam broiler tahun 2016-2020

No	Tahun	Produksi Ekor
1	2016	2.063.600
2	2017	2.295.000
3	2018	2.381.401
4	2019	2.550.438
5	2020	2.309.930

Sumber : Dinas Peternakan Kabupaten Bulukumba (2016-2020).

Berdasarkan pada Tabel 1 produksi ayam broiler di Kabupaten Bulukumba dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 mengalami peningkatan setiap tahunnya dilihat dari jumlah populasi 2.063.600 sampai dengan 2.550.438 ekor namun pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 2.309.930 ekor.

Kabupaten Bulukumba terdiri dari beberapa kecamatan yang memproduksi ayam pedaging, salah satunya adalah Kecamatan Ujung Bulu. Peningkatan konsumsi dan permintaan masyarakat terhadap daging ayam broiler merupakan peluang usaha bisnis yang ingin dimanfaatkan oleh masyarakat di Kecamatan Ujung Bulu khususnya di Kelurahan Bintarore. Oleh karena itu pengembangan usaha peternakan ayam broiler sangat tepat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berikut ini data mengenai populasi ayam pedaging Kecamatan Ujung Bulu pada tahun 2016 sampai tahun 2020.

Sistem kerja sama dalam kemitraan ayam broiler dan yang seperti kita tau bisnis ayam broiler hampir 100 persen di kuasai oleh perusahaan, jadi perusahaan kemitraan ini bertugas membagi sapronak atau anak ayam, obat-obatan, pakan, sarana penunjang atau pengawas lapangan dan pemasaran sementara kita sebagai peternak kemitraan menyediakan seperti listrik, air, pekerja, dan juga kandang. Usaha peternakan ayam broiler di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba.

Kuangannya di kelolah oleh kemitraan dengan cara membagi hasil sesuai kontrak jadi kontrak harga sudah di tetapkan oleh perusahaan dari harga DOC harga pakan dan harga obat-obatan harga panen ayam sudah di tentukan oleh

perusahaan, dengan berbagai banyak kandang yang ada di Kelurahan Bintarore ada yang sudah putus kontrak dengan perusahaan karna permasalahan menggelapkan pakan agar mendapatkan keuntungan lebih mereka beralih ke mandiri tanpa ada kerja sama dengan perusahaan.

Dalam usaha peternakan ayam broiler, pemasaran diartikan sebagai aktivitas menjual atau membawa ayam broiler dari peternakan hingga tiba di tangan konsumen akhir. Selanjutnya ditegaskan lagi bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam jalur pemasaran ayam broiler adalah pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang eceran untuk melaksanakan kegiatan di dalam proses penyaluran ayam broiler dari produsen ke konsumen diperlukan biaya. Jumlah biaya yang dikeluarkan tersebut merupakan biaya pemasaran. Tingginya biaya pemasaran akan berpengaruh terhadap harga di tingkat konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka di lakukan penelitian komoditas ayam broiler di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu daerah yang memproduksi ayam pedaging (broiler) Provinsi Sulawesi Selatan.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka perlu dikaji bagaimana Kinerja Pemasaran usaha ternak ayam broiler Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba?

1.2 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis Kinerja Pemasaran dalam usaha peternak ayam broiler di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba.

1.3 Kegunaan Penelitian

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

1. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk melatih kemampuan menulis dan menganalisis suatu permasalahan yang kompleks terkait dengan agribisnis, khususnya di bidang usaha ternak ayam broiler. Serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bagi peternak, sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi usaha peternakan dalam mengambil suatu keputusan bisnis, sehingga usaha peternakan dapat mengambil keputusan bisnis yang strategis dan tepat sasaran.
3. Bagi pembaca, sebagai bahan pustaka dalam menambah wawasan pengetahuan dan diharapkan dapat menjadi inspirator untuk bisa melakukan yang serupa atau sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Ternak Ayam Broiler

Ayam broiler adalah jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. Ayam broiler yang merupakan hasil perkawinan silang dan sistem berkelanjutan sehingga mutu genetiknya bias dikatakan baik. Mutu genetik yang baik akan muncul secara maksimal apabila ayam tersebut diberi faktor lingkungan yang mendukung, misalnya pakan yang berkualitas tinggi, sistem perandangan yang baik, serta perawatan kesehatan dan pencegahan penyakit. Ayam broiler merupakan ternak yang paling ekonomis bila dibandingkan dengan ternak lain, kelebihan yang dimiliki adalah kecepatan pertumbuhan/produksi daging dalam waktu yang relatif cepat dan singkat atau sekitar 4 - 5 minggu produksi daging sudah dapat dipasarkan atau dikonsumsi.

Usaha peternakan ayam broiler awalnya adalah sampingan dari usaha peternakan ayam petelur. Seiring berjalannya waktu banyak peternakan ayam broiler yang berdiri. Usaha peternakan berkembang sangat pesat, baik dari segi skala maupun dari segi tingkat efisiennya. Alasan dari sangat pesatnya perkembangan usaha peternakan ayam broiler diantaranya jumlah permintaan daging ayam yang terus meningkat selain itu juga memiliki perputaran modal yang cepat ini yang menjadi daya tarik bagi para peternak membuka usaha ayam broiler (Hafsah,2003). Rasyaf (2002) juga mengemukakan bahwa ciri khas Ayam Broiler adalah:

- a. rasanya enak dan khas,
- b. pengolahannya mudah tetapi mudah hancur dalam proses perebusan yang lama. Daging ayam merupakan sumber protein yang berkualitas bila dilihat dari kandungan gizi.

Sedangkan menurut Lestari (1992) bahwa ayam pedaging adalah ayam yang berumur 8 minggu. Mempunyai pertumbuhan yang cepat, kualitas daging yang baik dan lembut (empuk dan gurih) serta berat badan akhir antara 1.5-2 kg. Adapun jenis yang banyak dikembangkan saat ini merupakan hasil persilangan dominan dari pejantan ras White (Cornish asal inggris) dengan betina Plymouth Rock (asal amerika). Cikal bakal (parent stock) ayam pedaging ini merupakan tipe 8 berat yang dikembangkan dari dua ras tersebut untuk menghasilkan anak ayam umur sehari (DOC) dengan kemampuan mengubah makanan menjadi daging dengan hemat.

2.2 Pola Usaha Ayam Broiler

Menurut Santoso dan Sudaryani (2003), usaha budidaya Ayam Broiler dapat dibedakan menjadi pola usaha mandiri dan pola kemitraan.

1. Pola Usaha Mandiri

Pada pola usaha mandiri, seluruh usaha budidaya Ayam Broiler dilakukan sendiri (secara mandiri) oleh peternakan tersebut. Dalam hal ini, peternakan mendatangkan langsung input-input yang dibutuhkan secara langsung dan menerapkan sistem manajerialnya sendiri, sehingga total biaya produksi ditanggung langsung oleh peternak. Pada pola usaha mandiri, seluruh bentuk resiko yang terjadi harus ditanggung oleh peternak karena besarnya keuntungan

maupun kerugian diterima langsung oleh peternak, akibat tidak menjalin kerjasama dengan pihak lain. Secara umum, pola usaha mandiri lebih peka terhadap total produksi, fluktuasi harga Ayam Broiler dan harga input-input di pasaran.

2. Pola Usaha Semi Mitra

Pola Usaha Semi Mitra yaitu farm yang bekerjasama dengan PS (poultry shop/ perusahaan yang menjual barang-barang farm) untuk memasok sebagian kebutuhan farm, biasanya pakan, bibit, obat. Sedangkan kandang dan seisinya dari peternak. Untuk penjualan ayam diserahkan sepenuhnya kepada peternak, peternak akan mengembalikan modal (pakan, bibit, obat) kepada PS sesuai perjanjian harga awal.

3. Pola Usaha Kemitraan

Peternak Ayam Broiler yang menerapkan pola usaha kemitraan, tidak perlu mengeluarkan seluruh biaya, karena pola ini merupakan bentuk kerja sama yang dilakukan dengan pihak lain, seperti pabrik pakan, poultry shop, maupun peternak besar (perusahaan). Santoso dan Sudaryani (2003), membagi pola usaha kemitraan menjadi pola inti plasma, polasewa kandang dan peralatan, dan pola investor. Pada pola inti plasma, pihak inti yaitu pabrik pakan, poultry shop, maupun peternak besar (perusahaan), wajib menyediakan berbagai sarana produksi seperti DOC (Day Old Chick), vaksin, pakan, dan manajemen budidaya. Selain itu, pihak inti berhak menjual hasil produksi peternak dengan harga kontrak/harga pasar, sedangkan peternak (plasma) wajib menyediakan kandang beserta peralatannya, dan tenaga kerja.

2.3 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul, peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Anna Fitriani 1, Heny K. Daryanto 2, Rita Nurmalina 2, dan Sri Hery Susilowati 3 (2 Oktober 2014) Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Broiler Industri Broiler Indonesia Pendekatan Model simultan.	<i>Two-Stage Least Square</i> Yaitu Persegi Terkecil dua Tahap. Dimana integrasi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap konsentrasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis dampak konsentrasi. 2. Terhadap kinerja industri. 3. Menganalisis dampak perubahan lingkungan eksternal terhadap struktur, perilaku, dan kinerja industry broiler. 4. Merumuskan kebijakan yang dapat mensejahterakan masyarakat sekaligus memajukan industri broiler.

2	Irmawati, 05 juli 2021. Analisis risiko produksi usaha ayam broiler (Studi Kasus di Desa Karassing Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba).	<i>purposive sampling</i>	Menganalisis resiko produksi dan alternatif penanggulangan risiko usaha peternakan ayam broiler di Desa Karassing Kecamatan Herlang Kabupaten Bulukumba
3	Gilang nurshandi, Hariadi Subagja, Ujang Suryadi. Analisis Pendapatan Usaha Ayam Broiler Pada Pola dan Skalanya Berbeda di Peternakan Rakyat Kabupaten Lumajang. (Juli 2017)	<i>purposive sampling</i>	Menganalisis perbedaan tingkat pendapatan menikmati pola mandiri dan pola kemitraan pada skala yang berbeda, menganalisis pola bisnis dan skala usaha yang mampu menghasilkan tingkat pendapatan yang paling tinggi
4	Meutia septiani, dan Muhammad	metode deskriptif dan metode kuantitatif	Hasil analisis yang dilakukan pada industri pakan ternak di Indonesia periode tahun 1986-2010 diperoleh kesimpulan bentuk struktur pasar pada industri pakan ternak di Indonesia adalah struktur pasar oligopoli longgar, yang dapat dilihat dari nilai rata-rata konsentrasi empat perusahaan terbesar (CR4) yang dihasilkan sebesar 37,45%.

2.4 Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas ayam Broiler

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung bulu Kabupaten Bulukumba. Lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan lokasi tersebut merupakan penghasil produksi ayam broiler yang unggul di Kabupaten Bulukumba. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November-January 2022.

3.2 Teknik Penentuan Informan

Teknik sampling snowball adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Peneliti menyajikan suatu jaringan melalui gambar sociogram berupa gambar lingkaran-lingkaran yang dikaitkan atau dihubungkan dengan garis-garis. Setiap lingkaran mewakili satu Informan atau kasus, dan garis-garis menunjukkan hubungan antar Informan atau antar kasus (Neuman, 2003). Pendapat lain mengatakan bahwa teknik sampling snowball (bola salju) adalah metode sampling di mana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu Informan ke Informan yang lainnya, biasanya metode ini digunakan untuk menjelaskan pola-pola sosial atau komunikasi (sosiometrik) suatu komunitas tertentu.

Teknik sampling snowball untuk mendapatkan informasi dari informan kunci dan Informan lainnya. Untuk memperdalam isu pokok dan mengkaji interpretasi dalam kasus ini, digunakan wawancara mendalam dengan informan 18 terpilih yang merupakan informan kunci baik perorangan maupun kelompok. Pemilihan informan perorangan ditentukan menurut status sosial anggota

masyarakat yang dianggap memiliki peran dalam pembangunan perumahan swadaya masyarakat. Penelitian lapangan khususnya di bidang perumahan dengan teknik sampling snowball akan sangat bermanfaat untuk mengungkapkan realitas spesifik yang terkait dengan proses berhuni di lingkungan perumahan.

Kriteria-kriteria di antaranya yaitu peternak menjalankan usahanya di atas 4 tahun, memiliki jumlah populasi 28 ternak yang berbeda, sehingga yang dipilih peneliti sebanyak 5 orang peternak mulai dari skala kecil sampai pada skala besar.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif yaitu data yang di peroleh dari hasil wawancara langsung dengan petani, dan data kuantitatif yaitu data yang berupa jumlah pendapatan, biaya penerimaan, biaya penyusutan alat, biaya tenaga kerja, biaya total.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari lapangan baik melalui observasi maupun wawancara langsung dengan petani, adapun data primer berasal dari sumber asli yang dikumpul untuk menjawab persoalan kajian. Data primer berujuk pada sumber data yang tidak tersedia dalam bentuk file atau laporan data-data ini boleh dikumpulkan daripada individu, kumpulan fokus atau melalui panen pakar.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah perlengkapan dari data primer yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi yang telah di kumpulkan oleh pengkaji lain. Bahan terbitan pengkaji lain boleh digunakan untuk menciptakan formula atau informasi baru untuk menyelesaikan masalah yang timbul saat ini dan masa yang akan datang. Data ini berupa laporan data misalnya data dari BPS atau kantor dinas pertanian setempat.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data:

1. Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung ke beberapa petani dan penyuluh. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran real suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan peneliti. Pengambilan data dengan cara mengamati keadaan yang terjadi di daerah penelitian yaitu di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Kabupaten Bulukumba.
2. Wawancara, yaitu peneliti mendatangi langsung tempat kediaman informan. Hal ini dimaksudkan agar penelitian lebih bebas untuk menemukan permasalahan yang dihadapi oleh pihak yang diajak wawancara secara lebih terbuka dan diminta pendapat, keluhan kesah serta ide-idenya. Dalam wawancara, perlu mendengarkan dengan seksama, merekam dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Dalam proses wawancara pun harus dilakukan dengan santai atau mengobrol seperti biasa namun topik pembahasannya mengenai penelitian yang peneliti lakukan, terkadang peneliti juga membantu pekerjaan informan sambil wawancara guna menciptakan situasi yang tidak terlalu

tegang.

3. Dokumentasi yaitu informasi yang bisa di peroleh melalui fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip, foto, hasil rapat, cendra mata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa di pake untuk menggali informasi yang telah terjadi dimasa silam.

a. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab rumusan masalah yang menggunakan metode analisis deskriptif dengan indikator kinerja pemasaran yaitu margin pemasaran semakin besar diperoleh maka kinerja pemasaran semakin baik, keuntungan pemasaran yang semakin banyak maka kinerja pemasaran semakin baik, dan semakin besar farmer share makin semakin baik kinerja pemasaran.

1) Margin Pemasaran

Untuk mengetahui margin pemasaran maka digunakan rumus margin pemasaran (Ulya at all, 2007) dalam (Singarimbun 2013).

$$Mp = Pr - pf$$

Dimana :

Mp = Margin pemasaran di tingkat peternak

Pr = Harga di tingkat konsumen

Pf = Harga di tingkat produsen

2) Keuntungan

Untuk mengatahui keuntungan maka digunaka rumus keuntungan (Soekartawi, 1989) :

$$\pi = TR - TC$$

π = Keuntungan

TR = Penerimaan Total (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

b. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran maka digunakan rumus efisiensi pemasaran (Soekartawi, 2002):

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Jika: EP yang nilainya $< 50\%$ = efisien

EP yang nilainya $> 50\%$ = tidak efisien

Dimana :

EP = efisiensi pemasaran (%)

BP = total biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = total nilai produk yang dipasarkan (Rp/kg)

3.5 Definisi Operasional

Defenisi operasional meliputi pengertian yang digunakan untuk memperoleh dan menganalisa data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

1) Kinerja pemasaran merupakan suatu pencapaian yang di capai dalam suatu kegiatan pemasaran dengan indikator yaitu margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan farmer's share.

2) Saluran pemasaran adalah alur yang dilalui dalam proses penyaluran komoditisa yam broiler dari produsen ke konsumen.

3) Margin pemasaran adalah selisih harga di tingkat konsumen akhir dan tingkat produsen pada pemasaran komoditas ayam broiler.

4) Harga jual adalah harga penjualan komoditas ayam broiler di tingkat masyarakat yang dinyatakan dalam Rp/Kg.

5) Harga beli adalah harga komoditas ayam broiler yang diterapkan pada setiap tingkat lembaga pemasaran dan transaksi.

6) Efisiensi pemasaran adalah kondisi di mana saluran pemasaran yang digunakan dapat mengefisienkan biaya pemasaran ayam broiler.

7) Keuntungan merupakan margin yang dikurangi biaya pemasaran.

8) Farmer's share adalah perbedaan antara harga di tingkat petani dan persentase harga yang diterima oleh petani dalam pemasaran ayam broiler.



VI. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Bulukumba berasal dari kata Bulukumupa dan pada tingkatan dialeg tertentu mengalami perubahan menjadi Bulukumba. Mitologi penamaan "Bulukumba", konon bersumber dari dua kata dalam bahasa Bugis yaitu "Bulu'ku" dan "Mupa" yang dalam bahasa Indonesia berarti "masih gunung milik saya atau tetap gunung milik saya". Mitos ini pertama kali muncul pada abad ke-17 Masehi ketika terjadi perang saudara antara dua kerajaan besar di Sulawesi yaitu kerajaan Gowa dan kerajaan Bone.

Kabupaten Bulukumba adalah salah satu Daerah Tingkat II di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.154,67 km² dan berpenduduk sebanyak 395.560 jiwa dengan jarak tempuh dari kota Makassar sekitar 153 Km. Secara geografis Kabupaten Bulukumba terletak pada koordinat antara 5°20" sampai 5°40" Lintang Selatan dan 119°50" sampai 120°28" Bujur Timur. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Teluk Bone, sebelah selatan berbatasan dengan Laut Flores, dan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Bantaeng. Secara kewilayahan, Kabupaten Bulukumba terbagi dalam 10 kecamatan, 24 kelurahan, dan 123 desa. Kabupaten Bulukumba berada pada kondisi empat dimensi, yakni dataran tinggi pada kaki Gunung Bawakaraeng-Lompobattang, dataran rendah, pantai dan laut lepas.

Di Bulukumba juga salah satu penghasil sekaligus pemasaran ternak yaitu ayam broiler. Dalam pemasarannya, para peternak mempunyai berbagai cara dalam memasarkan ayam tersebut. Peternak dapat langsung meyalurkannya

kepada konsumen akhir, melalui pedagang pengumpul, pedagang eceran maupun lewat pedagang besar.

Bulukumba di kenal juga dengan kata "Mali" sirappe, Tallang sipahua". Ungkapan yang mencerminkan perpaduan dari dua dialek bahasa Bugis Makassar tersebut merupakan gambaran sikap batin masyarakat Bulumba untuk merupakan gambaran sikap batin masyarakat Bulumba untuk mengembang amanat persatuan di dalam mewujudkan keselamatan bersama demi terciptanya tujuan pembangunan lahir dan batin, material dan spiritual, dunia dan akhirat. Paradigma kesejahteraan, kebudayaan, dan keagamaan memberikan nuansa moralitas dalam sistem pemerintahan yang pada tatanan tertentu menjadi etika bagi struktur kehidupan bermasyarakat

Nuansa moralitas ini pula yang mendasari lahirnya slogan pembangunan Bulukumba "Berlayar" yang mulai disosialisasikan pada bulan September 1994 dan disepakati penggunaannya pada pada tahun 1996. Konsepsi "Berlayar" sebagai moral pembangunan lahir batin mengandung filosofi yang cukup dalam serta memiliki kaitan kesejarahan, kebudayaan dan keagamaan dengan masyarakat Bulumba. "Berlayar", merupakan sebuah akronim dari kalimat kausalitas yang berbunyi "Bersih Lingkungan Alam Yang Ramah". Kabupaten Bulukumba memiliki 14 Cagar Budaya dan 4 Warisan Budaya Tak Benda yang sudah ditetapkan oleh Menteri pendidikan dan Kebudayaan, serta bahasa daerah yang terdapat di Provinsi Sulawesi Selatan.

4.2 Letak geografis dan luas wilayah

Kabupaten Bulukumba adalah salah satu Daerah Tingkat II di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.154,67 km² dan berpenduduk sebanyak 395.560 jiwa dengan jarak tempuh dari kota Makassar sekitar 153 Km.

Secara geografis Kabupaten Bulukumba terletak pada koordinat antara 5°20" sampai 5°40" Lintang Selatan dan 119°50" sampai 120°28" Bujur Timur. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Teluk Bone, sebelah selatan berbatasan dengan Laut Flores, dan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Bantaeng. Secara kewilayahan, Kabupaten Bulukumba terbagi dalam 10 kecamatan, 24 kelurahan, dan 123 desa. Kabupaten Bulukumba berada pada kondisi empat dimensi, yakni dataran tinggi pada kaki Gunung Bawakaraeng-Lompobattang, dataran rendah, pantai dan laut lepas.

Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Sinjai.

Sebelah timur berbatasan dengan Teluk Bone.

Sebelah selatan berbatasan dengan laut Flores.

Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Bantaeng.

4.3 Gambaran Demografi

Demografi merupakan ilmu yang mempelajari dinamika kependudukan manusia. Jumlah Penduduk Kabupaten Bulukumba pada tahun 2012 tercatat 400.990 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebanyak 187.439 jiwa dan perempuan sebanyak 211.092 jiwa, dengan rasio jenis kelamin (perbandingan laki-laki dan perempuan) adalah 89 terbesar di 10 kecamatan. Dengan konsentrasi Penduduk di empat

yang dihasilkan melalui perkawinan silang, seleksi dan rekayasa genetik yang dilakukan oleh pembibitnya. Ayam broiler merupakan jenis ayam ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam (Santoso dan Sudaryani, 2011). Ayam broiler merupakan ayam yang memiliki kemampuan produksi daging sangat cepat sehingga saat ini banyak dikembangkan oleh masyarakat. Broiler adalah istilah untuk menyebut strain ayam hasil budidaya teknologi yang memiliki karakteristik ekonomis, dengan ciri khas pertumbuhan cepat sebagai penghasil daging, konversipakan irit, siap dipotong pada usia relatif muda, serta menghasilkan kualitas daging berserat lunak (Murtidjo, 1987).

Analisis Kinerja Pemasaran adalah studi tentang dinamika pasar. Ini adalah cara mempelajari daya tarik pasar khusus dalam industri tertentu. Pemasaran mencakup kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tindakan menciptakan guna atau manfaat karena tempat, waktu dan kepemilikan. Pemasaran menggerakkan barang dari satu tempat ke tempat lainnya, menyimpan kemudian membuat perubahan dalam kepemilikan, melalui tindakan membeli dan menjual barang-barang tersebut. Pemasaran merupakan aktifitas komersial yang berhubungan dengan arus barang dan jasa antara produsen dan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009), "Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya." Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2012), "Pemasaran berarti kegiatan individu yang diarahkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui barter." Pemasaran

berarti menentukan dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari sebuah perusahaan. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang digunakan untuk merencanakan, menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan pembeli.

Konsep dalam Analisis Kinerja Pemasaran diperlukan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran guna menentukan dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran. Pemasaran harus dibedakan dengan penjualan. Pemasaran merupakan orientasi manajemen yang beranggapan bahwa tugas utama perusahaan adalah memaksimalkan kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*), sedangkan penjualan hanya merupakan bagian dari kegiatan pemasaran yang lebih berorientasi kepada peningkatan volume penjualan yang maksimal. Menurut Kotler dan Keller (2009), "Tugas pemasaran bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk produk Anda, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan Anda." Dalam manajemen pemasaran, terdapat empat hal pokok yang dapat menjamin keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya, keempat hal pokok tersebut disebut bauran pemasaran (*marketing mix*).

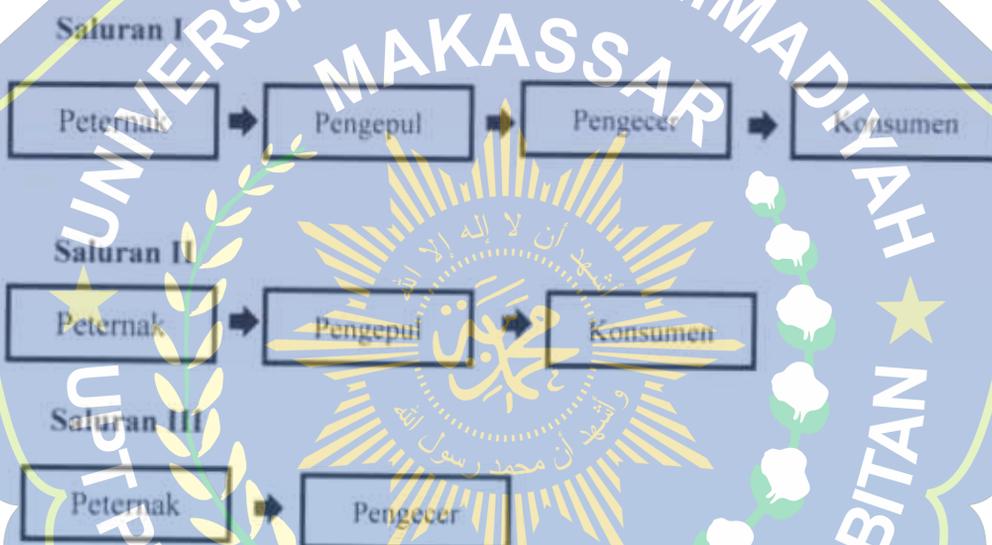
Hal ini pemasaran sangat penting meningkatkan volume penjualan khususnya pemasaran ayam broiler dari peternak dilakukan sepenuhnya perusahaan inti penjualan ayam broiler dilakukan secara *Delivier Order (DO)* yaitu dengan pembeli memesan terlebih dahulu ayam broiler pembeli ayam broiler

di lakukan sepenuhnya oleh pembeli dari tenaga kerja, biaya transportasi dan lainnya.

Hasil wawancara yang dilakukan pada peternak, Pengepul, Pengecer, ayam Broiler di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba.

5.3 Saluran Usaha Ayam Broiler

Pola saluran usaha yang ada di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba terdapat 3 saluran usaha Ayam Broiler yaitu:



Pada Gambar diatas menunjukkan bahwa Pada peternak sampai dengan konsumen ayam Broiler, dalam kegiatan pemasaran melakukan beberapa fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran tersebut diantaranya fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi penyimpanan, fungsi penanggung resiko, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar. Pembelian merupakan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh peternak untuk memperoleh input produksi seperti DOC (*day old chicken*), pakan, obat-obatan, vaksin, bahan bakar dan sekam. Pada peternak plasma, input produksi peternakan seperti DOC (*day old chicken*), pakan, obat-

obatan dan vaksin diperoleh dari pihak inti yang juga bergerak di industri hulu (breeding dan feed mill). Input produksi tersebut dalam bentuk natura, peternak plasma hanya melakukan pada input produksi seperti bahan bakar dan sekam. fungsi pembelian dilakukan pada saat akan melakukan produksi dan tergantung pada harga input produksi.

Berbeda dengan Pada pedagang pengumpul fungsi penyimpanan yang dilakukan adalah dengan memberikan pakan dan minum pada ayam yang tidak terjual pada hari itu. Namun penyimpanan ini umumnya tidak berlangsung lama, karena biasanya pedagang pengumpul hanya membeli ayam sesuai dengan permintaan pasar atau peminat pedagang eceran Pada penjualan ayam broiler pedagang pengumpul biasanya menjual ayam dalam keadaan hidup. Sementara jumlah kematian akibat pengangkutan serta perlakuan fisik menjadi salah satu resiko pedagang pengumpul sebagai pembeli dengan rata-rata kematian antara satu hingga tiga persen. Guna menghindari resiko kematian yang tinggi, lembaga ini biasanya melakukan pengangkutan ayam broiler pada pagi atau sore hari serta mengurangi tingkat kepadatan tiap keranjang.

Dalam hasil penelitian dapat dilihat pada table berikut :

Tabel. 5 Saluran Usaha Ayam Broiler Berdasarkan Pola Saluran I-III

No	Pola Saluran usaha ayam broiler	Jumlah Produsen/ Peternak	Presentase
1.	Saluran I	4 Orang	70 %
2.	Saluran II	3 Orang	20 %
3.	Saluran III	3 Orang	10 %
	Jumlah	10 Orang	100 %

Hasil penelitian pada saluran usaha ayam broiler di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu yaitu pada pola 1 70 % dan pola 2 20 % serta pola 3 10 % di Kelurahan Bintarore kebanyakan memilih pada pola 1 karena banyaknya pedagang perantara yang terlibat sehingga harga yang dikeluarkan konsumen tinggi. Hal ini sesuai dengan pendapat Amalia (2013) bahwa semakin banyak pedagang perantara yang terlibat dalam saluran usaha ayam broiler maka semakin tinggi pula harga yang di bayar konsumen. Diungkapkan kembali Nazaruddin (2011) mengatakan bahwa saluran usaha ayam broiler hingga ke pemasaran adalah salah satu factor penentu untuk meningkatkan hasil penjualan ayam broiler yang merupakan jalur penyampaian suatu produk jika saluran tersebut dapat di optimalkan dengan baik maka konsumen dapat dengan mudah memperoleh produk tersebut.

5.4 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan nilai fisik suatu barang pada tingkat lembaga pemasaran yang berbeda. Margin pemasaran di setiap lembaga

pemasaran berbeda-beda karena dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan masing-masing lembaga untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan usahanya. Pedagang ayam broiler berusaha meningkatkan tambahan nilai guna dari peternak ayam broiler tersebut dengan mendistribusikan ternak ayam broiler dari tempat peternak ke konsumen, dari satu pasar ke pasar lain. Keuntungan yang di terima oleh masing-masing lembaga pemasaran sangat berbeda-beda tergantung dari usahanya.

Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang ditawarkan produsen dengan harga yang dibayar kepada konsumen akhir. Margin merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh peternak. Dalam hal ini margin pemasaran pedagang pengumpul adalah perbedaan harga yang dibayarkan kepada peternak dengan harga jual kepada pedagang pengecer dan konsumen dalam saluran pemasaran dengan komoditi yang sama (Ali, 2014).

Hasil penelitian rata-rata margin pemasaran tabel 5 Saluran

Pemasaran I

No	Lembaga pemasaran	Variabel	Presentase %
1.	Peternak	Harga Jual	20.000 Kg
a.	Pedagang	Harga Beli	20.000 Kg
	Pengumpul	Biaya Pemasaran	3.903
		Keuntungan	3.597
		Margin	7500
		Harga Jual	27.000
b.	Pedagang Pengecer	Harga Beli	27.000
		Biaya Pemasaran	1.789
		Keuntungan	1.393
		Margin	2.364
		Harga Jual	29.364
c.	Konsumen	Harga Pembelian	29.364
		Total Biaya Pemasaran	5.692
		Total Margin	9.864

Total margin sebesar Rp 9.864 per kilogram, total biaya pemasaran sebesar Rp 5.692 per kilogram. Biaya pemasaran pedagang pengumpul adalah sebesar Rp 3.903, masing – masing terdiri dari biaya tenaga kerja sebesar Rp 3.472 per kilogram, biaya transportasi sebesar Rp 451,4,- per kilogram, biaya retribusi

sebesar Rp 57,7 per kilogram dan biaya pengemasan sebesar Rp 22,3 per kilogram. Sedangkan biaya pemasaran pemasaran pedagang pengecer sebesar Rp 1.789, masing – masing terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp 1500 per kilogram, biaya retribusi sebesar Rp 208, dan biaya pengemasan sebesar Rp 80,9.

Hasil penelitian rata-rata margin pemasaran tabel 5.I Saluran Pemasaran II

No	Lembaga pemasaran	Variabel	Presentase %
I.	Peternak	Harga Jual	20.000 Kg
a.	Pengecer	Harga Beli	20.000 Kg
		Biaya Pemasaran	3.903
		Keuntungan	3.597
		Margin	7500
		Harga Jual	27.000
b.	Konsumen	Harga Pembelian	27.000
		Total Biaya Pemasaran	3.903
		Total Margin	7.500

Jumlah margin yang diperoleh pada saluran II lebih kecil daibandingkan pada saluran I. Hal ini dikarenakan saluran kedua hanya menggunakan satu lembaga pemasaran dan biaya pemasarannya pun sedikit. Hal ini didukung pendapat Jumiati (2013) dan Duungan (2014) yang menyatakan bahwa semakin panjang jarak dan semakin banyak perantara yang terlibat dalam pemasaran, maka biaya pemasaran semakin tinggi dan margin pemasaran juga semakin besar.

Hasil penelitian rata-rata margin pemasaran table 5.I Saluran Pemasaran III

No	Lembaga pemasaran	Variabel	Presentase %
1.	Peternak	Harga Jual	20.000 Kg
	Konsumen	Harga Pembelian	27.000
a.		Total Biaya Pemasaran	3.903
		Total Margin	7.500

Jumlah margin yang diperoleh pada saluran III lebih kecil di bandingkan pada saluran I dan II. Hal ini dikarenakan saluran kedua hanya menggunakan satu lembaga pemasaran dan biaya pemasarannya pun sedikit.

5.6 Rasio Keuntungan dan Biaya

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan ayam broiler dari peternak ke konsumen akhir yang dinyatakan dalam rupiah per kg. Sedangkan keuntungan lembaga pemasaran merupakan selisih antara *margin* pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran. Analisis rasio keuntungan per biaya dapat digunakan untuk mengetahui apakah kegiatan pemasaran yang dilakukan memberikan keuntungan kepada pelaku pemasaran.

5.7 Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler

Efisiensi pemasaran ayam broiler dalam bentuk berat hidup di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu dapat di ketahui dari jumlah penerimaan dan

pengeluaran yang di lakukan oleh lembaga pemasaran ayam broiler di Kelurahan Bintarore.

Tabel Efisiensi pemasaran ayam broiler pada setiap saluran pemasaran dan lembaga pemasaran.

EFISIENSI PEMASARAN AYAM BROILER

Tabel. 6 Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler

Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran	Nilai Efisiensi
Saluran I Peternak - Pengumpul Pengecer - konsumen Jumlah	1.404,08	71%
Saluran II Peternak - Pengecer - Konsumen	2.575,62	86%
Saluran III Peternak - Konsumen	3.903	56%

Berdasarkan uraian diatas terlihat saluran I sampai II menunjukkan bahwa saluran pertama yang paling efisien dan paling hemat yaitu 71%, jadi efisiensi saluran pemasaran di kelurahan Bintarore Kabupaten Bulukumba ini dipengaruhi oleh biaya-biaya yang dikeluarkan dan nilai guna suatu produk ayam boiler yang diperjual belikan dipasaran.

Efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari sisi meratanya keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran sesuai dengan perbandingan biaya yang

dikeluarkan : keuntungan yang diterima oleh lembaga pelaku pemasaran sesuai dengan proporsi masing-masing maka saluran tersebut dikatakan efisien dalam hal pemasaran.



VI KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Analisis kinerja pemasaran di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba yaitu dilihat dari lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran peternak, pengumpul, pedagang eceran dan konsumen berdasarkan hasil pengamatan dilapangan melalui beberapa saluran pemasaran mulai dari saluran I yang meliputi peternak, pengepul, pengecer hingga ke konsumen. Saluran II yang meliputi peternak, pengepul hingga ke konsumen. Saluran ke III meliputi peternak, pengecer. Dilihat dari margin pemasaran ayam broiler yang di tawarkan produsen dengan harga yang di bayar kepada konsumen akhir sehingga Perilaku Pasar di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba dalam penentuan harga pada tingkat pedagang ayam pembeli yang menentukan harga yaitu pengepul jadi pedagang hanya sebagai (price taker) penerima harga. Pada tingkat agen penentuan harga dengan sistem tawar menawar pada konsumen selanjutnya. Efisiensi pada saluran I dan III mencapai 71% jadi efisiensi saluran pemasaran di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba ini di pengaruhi oleh biaya-biaya yang dikeluarkan dan nilai guna suatu produk ayam broiler yang diperjual belikan di pasaran.

V.II Saran

1. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi tolak ukur bagi masyarakat khususnya agen dalam memasarkan ayam broiler dan juga dapat memberikan beberapa ilmu yang saya dapat bagi peneliti selanjutnya dan besar harapan peneliti lebih mengembangkan apa yang saya dapat di lapangan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan ilmu pengetahuan dan bahan informasi terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Rasyaf, M. 2004. *Pegelolaan Usaha Peternakan Ayam Pedaging. Cetakan ke-2. Penebar swadaya, Jakarta.*
- Saptana. 2004. *Analisis Kelembagaan Kemitraan Usaha Disentra-sentra Produksi Ayam broiler. Sumatra Utara. Medan.*
- Anandra, S.A. 2010. *Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi pada Usaha Ternak Ayam Buras Pedaging di Kabupaten Magelang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang. Produksi Ayam Broiler Bulukumba Sumber : Dinas Peternakan Kabupaten Bulukumba (2016-2020).*
- Saputro, Bayu Eko. *Analisis Pendapatan Peternak Ayam broiler Pola Kemitraan di kecamatan pajangan Kabupaten Bantul. Diss. Universitas Mercu Buana Yogyakarta. 2018.*
- Rasyaf. 1995. *Manajemen Peternakan Ayam Broiler. PenebarSwadaya Jakarta. 2004. Beternak Ayam Pedaging. Penebar Swadaya. Jakarta.*
- Dako, Safriyanto, et al. *Crossbreeding Between Native Chicken And Leghorn Chicken Strain Isa Brown. Jurnal Peternakan. 2019. 16.1:1-9.*
- Kalangi, Lidya S., and Sony AE Moningkey. "Analisis usaha peternaka dengan pola kemitraan (Studi Kasus: Kelurahan Pinaras , Kota tomohohn)." (2018): 41-44.
- Arliman, Laurensius. "Perlindungan hukum UMKM dari eksploitasi ekonomi dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat." *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 6.3 (2017): 387-402.
- Sari ,Lenni. *Pengaruh penggunaan model pembelajaran role playing terhadap hasilbelajar ekonomistinya pada materi pokok pasar Monopoli.*(2010:69)
- Hasibuan, Y. L., Harlen, H., & Harahap, A. (2017). *Analisis Industri Gorden Di Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru Melalui Pendekatan Structure, Conduct, Performance* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Fitriani, Anna, et al. "Struktur, perilaku, dan kinerja industri broiler Indonesia: pendekatan model simultan." *Jurnal Agro Ekonomi* 32.2 (2014): 167-186.

Gilang nurshandi, Hariadi Subagja, Ujang Suryadi. *Analisis Pendapatan Usaha Ayam Broiler Pada Pola dan Skala yang Berbeda di Peternakan Rakyat Kabupaten Lumajang.* (1 Juli, 2017)





Lampiran.1

KUESIONER

KATA PENGANTAR KUESIONER

Hal: Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Saya adalah mahasiswa Program Studi Agri Bisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dengan ini saya bermaksud melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul Skripsi "Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Ayam Broiler di Kelurahan Bintarore Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba. Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyelesaian tugas akhir saya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan ibu bapak dan saudara menjadi Informan penelitian ini.

Bulukumba, 8 February 2022

Putra Aditya

Lampiran.2

KUESIONER

**ANALISIS KINERJA PEMASARAN KOMODITAS AYAM BROILER DI
KELURAHAN BINTARORE KECAMATAN UJUNG BULU KABUPATEN**

BULUKUMBA

IDENTITAS INFORMAN

KUESIONER PEDAGANG PENGUMPUL

IDENTITAS RESPONDEN

Nama

Umur

Jenis Kelamin

Pendidikan

Agama

Pekerjaan

Lama Berusaha

Tahun

Jumlah Tanggungan Keluarga:

Orang

1. Sejak kapan bapak menjadi pengumpul ayam broiler?
2. Bagaimana sistem pemasaran ayam broiler ini dilakukan?
3. Berapa banyak ayam broiler yang bapak ambil setiap kali membeli?
4. Berapa harga ayam broiler yang bapak tawarkan?

Lampiran.3

KUESIONER PEDAGANG PENGE CER

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : * Laki-laki * Perempuan

Pendidikan :

Agama :

Pekerjaan :

Lama Berusaha : Tahun

Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang

1. Sejak kapan bapak memulai menjual ayam broiler?
2. Bagaimana sistem pemasaran ayam broiler ini dilakukan?
3. Berapa banyak ayam broiler yang bapak ambil setiap kali membeli?
4. Berapa harga ayam broiler yang bapak tawarkan?

Lampiran.4

KUESIONER PEMILIK PUSAT AYAM BROILER

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : * Laki-laki * Perempuan

Pendidikan :

Agama :

Pekerjaan :

Lama Berusaha : Tahun

Jumlah Tanggungan Keluarga : Orang

1. Sejak kapan bapak memulai menjual ayam broiler?
2. Bagaimana sistem pemasaran ayam broiler ini dilakukan?
3. Berapa banyak ayam broiler yang bapak ambil setiap kali membeli?
4. Berapa harga ayam broiler yang bapak tawarkan?
5. Berapa banyak ayam broiler yang diambil oleh pedagang pengumpul setiap kali membeli?
6. Berapa banyak ayam broiler yang diambil oleh pedagang pengecer setiap kali membeli?
7. Berapa harga yang bapak berikan kepada pedagang besar?
8. Berapakah harga yang bapak berikan kepada pedagang pengumpul?
9. Berapakah harga yang bapak di berikan kepada pedagang pengecer?
10. Siapa saja kah yang terlibat dalam pemasaran ayam broiler?

Lampiran.5

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda ceklis (\checkmark) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu saudara (i) :

1. Ya Skor 5
2. Tidak Skor 4

Teknologi Informasi (X₁)

PERNYATAAN INFORMAN

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Usaha penjualan ayam broiler salah satu usaha yang diminati.		
2.	produksi ayam broiler mempunyai banyak keuntungan.		
3.	usaha ayam broiler ini sudah menjadi mata pencaharian bagi anda		
4.	usaha ayam broiler apakah ingin lebih mengembangkan usaha anda lagi		
5.	keuntungan dan kerugian ayam broiler menjadi kerugian buat anda.		
6.	jumlah yang dikeluarkan mengalami peningkatan.		
7.	seringkah kerugian yang anda alami selama usaha ayam broiler		
8.	peminat ayam broiler mengalami peningkatan perbulan		
9.	pemasaran ayam broiler berpengaruh pada cuaca atau iklim		
10.	jika ada masalah dalam kesehatan ayam apakah berpengaruh terhadap produksi		
11.	pemasaran ayam broiler berpindah tempat		
12.	ayam broiler salah satu penghasilan utama		
13.	Jumlah pendapatan ayam Broiler merupakan bentuk keuntungan atau meningkatkan penjualan setiap bulannya		

Lampiran.6

Efesiensin pemasaran Ayam Broiler

Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran	Margin bersih	Nilai Efisiensi
Saluran I			
Pedangan Pengecer	1.404,08	1.000,00	71%
Jumlah	1.404,08		
Saluran II			
Agan Pengecer	2.575,62	500.000	86%

Nama	Umur	Tingkat Pendidikan	Pengalaman Usaha
Samsuddin	57 Tahun	SMA	1-2 Tahun
Hj Asri	55 Tahun	SMA	1-2 Tahun
Hj Nuni	68 Tahun	SMA	1-2 Tahun
Amiruddin	54 Tahun	SMA	3-4 Tahun
Rudi	45 Tahun	SMA	3-4 Tahun
Saleh	54 Tahun	SMA	3-4 Tahun
Hj Nurdin	66 Tahun	SMA	5-6 Tahun
Nuar	53 Tahun	SMA	5-6 Tahun
Hamid	53 Tahun	SMA	5-6 Tahun
Nidar	55 Tahun	SMA	5-6 Tahun

DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1 peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Samsuddin
Pada tanggal 8 February 2022



Gambar II dan III Lokasi pemotongan ayam broiler pemilik Bapak Samsuddin Pada tanggal 8 February 2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR

Gambar IV peneliti melakukan wawancara kepada Ibu Nidar pada tanggal 22 February 2022



UPTI PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN



Gambar V dan VI Lokasi Kandang Ayam Broiler Milik Ibu Nidar



Gambar VII Peneliti melakukan wawancara kepada Bapak Amiruddin Pada Tanggal 15 Maret 2022

Lampiran.8


PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA
DINAS PENANAMAN MODAL, PELAYANAN TERPADU SATU PINTU DAN TENAGA KERJA
Alamat : Jl. Kencana No.13 Telp. (0473) 85080 Bulukumba 92512

Bulukumba, 26 Januari 2022

Nomor : 046/DPMTSP/TK/0022
Langganan :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada :
YB. 1. Kepala Dinas
Pengembangan, Perindustrian, Koperasi dan
UKM Kab. Bulukumba
2. Ketua Koordinator Pasar Sentral Kab.
Bulukumba
3. Ketua Komoditas Agribisnis
Bintarene Kec. Ujung Bulu Kab.
Bulukumba

Di Tempat

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2002 tentang Bangsa dan Peranan
14061/2002 tanggal 26 Januari 2002 yang merekomendasi izin penelitian
maka yang kami sampaikan ini

Nama : PUTRA ADITYA
Nomor Induk : 1998110217
Program Studi :
Instansi : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
JALY PALANGGA MANGGORA

Bermaksud untuk melakukan penelitian di Dinas Pengembangan, Perindustrian, Koperasi
dan UKM, Koordinator Pasar Sentral, dan Komoditas Agribisnis di Kab. Bulukumba Kec.
Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba dengan judul **ANALISIS
ROKHTAN KAWASAN BINTARENE KEC. UJUNG BULU KABUPATEN BULUKUMBA
KACAMATA MANGGORA** yang akan berlangsung pada
tanggal 24 Januari s.d. 24 Mei 2022.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada kesempatan ini kami mohon izin yang
mangikutan untuk pelaksanaan kegiatan tersebut dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mematuhi Undang-Undang Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan
Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah, dan
2. Tidak mengganggu kegiatan operasional instansi yang bersangkutan.
3. Tidak mengganggu kegiatan operasional instansi yang bersangkutan.
4. Menetapkan hasil pelaksanaan penelitian/pengambilan data serta menyerahkan
laporan hasilnya kepada Bupati Bulukumba Cg. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan
Politik Dalam Negeri.

Surat izin ini akan dibatalkan dianggap tidak berlaku apabila yang bersangkutan tidak
memenuhi ketentuan sebagaimana tersebut di atas, atau sampai dengan waktu
yang telah ditentukan kegiatan penelitian/pengambilan data selesai.

Dengan surat izin ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.


ABDULWAHAB Z. FAHMI, S-TP, M.P.
Pembina TKJ
NIP. 19820212 200212 1 001

Tembusan:
1. Bupati Bulukumba di Bulukumba (sebagai laporan),
2. Kepala Badan Kesbangpro Kab. Bulukumba di Bulukumba,
3. Arsip

Lampiran.9

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
Kampus Kenanga Jl. Sultan Alauddin No.289 Makassar 90222 Telp.(0411) 466872,641193, Fax (0411) 865288

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Putra Adley
NIM : 105964113
Program Studi : Akuntansi

Dengan nilai:

No	Nilai	Nilai	Bobot
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	24 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	9 %	10 %
6	Bab 6	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagai bukti.

Makassar, 21 Mei 2022
Mengetahui
Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan
Ditandatangani dan Stempel
NBM.965288

H. Sultan Alauddin no 289 makassar 90222
Telepon: (0411)868872,641193, Fax (0411)865 188
Website: www.library.umh.ac.id
E-mail: upt@umh.ac.id

Lampiran.10

BAB I PUTRA ADITY - 105961113217

10% LULUS 10%
SIMILARITY INDEX INTERNET SOURCES

2%
PUBLICATIONS

5%
STUDENT PAPERS

1 text-id.125dok.com

4%

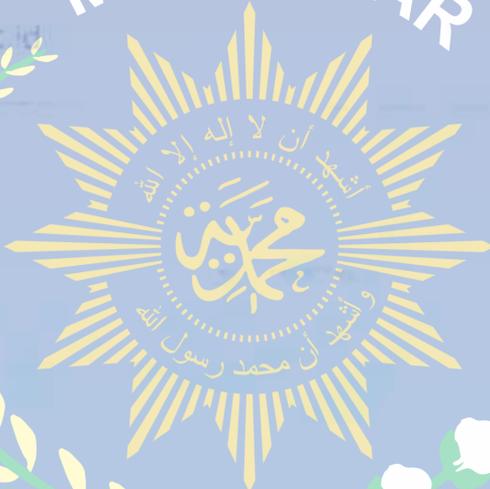
2 digitalibank.unismuh.ac.id

4%

3 libraries.ac.id

2%

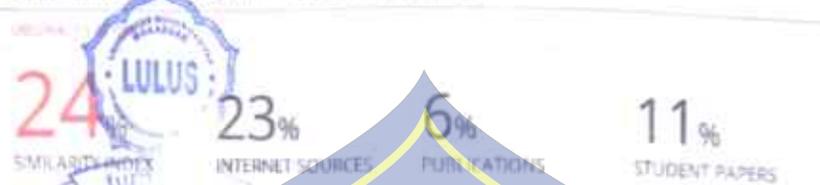
Exclude
Exclude



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Lampiran.11

BAB II PUTRA ADITY - 105961113217



1 e-journal.hamzanwadi.ac.id 6%

2 publikasi.hamzanwadi.ac.id 5%

3 pub.litbang.pertanian.go.id 4%

4 Submitted to Universitas Muhammadiyah Makassar 4%

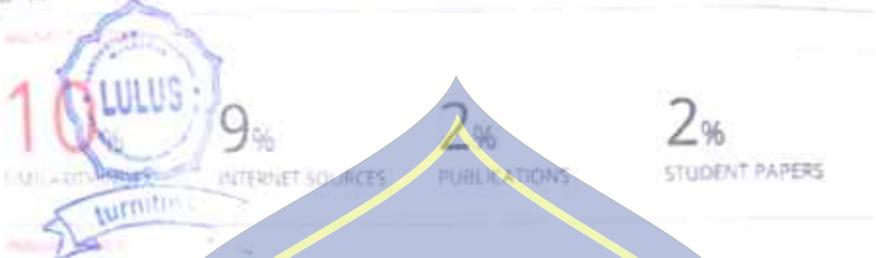
5 Repository.hamzanwadi.ac.id 2%

6 hamzanwadi.ac.id 2%



Lampiran.12

BAB III PUTRA ADITY - 105961113217



- 1 repository.gunadarma.ac.id 3%
- 2 Hardi S..., Sukarelawati Sukarelawati M...
Alam dan Kusumaning, PENYAJIAN PROSES
INVESTIGASI ANTIKORUPSI LAIN PADA SPASIA
DAN WUJUDKAN MOTIF TELEVISI MEREBUK
KATINGE JURNAL KOMUNIKASI, 2018 2%
- 3 repository.upi.edu 2%
- 4 Submitted to Universtas... 2%
- 5 ojs.umsida.ac.id 2%



Lampiran.13

BAB IV PUTRA ADITY - 105961113217

9% LULUS
SIMILARITY INDEX

7%
INTERNET SOURCES

4%
PUBLICATIONS

6%
STUDENT PAPERS

Submitted to Universitas Diponegoro

4%

Submitted to Universitas Desmunt Makassar

2%

Submitted to utaprovjia.blogspot.com

2%



Lampiran.14

