

USAHA DAN EFFISIENSI PEMASARAN TERNAK AYAM PEDAGING DI WILAYAH KABUPATEN MAGELANG

Tim Peneliti : Nur Prabewi, S.Pt, MP, Gatot Adiwirto, S.Pt, M.Si, Ir. Totok Sevenek M., MP

Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan yaitu bulan april dan maret di Kabupaten Magelang. Tujuan penelitian secara umum adalah untuk mengetahui usaha produksi ayam pedaging dalam rangka pengembangan populasi serta kaitanya dengan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku pemasaran. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk : mengetahui kelayakan usaha beternak ayam pedaging dan rantai pemasaran serta menghitung efisiensi pemasaran ayam pedaging di Kabupaten Magelang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survey pada 30 orang sebagai responden dengan kriteria memiliki skala usaha sebesar 500 - 15000 ekor, telah menjalankan usaha selama 5 tahun dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan responden sebanyak 30 orang yang terdiri dari 10 orang pedagang pengumpul 10 orang pedagang pengecer dan 10 orang konsumen ayam pedaging.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tingkat keuntungan peternak ayam pedaging di Kabupaten Magelang bervariasi sesuai skala usaha masing-masing. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin besar skala usaha akan diikuti pula dengan makin meningkatnya keuntungan yang diperoleh. Kelayakan finansial selama enam periode pemeliharaan berdasarkan kriteria BCR, NPV dan IRR, secara keseluruhan usaha ternak ayam pedaging di wilayah Kabupaten Magelang layak untuk diusahakan. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan metode *payback period* diperoleh hasil bahwa rata-rata dalam waktu 1,013 periode pemeliharaan benefit yang diperoleh peternak ayam pedaging di Kabupaten Magelang sudah dapat mengembalikan modal investasi dari usaha ayam pedaging tersebut. Dari efisiensi pemasarannya dapat disimpulkan bahwa bagian harga yang diterima petani ternak paling besar diperoleh pada saluran pemasaran yang pendek yaitu saluran I sebesar 6,732. Pemasaran ternak ayam pedaging di Kabupaten Magelang belum efisien yang diindikasikan dengan distribusi margin yang tidak merata, koefisien korelasi (r) < 1, Koefisien B1 < 1 dan elastisitas transmisi harga yang tidak sama dengan satu.

Kata kunci: analisa usaha, efisiensi pemasaran, ternak ayam pedaging

DAFTAR PUSTAKA

- Djanah, D., 1984. *Beternak Ayam*. Cetakan ke -11. CV. Yasaguna, Jakarta.
- Downey, W.D. dan S.P. Erickson., 1992. *Manajemen Agribisnis*. Diterjemahkan oleh Rochidayat Ganda S dan A.Sirait. Erlangga, Jakarta.
- Iskandar, S., E. Purwanto, K. Mudikdjo, B.Wibowo, D. Zainuddin, dan T. Antawidjojo,1993. *Analisa Ekonomi Tata Niaga Ayam Ras Pedaging pada Pengusaha Kecil di Bogor*, BPT Ciawi Fakultas Peternakan IPB, Bogor.
- Mubyarto, 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES, Jakarta. Prawirokusumo,S., 1990. *Umu Usaha Tani*. Edisi ke - 2 . BPFPE, Yogyakarta.
- Rasyaf, M., 1998. *Beternak Ayam Pedaging*. Cetakan ke - 16. Penerbit Swadaya, Jakarta.
- Soeharto, 1995. *Manajemen Proyek dari Konseptual Sampai Operasional*. Cetakan ke - 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Soekartawi, J.L. Dillon dan A. Soehardjo, 1985. *Emu Usaha Tani dan Penelitian untuk Petani Kecil*. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- Soetrisno, P., 1985. *Dasar - Dasar Evaluasi dan Manajemen Proyek*. Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- Umar, H., 2001. *Studi Kelayakan Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.