

Kupersembahkan Untuk  
Almamater Tercinta  
Kampus Gunung Gede

S.I  
636.5.08  
Mr  
a/1

0/SET/1984/006

**ANALISIS TATANIAGA AYAM RAS PEDAGING  
PETERNAK ANGGOTA KOPERASI  
DI WILAYAH JAKARTA SELATAN**

STAMPED INFORMATION

**KARYA ILMIAH**

---

**ERI TRI NURINI**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

**1984**

## RINGKASAN

ERI TRI NURINI, 1984. Analisis Tataniaga Ayam Ras Pedaging Peternak Anggota Koperasi di Wilayah Jakarta Selatan. Karya Ilmiah. Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor.

Pembimbing Utama : Dr. Ir. Kooswadhono M.

Pembimbing Anggota : Ir. Yuniar Atmakusuma

Pesatnya laju perkembangan usaha peternakan ayam ras pedaging, menimbulkan masalah pemasaran hasil produksi. Peternak kecil tidak mampu bersaing dengan peternak besar dalam mendapatkan input dan memasarkan output produksi.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Jakarta Selatan pada tanggal 1 - 30 Mei 1984 dengan menggunakan metode survey. Responden peternak diambil secara 'purposive' berdasarkan keterangan pengurus koperasi, sedang pedagang pengumpul, pemotong dan pengecer diperoleh secara purposive pula berdasarkan keterangan peternak.

Tujuan penelitian ialah untuk (1) Mempelajari saluran tataniaga, (2) Mempelajari fungsi dan struktur biaya tataniaga, (3) Mempelajari pembagian keuntungan lembaga tataniaga dan (4) Mempelajari peranan koperasi.

Analisis data untuk saluran tataniaga dan biaya tataniaga dilakukan secara tabulasi dan deskriptif, sedang penilaian keefisienan sistem tataniaga melalui perhitungan margin dan biaya tataniaga serta nisbah satu kilogram bobot hidup dengan biaya ransum dan bibit.

Hasil penelitian menunjukkan 64.29 persen peternak memiliki skala usaha 1 000 - 1 500 ekor, dengan rata-rata lama pemeliharaan 45 hari. Keefisienan penggunaan ransum dengan lama peliharaan lebih besar atau sama dengan 45 hari sebesar 2.09, sedang dibawah 45 hari sebesar 2.20. Berarti keefisienan penggunaan ransum meningkat dengan meningkatnya lama pemeliharaan sampai batas tertentu.

Sebanyak 57.14 persen peternak menjual ayamnya pada pemberi modal, 35.71 persen pada pengumpul bebas dan 7.14 persen di proses sendiri. Penjualan ayam peternak berhubungan dengan cara peternak memperoleh modal.

Volume pembelian pengumpul sebesar 1 000 ekor tiap pembelian. Harga pembelian ditentukan pengumpul berdasarkan harga pasar yaitu sebesar Rp 1 175/Kg bobot hidup. Pembayaran pada peternak dapat dilakukan secara kontan maupun non kontan. Semua peternak mengatakan tidak mengalami kesulitan dalam pembayaran tersebut. Pengumpul akan mendistribusikan 1.000 ekor ayam tersebut pada 10 prosesor. Rata-rata volume pembelian prosesor 100 ekor tiap pembelian. Harga jual pada prose-

prosesor ditetapkan oleh pengumpul yaitu sebesar Rp 1 250 per kilogram bobot hidup. Bobot hidup yang diperhitungkan pengumpul pada prosesor adalah hasil penimbangan pada lokasi peternak atau sebelum proses pengangkutan.

Pelaksanaan fungsi-fungsi tataniaga belum banyak mengarah pada perbaikan mutu dan peningkatan kepuasan konsumen. Fungsi standarisasi dan 'grading' belum dilaksanakan, sedang fungsi informasi harga dilakukan secara non formal dan tidak terorganisir.

Besarnya biaya tataniaga pedagang pengumpul 2.51 persen dari harga beli. Biaya tersebut terdiri dari 53.38 persen biaya pengangkutan, 26.67 persen biaya buruh tetap dan 19.94 persen biaya penanggung resiko. Di tingkat pedagang pemotong/pengecer biaya tataniaga sebesar 8.66 persen dari harga beli. Komponen biaya tataniaga terbesar adalah biaya pengangkutan dan buruh tetap.

Bagian harga petani (farmer's share) sebesar 82.83 persen. Bagian tersebut belum memberikan keuntungan yang memadai bagi peternak karena tingginya biaya ransum dan bibit anak ayam. Keuntungan yang diperoleh peternak diatas harga ransum dan bibit (income over feed and chick cost) sebesar Rp 71/Kg bobot hidup.

"Market's share" terbesar terdapat pada tingkat pedagang pemotong/pengecer (11.73 %). Dengan biaya tataniaga 7.70 persen dari harga akhir, pedagang pemotong/pengecer mendapat keuntungan sebesar 4.03 persen untuk dua kegiatan pemotongan ayam dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul memiliki "market's share" sebesar 5.45 persen, biaya tataniaga 2.03 persen dan keuntungan 3.36 persen dari harga akhir. Keuntungan pedagang pengumpul terlihat besar dengan memperhatikan margin dan biaya tataniaga, serta kegiatan yang dilakukan kedua lembaga tataniaga tersebut terhadap produk yang sama.

Peranan koperasi dalam pengadaan sarana produksi cukup lancar, meskipun belum mampu bersaing dalam harga dengan peternak besar. Kesulitan koperasi dalam pengadaan sarana produksi yang mudah dan murah dan pemasaran, disebabkan belum berfungsinya organisasi-organisasi koperasi yang bergerak dalam sistem perunggasan.

Dengan memperhatikan "farmer's share", biaya tataniaga dan nisbah satu kilogram bobot hidup dengan biaya ransum dan bibit, maka sistem tataniaga ayam ras pedaging peternak anggota koperasi dikatakan belum efisien.

ANALISIS TATANIAGA AYAM RAS PEDAGING  
PETERNAK ANGGOTA KOPERASI  
DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

Karya Ilmiah sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Peternakan

Oleh  
ERI TRI NURINI

FAKULTAS PETERNAKAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

1 9 8 4



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Magelang, Jawa Tengah pada tanggal 29 April 1961. Penulis adalah anak ketiga dari tiga bersaudara dengan ayah Dedi Karsono dan Ibu Rosini.

Tahun 1968 penulis memasuki SD Marsudirini Jakarta dan lulus pada tahun 1973. Tahun 1976 lulus dari SMP Perguruan Cikini, kemudian melanjutkan ke SMA Negeri III Jakarta dan lulus pada tahun 1980.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Tingkat Persiapan Bersama di Institut Pertanian Bogor pada tahun 1980 melalui Proyek Perintis I. Tahun 1981 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor. Pada tahun 1983, semester VII penulis memilih Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kegiatan kemahasiswaan, antara lain sebagai Pemimpin Umum Majelis Peternakan MATERNA (1983-1984), Ketua Malam Cowboy 1983 serta dalam bidang akademik penulis pernah menjadi Asisten Luar Biasa dalam Mata Ajaran Tataniaga (1984).

## KATA PENGANTAR

Hanya berkat KasihNya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Pada kesempatan ini, dengan rasa tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr.Ir. Kooswardhono dan Ibu Ir. Yuniar Atmakusuma yang telah banyak memberikan bimbingan selama melakukan penelitian dan penulisan Karya Ilmiah ini. Penulis juga menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada seluruh staf pengajar Fakultas Peternakan IPB yang telah memberikan bekal selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Peternakan IPB.

Rasa terima kasih penulis sampaikan kepada Pengurus Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I yang telah memberikan informasi sebelum dan selama penelitian berlangsung. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu, Mas Eko, Mbak Woro dan Bapak Ikin Masjoer sekeluarga yang telah memberikan bantuan dan pangestunya, serta untuk Mas Andri yang membantu penulis dari awal hingga akhir penelitian.

Semoga Karya Ilmiah ini berguna dalam upaya mengisi khasanah Ilmu Pengetahuan yang terus berkembang ini.

Bogor, 29 September 1984

Eri Tri Nurini

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR . . . . .	vii
DAFTAR TABEL . . . . .	ix
DAFTAR GAMBAR . . . . .	xi
PENDAHULUAN . . . . .	1
TINJAUAN PUSTAKA . . . . .	5
Arti dan Fungsi Tataniaga . . . . .	5
Biaya dan Marjin Tataniaga . . . . .	11
Saluran Tataniaga . . . . .	13
Keefisienan Sistem Tataniaga . . . . .	15
Peranan Pemerintah dalam Tataniaga . . . . .	16
METODOLOGI PENELITIAN . . . . .	18
HASIL DAN PEMBAHASAN . . . . .	22
Keadaan Peternakan Ayam Ras Pedaging di Wilayah Jakarta Selatan . . . . .	22
Keadaan Peternak Anggota Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I . . . . .	25
Karakteristik Pasar yang Diteliti . . . . .	40
Fungsi Tataniaga Ayam Ras Pedaging . . . . .	45
Saluran Tataniaga Ayam Ras Pedaging . . . . .	54
Peranan Koperasi Peternak Unggas dalam Pemasaran . . . . .	57
Komponen Biaya Tataniaga Ayam Ras Pedaging . . . . .	60
Keefisienan Sistem Tataniaga . . . . .	71
KESIMPULAN . . . . .	74
DAFTAR PUSTAKA . . . . .	77
LAMPIRAN . . . . .	80

## DAFTAR TABEL

Nomor	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Nama Lokasi Kelurahan dan Jumlah Responden Peternak Ayam Ras Pedaging Anggota Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I . . . . .	19
2.	Nama Lokasi Pasar dan Jumlah Responden Pedagang Daging Daging Ayam yang Diteliti . . . . .	19
3.	Nama Lokasi Pengumpul dan Jumlah Responden Pengumpul yang Diteliti . . . . .	20
4.	Daftar Jumlah Perusahaan Peternakan dan Produksinya di DKI Jakarta . . . . .	23
5.	Daftar Jumlah Peternak Berdasarkan Cara Memperoleh Modal di Jakarta Selatan . . . . .	23
6.	Daftar Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha, Pekerjaan Utama Peternak yang Diteliti . . . . .	29
7.	Skala Usaha, Frekuensi Pemeliharaan, Alokasi Kredit dan Masa Periode Kredit Peternak yang Diteliti . . . . .	31
8.	Penggunaan Tenaga Kerja pada Peternakan yang Diteliti . . . . .	34
9.	Konversi Makanan Berdasarkan Lama Pemeliharaan dan Skala Usaha Peternak yang Diteliti . . . . .	36
10.	Frekuensi dan Volume Penjualan, Status Pembeli dan Cara Pembayaran Penjualan Ayam Ras Pedaging . . . . .	37
11.	Harga Penjualan Ayam Ras Pedaging Hidup Berdasarkan Status Pembeli . . . . .	39
12.	Pengelompokkan Lembaga Pemasaran Ayam Ras Pedaging Berdasarkan Jenis Kegiatan . . . . .	41
13.	Tingkat Pendidikan pedagang Responden menurut Jenis Kegiatan . . . . .	42
14.	Pekerjaan Utama dan Pengalaman Usaha Pedagang yang Diteliti . . . . .	43

Teks

15.	Status Pembeli, Asal Produk, Volume Pembelian, Bobot Beli dan Harga Ayam Ras Pedaging di Jakarta Selatan . . . . .	47
16.	Status Penjual, Asal Produk, Volume Penjualan, Harga Jual Ayam Ras Pedaging di Jakarta Selatan . . . . .	47
17.	Resiko Mati dan Susut Selama Pemeliharaan dan Perjalanan . . . . .	52
18.	Asal Modal Usaha Peternak Anggota Koperasi yang Diteliti . . . . .	57
19.	Rataan Besarnya Komponen Biaya Tataniaga Pedagang Pengumpul Ayam Ras Pedaging yang Diteliti . . . . .	63
20.	Rataan Biaya Tataniaga Ayam Ras Pedaging Pedagang Pemotong/Pengecer yang Diteliti . . . . .	65
21.	Harga di Tingkat Peternak, Biaya Tataniaga, Market's Share dan Harga Eceran Ayam Ras Pedaging yang Diteliti . . . . .	70
22.	Farmer's Share, Marjin Tataniaga, Biaya Tataniaga dan Keuntungan Lembaga Tataniaga Ayam Ras Pedaging yang Diteliti .	73

Lampiran

1.	Identifikasi Peternak Ayam Ras Pedaging Anggota Koperasi yang Diteliti . . . . .	81
2.	Lama Pemeliharaan, Bobot Hidup yang Dihasilkan, Kebutuhan Makanan dan Konversi Makanan . . . . .	82
3.	Identifikasi Pedagang . . . . .	83

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Skema Fungsi Tataniaga . . . . .	6
2.	Skema Arus Penjualan Ayam Ras Pedaging di Daerah Bogor dan Bekasi . . . . .	8
3.	Penggolongan Peternakan Rakyat Berda- sarkan Cara Memperoleh Modal di Jakar- Ta Selatan . . . . .	24
4.	Tata Organisasi Koperasi yang Menanga- ni Perunggasan . . . . .	26
5.	Pengelompokkan Lembaga Pemasaran Ayam Ras Pedaging Berdasarkan Jenis Kegiatan . . . . .	41
6.	Struktur Tataniaga Ayam Ras Pedaging Peternak Anggota Koperasi . . . . .	56

## PENDAHULUAN

Sejalan dengan arah pembangunan nasional, pembangunan peternakan dalam Repelita IV bertujuan meningkatkan pendapatan, pemerataan kesempatan kerja, kesempatan berusaha dan gizi masyarakat melalui peningkatan produksi dan hasil ternak melalui usaha keluarga dan pengembangan agribisnis. Dalam upaya mewujudkan tujuan tersebut perlu diciptakan iklim usaha yang dapat memelihara kegairahan berusaha.

Sejak Pelita I, pemerintah telah berusaha meningkatkan produksi daging, diantaranya melalui penggalakkan peternakan ayam ras keluarga. Bersamaan dengan ini timbul pula persahaan-perusahaan besar dan bermodal tinggi serta teknologi maju dibidang peternakan, perusahaan makanan ternak dan obat-obatan.

Dalam waktu yang singkat antara tahun 1978 dan 1980 produksi daging telah meningkat dari 7 200 menjadi 20 000 ton pertahun (Departemen Perdagangan dan Koperasi, 1982). Berarti terjadi kenaikan sebesar 93.7 persen produksi daging pada tahun tersebut. Tetapi perkembangan ini ternyata menimbulkan dampak kurang menguntungkan bagi perkembangan usaha peternakan rakyat. Dalam usaha mendapatkan masukan dan memasarkan keluaran produksi, peternak kecil tidak mampu bersaing dengan peternak besar yang bekerja dengan tingkat efisiensi yang lebih tinggi.

Untuk menyelamatkan situasi perunggasan yang mulai mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna (oligopolistik dan monopolistik), pemerintah mengeluarkan kebijaksanaan perunggasan Keputusan Presiden Nomer 50 Tahun 1981 (Keppres 50/81). Tujuan Keppres 50/81 ialah untuk meningkatkan kesempatan kerja dan pendapatan peternak rakyat. Sejalan dengan kebijaksanaan tersebut, badan usaha koperasi dihidupkan sebagai wadah pembinaan usaha peternakan rakyat.

Koperasi dengan organisasinya yang diharapkan mampu membina peternak kecil, ternyata belum mampu bersaing dengan peternak besar yang belum juga menurunkan skala usaha sesuai dengan petunjuk pelaksanaan Keppres 50/81. Peternak tidak hanya kalah bersaing dalam pemasaran, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, peternak kecil seringkali berada pada posisi tawar menawar yang lemah.

Pengembangam produksi tanpa diimbangi dengan pengembangan sistem pemasaran yang baik, ternyata tidak memberikan kemajuan dalam perbaikan sistem perunggasan. Berdasarkan hal diatas, maka penelitian yang dilakukan akan mempelajari sistem tataniaga ayam ras pedaging di wilayah Jakarta Selatan.

### Masalah

Dalam penelitian ini beberapa permasalahan berikut akan mendapat perhatian secara khusus :

1. Bagian harga konsumen akhir yang diterima produsen masih terlalu kecil. Keadaan ini menyebabkan peternak kecil sulit untuk mengembalikan kredit pinjaman dan memutar kembali usahanya.
2. Saluran pemasaran ayam ras pedaging peternak anggota Koperasi di wilayah Jakarta Selatan belum jelas diketahui.
3. Peranan Koperasi dalam membina peternakan rakyat belum sepenuhnya tercapai. Koperasi sebagai bagian dalam stabilisasi harga dan pemasaran hasil ternak unggas belum memperlihatkan hasilnya.

### T u j u a n

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mempelajari rantai tataniaga ayam ras pedaging peternak anggota Koperasi di wilayah Jakarta Selatan.
2. Mempelajari pelaksanaan fungsi dan struktur biaya tataniaga ayam ras pedaging peternak anggota Koperasi dari produsen hingga konsumen.
3. Mempelajari pembagian keuntungan lembaga-lembaga tataniaga yang terkait dalam proses pengaliran produk.
4. Mempelajari peranan Koperasi dalam pembinaan dan pemasaran ayam ras pedaging peternak anggota Koperasi.

Kegunaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pemerintah, produsen maupun konsumen. Bagi pemerintah hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan informasi dalam penetapan kebijaksanaan yang berhubungan dengan masalah perunggasan. Untuk produsen dapat menjadi tambahan pengetahuan, demikian juga bagi lembaga-lembaga tataniaga. Bagi konsumen dapat memberikan manfaat melalui perbaikan sistem pemasaran.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Arti dan Fungsi Tataniaga

#### Arti Tataniaga

Istilah tataniaga banyak diartikan sama dengan pemasaran atau marketing (Hamid dan Teken, 1972). Selanjutnya Hamid dan Teken (1972) mendefinisikan tataniaga sebagai pelaksanaan usaha dan niaga yang ditujukan untuk mengalirkan barang dan jasa dari titik produksi ke titik konsumsi. Philip Kotler dalam Sumawiharja (1982) mengartikan marketing sebagai serangkaian kegiatan-kegiatan manusia yang ditujukan untuk memperlancar serta menyempurnakan proses pertukaran.

Tataniaga bersifat dinamis karena mencakup semua aspek yang berhubungan dengan pengaliran barang dari produsen ke konsumen. Atmakusuma (1984) mengatakan selain dinamis tataniaga juga bersifat produktif. Produktif dalam bentuk teknis merupakan proses menjadikan keluaran produksi dari sejumlah masukan produksi. Produktif dari arti ekonomis ialah suatu usaha yang menimbulkan, menambah dan membagi guna sesuatu barang sehingga guna tersebut dapat dimanfaatkan dan dinikmati.

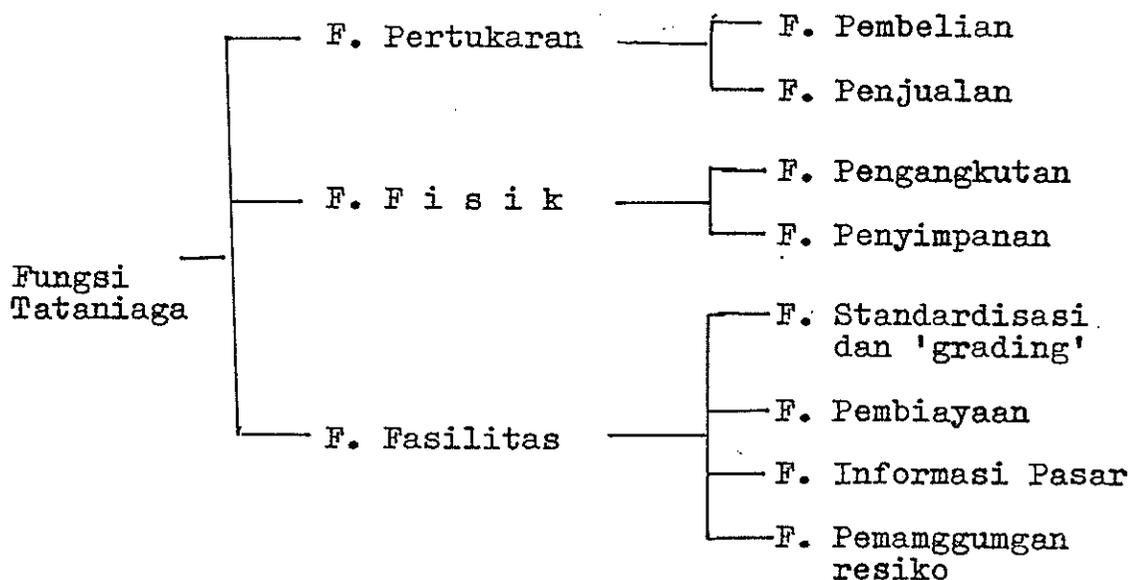
#### Fungsi Tataniaga

Fungsi tataniaga ialah semua jasa-jasa atau kegiatan dalam proses pengaliran barang dari tangan produsen

ke konsumen (Hamid dan Teken, 1972).

Fungsi-fungsi tataniaga tersebut meliputi (1) Fungsi pertukaran (penjualan dan pembelian), (2) Fungsi fisik (penyimpanan dan pengangkutan) dan (3) Fungsi fasilitas (standardisasi dan grading, penanggungan resiko, pembiayaan dan informasi pasar). Skematis fungsi tataniaga diatas dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1. Skema Fungsi Tataniaga



Fungsi pertukaran bertujuan memperlancar pemindahan hak milik dari produsen ke konsumen. Pemasaran ayam ras pedaging yang juga merupakan proses pembelian dan penjualan secara garis besar dapat dibagi menjadi dua yaitu : (1) Langsung ke konsumen dan (2) Melalui jasa lembaga pemasaran. Jalur pemasaran langsung dilakukan oleh peternak itu sendiri (Pusat Penelitian Agro Ekonomi, 1983). Hasil penelitian Rosichon (1983) di Kalimantan mengatakan

sembilan puluh delapan persen dari ayam yang terjual di Samarinda, 67 persen dibeli oleh pedagang pengecer, 20 persen oleh konsumen rumah tangga dan 6.5 persen oleh rumah makan dan leveransir perusahaan minyak.

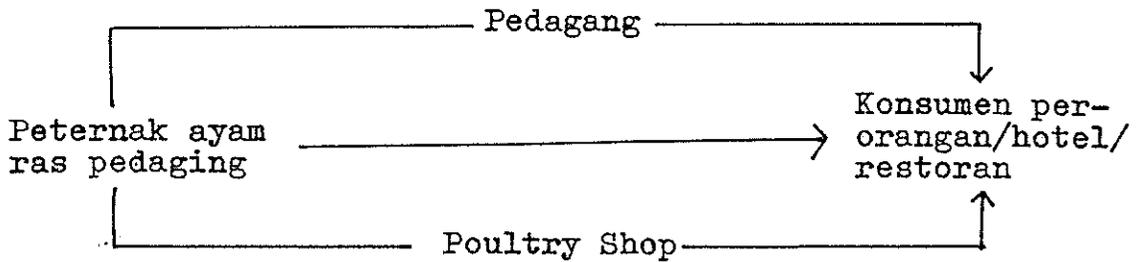
Berdasarkan penelitian Pusat Penelitian Agro Ekonomi (1982) di daerah Bogor, Tangerang dan Bekasi, maka Bekasi memiliki pola pemasaran yang paling kompleks sedang Bogor paling sederhana. Jasa koperasi di Bogor belum dimanfaatkan peternak dan baru Bekasi yang sudah memiliki lembaga pemotongan ayam (Rumah Potong Ayam). Gambar 2. akan menjelaskan tentang arus penjualan dan pembelian ayam ras pedaging di daerah Bogor dan Bekasi dari hasil penelitian Pusat Penelitian Agro Ekonomi (1982).

Fungsi fisik bertujuan mengadakan barang secara fisik sehingga memperlancar jalannya fungsi pertukaran. Fungsi pertukaran dapat menciptakan kegunaan waktu dan tempat. Fakultas Peternakan IPB bekerja sama dengan Pemerintah DKI Jakarta (1974), menerangkan bahwa jenis angkutan untuk pengadaan ayam ke DKI Jakarta terbanyak menggunakan truk (76.55 %) dan berturut-turut diikuti oleh kereta api (10.71 %), bus (8.14 %) dan sepeda (1.52 %). Pengangkutan tersebut berturut-turut merupakan jenis angkutan yang termurah dan teraman dari resiko kematian dan kehilangan.

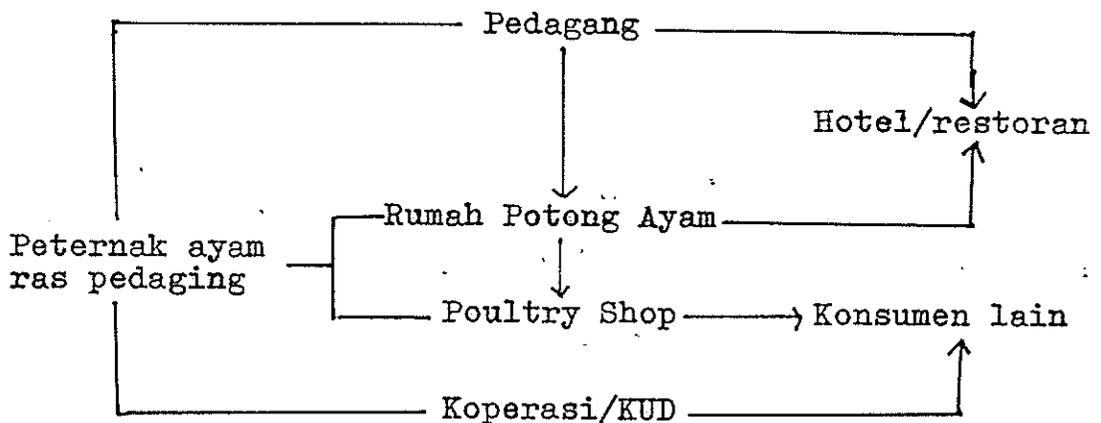
Fungsi penyimpanan bertujuan (1) Mengurangi resiko jika barang tidak habis terjual, (2) Menjamin kontinuitas penjualan dan (3) Menyediakan barang tepat pada waktunya.

Gambar 2. Skema Arus Penjualan Ayam Ras Pedaging di Daerah Bogor dan Bekasi

Bogor



Bekasi



Mountney (1976) mengatakan penyimpanan karkas ayam pada suhu dingin berkisar antara 0 - 7.2 derajat Celcius dan pada suhu beku berkisar antara -34 sampai -17.7 derajat Celcius.

Pemerintah DKI Jakarta memiliki dua buah rumah pemotongan ayam yaitu RPA Cakung yang dikelola oleh UPA DKI Jakarta dan RPA Ciputat dikelola oleh Koperasi dan Bulog. Dikatakan oleh Mountney (1976) bahwa lama ayam tertahan dan tidak segera diproses akan mengakibatkan

penyusutan bobot hidup lebih banyak serta penanganan prosesing yang kurang baik dapat menyebabkan perdarahan serta patah kaki.

Fungsi fasilitas bertujuan menyediakan dan memberikan jasa-jasa atau fasilitas guna memperlancar jalannya fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fasilitas-fasilitas tersebut selalu digunakan oleh setiap lembaga tataniaga yang memberikan jasa dalam meningkatkan guna produk. Dalam sistem tataniaga, penggunaan sarana selalu ditentukan dengan mempertimbangkan : (1) Besar atau jumlah produk, (2) Sumber-sumber dana yang tersedia, (3) Pengambilan keputusan, (4) Masalah struktur (Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 1976). Mengingat faktor-faktor diatas maka masalah penanganan produk dalam pemasaran ternak relatif masih dilakukan dalam tingkat yang rendah.

Secara umum resiko tataniaga dapat dibagi menjadi resiko fisik dan resiko ekonomik. Resiko fisik disebabkan karena sifat produk itu sendiri dan kelalaian petugas dalam penanganan, sedang resiko ekonomik merupakan resiko diluar jangkauan peternak seperti adanya inflasi, fluktuasi harga produk dan kenaikan harga bahan bakar.

Dalam pemasaran, informasi pasar merupakan salah satu fungsi fasilitas yang berperan memperlancar fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Informasi pasar meliputi kegiatan-kegiatan pengumpulan/pencatatan

data, analisa dan publikasi data, fakta dan gejala-gejala kualitatif dan kuantitatif di sekitar pengaliran produk dari produsen ke konsumen.

Di negara-negara berkembang, perencanaan dan kebijaksanaan pemasaran sering menghadapi kesulitan akibat munculnya variabel-variabel dalam pasar yang sulit dikendalikan (Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri, 1976). Sabrani dalam Poultry Indonesia (1981) mengatakan bahwa problema mendasar dalam pengembangan pemasaran bagi peternak kecil adalah tidak adanya data produksi yang tepat, baik dari produsen maupun konsumen. Oleh karena itu diperlukan organisasi yang menghidupkan informasi pasar (market information) untuk mengatur keseimbangan pasar.

Di lain pihak, informasi pasar berguna bagi komponen produsen, antara lain :

- a. Merencanakan investasi dalam usaha taninya dan mengambil keputusan tentang struktur usaha taninya (dalam jangka panjang).
- b. Mengarahkan produksi dan penjualan hasil pertanian agar dapat memperoleh keuntungan yang lebih baik dari keadaan atau kesempatan pasar yang ada.
- c. Merencanakan pembelian sarana produksi, agar petani/produsen mendapat kemudahan dan keuntungan lewat sistem pemasaran masukan produksi yang ada.

Sedangkan bagi lembaga pemasaran, informasi pasar bermanfaat untuk :

- a. Merencanakan dan menentukan tempat serta waktu pembelian dan penjualan sejumlah barang niaga tertentu.
- b. Memperlancar proses pemasaran, khususnya dalam memenuhi permintaan pembeli atas sejumlah barang dalam waktu, tempat, jenis kualitas dan harga tertentu (Departemen Perdagangan, 1976).

### Biaya dan Marjin Tataniaga

#### Biaya Tataniaga

Biaya tataniaga adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam rangkaian proses pergerakan barang dari titik produksi ke titik konsumsi (Kohls, 1958). Selanjutnya Hamid dan Teken (1972) mengatakan pembiayaan tataniaga (marketing finance) meliputi penyediaan investasi modal terhadap barang dan fasilitas yang diperlukan dalam proses tataniaga.

Besar kecilnya biaya tataniaga tergantung besar kecilnya kegiatan lembaga tataniaga dan jumlah fasilitas yang dibutuhkan. Secara garis besar Hamid dan Teken (1972) menyebutkan pos-pos pengeluaran yang merupakan biaya tataniaga pertanian yaitu pengangkutan, penyimpanan, upah buruh, resiko, bunga kredit, seleksi, pengepakan, pengolahan, informasi pasar dan pajak. Biaya pemotongan ayam muda di RPA DKI Jakarta dikatakan sebesar Rp. 36.25/ekor oleh Fakultas Peternakan IPB dan Pemerintah DKI Jakarta (1974). Selanjutnya Sudaryani (1982)

mengatakan bahwa pada pemasaran ayam ras pedaging melalui RPA, peternak dibebani biaya sebesar Rp. 7.45/ekor.

### Marjin Tataniaga

Marjin tataniaga didefinisikan sebagai perbedaan harga yang diterima produsen terhadap produk yang diterima konsumen akhir (Azzaino, 1982). Jika penjualan/penyaluran produk melalui banyak lembaga, maka marjin tataniaganya merupakan penjumlahan marjin-marjin lembaga tersebut. Mubyarto (1976) menjelaskan bahwa biaya tataniaga (marketing marjin) dalam ekonomi pertanian tidak merupakan biaya dalam arti sehari-hari yang seladapat ditekan. Dengan kata lain biaya tataniaga dapat tinggi sesuai dengan kegiatan yang diberikan terhadap barang serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Besar kecilnya marjin tataniaga (M) dipengaruhi oleh perubahan biaya tataniaga (B), keuntungan perantara (K), harga yang dibayar konsumen akhir ( $H_e$ ) dan harga yang diterima produsen ( $H_p$ ). Pernyataan diatas dapat disederhanakan dalam persamaan berikut :

$$M = B + K$$

$$M = H_e - H_p$$

Selain faktor diatas, sifat barang yang diperdagangkan dan tingkat pengolahan juga mempengaruhi besarnya marjin tataniaga.

Marjin tataniaga akan semakin besar dengan berkembang dan kompleksnya sistem tataniaga. Semakin tinggi

pendapatan masyarakat dan tingkat kemakmurannya maka konsumen makin menginginkan banyak pilihan terhadap produk yang dijual. Dengan demikian fungsi pengolahan akan berperan penting yang didukung dengan biaya pengolahan.

Variasi margin tataniaga dipengaruhi pula oleh jarak daerah produsen dengan konsumen, sifat barang yang secara keseluruhan akan menambah biaya pemasaran. Muhyarto (1979) menambahkan bahwa banyaknya pungutan-pungutan liar baik resmi maupun tak resmi disepanjang jalan produsen ke konsumen dapat mempengaruhi margin tataniaga.

Hasil Survey Fakultas Peternakan IPB dengan Pemerintah DKI Jakarta (1974) menyebutkan margin tataniaga ayam ras pedaging di Jakarta sebesar 15 persen (termasuk ongkos dan keuntungan). Persentase ini dikatakan cukup besar namun memberikan keuntungan yang sedikit pada peternak.

#### Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga suatu komoditi bervariasi menurut wilayah, waktu dan cara penanganan. Menurut Hamid dan Teken (1972) saluran tataniaga tergantung pada perbedaan kondisi alam dan tingkat teknologi. Volume barang yang diterima suatu lembaga tataniaga dapat menunjukkan besar kecilnya peranan lembaga tersebut dalam pemasaran.

Berdasarkan kasus pemasaran ayam ras pedaging di DKI Jakarta, menunjukkan peranan Poultry Shop sangat

kecil, karena sebagian besar peternak menjual produknya langsung ke pengecer di pasar dan sebagian kecil ke pedagang pengumpul dan Poultry Shop (Fakultas Peternakan IPB dan Pemerintah DKI Jakarta, 1974). Selanjutnya dikatakan saluran tataniaga ayam ras pedaging di DKI Jakarta bergerak melalui tiga arah, yaitu pengumpul, prosesor dan langsung ke pasar. Keadaan ini tidak jauh berbeda dengan hasil penelitian Pusat Penelitian Agro Ekonomi di daerah Bogor, Tangerang dan Bekasi tahun 1982.

Daerah Bekasi memiliki pemasaran lebih kompleks lagi, karena melibatkan lembaga Koperasi, Rumah Potong Ayam (RPA) dan konsumen lembaga seperti hotel dan restoran. Di Samarinda Kalimantan Timur pemasaran ayam ras pedaging juga menuju ke tiga arah yaitu pedagang pengecer, konsumen rumah tangga dan rumah makan atau leveransir perusahaan minyak (Rosichon, 1983). Di wilayah yang sama yaitu kota Balikpapan persentase pemasaran ayam ras pedaging 84 persen ke pedagang pengecer, 12 persen ke leveransir perusahaan minyak dan empat persen ke konsumen rumah tangga. Terlihat pemasaran ke konsumen rumah tangga lebih sedikit dibandingkan dengan leveransir perusahaan minyak, hal ini sesuai dengan keadaan kota yang didominasi oleh perusahaan minyak (Rosichon, 1983).

### Keefisienan Sistem Tataniaga

Perubahan-perubahan yang bertujuan memperbaiki tataniaga berarti meningkatkan efisiensi tataniaga (Hamid dan Teken, 1972). Sistem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu (1) Mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan (2) Mampu mengadakan pembagian yang adil dalam keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut (Mubyarto, 1979). Selanjutnya dijelaskan yang dimaksud adil dalam hal ini adalah pemberian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai dengan sumbangannya masing-masing.

Salah satu cara untuk mengukur efisiensi tataniaga ialah dengan mengukur margin tataniaga (Kohls, 1972). Makin kecil margin tataniaga tidak selalu menjamin sistem tataniaga semakin efisien. Jika mengecilnya margin tataniaga disertai dengan menurunnya kepuasan konsumen, maka dapat dipastikan sistem tataniaga produk tersebut tidak efisien. (Rashid, 1973). Dengan makin tingginya pendapatan, konsumen menginginkan banyak pilihan terhadap produk, dengan sendirinya margin tataniaga akan semakin bertambah untuk proses-proses pengolahan

Salah satu indikator yang dapat mengukur efisiensi tataniaga ialah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (farmer's share) (Azzaino, 1982).

Dikatakan selanjutnya jika bagian yang diterima produsen rendah, dapat menunjukkan produk tersebut dijual dalam pasar tak bersaing sempurna. Hal ini dibenarkan oleh Hamid dan Teken (1972), bahwa dalam pasar tidak bersaing sempurna pedagang perantara akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dan abnormal.

Disarankan oleh Direktorat Perdagangan Dalam Negeri (1976) bahwa untuk perbaikan sistem tataniaga harus dilihat dari tiga aspek yaitu (1) Memperbaiki teknologi lepas panen, (2) Memperbaiki sistem pemasaran dan (3) Memperbaiki 'marketing service' dan kelembagaan dalam pemasaran.

#### Peranan Pemerintah dalam Tataniaga

Tataniaga yang ekonomis dan efisien merupakan salah satu syarat mutlak pembangunan pertanian (Mosher, 1968). Pelaksana-pelaksana suatu sistem tataniaga dalam suatu negara dapat dilaksanakan oleh pedagang swasta, badan-badan pemerintah atau kombinasi keduanya. Disamping itu harus selalu ada aktivitas-aktivitas tertentu yang dijalankan sendiri oleh pemerintah.

Tujuan campur tangan pemerintah dalam tataniaga ialah untuk membantu warga masyarakat mencapai efisiensi tertinggi dalam meningkatkan kesejahteraannya (Mubyarto, 1979). Untuk mencapai tujuan tersebut pemerintah pusat maupun daerah mengeluarkan peraturan-peraturan tertentu yang berbentuk Undang-Undang, Peraturan Pemerintah,

Keputusan Presiden, Keputusan Menteri dan sebagainya.

Dengan sifat produksi peternakan yang umumnya berskala kecil, menyebar dan tingkat pendidikan peternak yang rendah, sedangkan pembeli baik pedagang, tengkulak maupun konsumen langsung rata-rata memiliki pendidikan lebih tinggi mengakibatkan bentuk pasar seringkali mengarah pada monopsoni atau oligopsoni. Salah satu kekuatan yang berpengaruh besar pada bekerjanya gaya-gaya ekonomi adalah pemerintah (Mubyarto, 1979). Kepre 50/81 adalah salah satu contoh campur tangan pemerintah dalam menangani masalah perbaikan struktur pasar maupun pemasaran hasil produksinya.

Dalam kebijaksanaan pemasaran, koperasi dalam jangka panjang harus mendominasi pemasaran ternak di Indonesia (Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri, 1976). Di daerah Tangerang, Bekasi dan Bogor peranan Koperasi sudah mulai terlihat pada tahun 1981, tetapi pada tahun 1982 Koperasi di Bekasi dan Tangerang tergeser perannya oleh pedagang (Pusat Penelitian Agro Ekonomi, 1983).

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey, yaitu suatu metode yang bertujuan mengumpulkan sejumlah besar variabel mengenai sejumlah besar individu melalui alat pengukur wawancara (Vredenburg, 1980).

Keterangan yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan responden yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari Dinas Peternakan DKI Jakarta, Unit Peternakan Ayam DKI Jakarta, Suku Dinas Peternakan Wilayah Jakarta Selatan, Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I dan sumber-sumber pustaka yang tersedia di Perpustakaan.

Penelitian ini dilakukan di Wilayah Jakarta Selatan pada tanggal 1 - 30 Mei 1984. Koperasi Peternakan Unggas Jakarta Selatan I (KPU JS I) diambil sebagai sampel. Responden peternak diambil secara 'purposive' berdasarkan keterangan pengurus koperasi yaitu peternak anggota koperasi yang masih melakukan usaha beternak ayam ras pedaging. Jumlah responden lembaga pemasaran diambil secara 'purposive' pula berdasarkan keterangan peternak. Jumlah responden peternak, pengumpul, prosesor dan pedagang pengecer disajikan dalam Tabel 1,2 dan 3.

Tabel 1. Nama Lokasi Kelurahan dan Jumlah Responden Peternak Ayam Ras Pedaging Anggota Koperasi yang Diteliti

Nama Lokasi Kelurahan	Jumlah Responden
	..... orang .....
1. Jagakarsa	6
2. Tanjung Barat	3
3. Pejaten	1
4. Jati Padang	1
5. Ciganjur	2
6. Ragunan	1
Jumlah	14

Tabel 2. Nama Lokasi Pasar dan Jumlah Responden Pedagang Daging Ayam Ras yang Diteliti

Nama Lokasi Pasar	Jumlah Responden
	..... orang .....
1. Pasar Minggu	4
2. Blok M	2
3. Mampang	1
4. Jati Padang	1
Jumlah	8

Tabel 3. Nama Lokasi Pengumpul dan Jumlah Pedagang Pengumpul yang Diteliti

Nama Lokasi Pasar.	Jumlah Responden
	..... orang .....
Cilandak	1
Pondok Labu	1
J u m l a h	2

### Metode Analisis

#### Saluran Tataniaga

Analisis data untuk saluran tataniaga ayam ras pedaging dilakukan secara deskriptif, meliputi (1) Skema saluran tataniaga ayam ras pedaging dari peternak sampai konsumen rumah tangga dan (2) Volume ayam dari masing-masing saluran.

#### Biaya Tataniaga

Analisis data untuk tataniaga ayam ras pedaging, dilakukan secara tabulasi dengan menghitung tiap komponen biaya tataniaga. Komponen biaya tataniaga tersebut dihitung dalam satuan rupiah perkilogram karkas yang terdiri dari biaya (1) Pengangkutan, (2) Buruh tetap, (3) Buruh lepas, (4) Pemotongan, (5) Resiko, (6) Pembungkusan dan (7) Penyimpanan dan (8) Biaya lain (retribusi pasar dan pungutan liar).

### Keefisienan Sistem Tataniaga

Analisis data untuk penilaian keefisienan sistem tataniaga ayam ras pedaging dilakukan melalui perhitungan margin tataniaga.

Perhitungan biaya dan margin tataniaga oleh Hamid dan Teken (1972) dirumuskan sebagai berikut :

$$M = H_e - H_p = B + \cancel{li} \qquad L_p = \frac{H_p}{H_e}$$

M = Margin tataniaga (Rp/Kg)

H<sub>e</sub> = Harga eceran (Rp/Kg)

H<sub>p</sub> = Harga di tingkat peternak (Rp/Kg)

B = Biaya tataniaga

~~li~~ = Keuntungan lembaga tataniaga (Rp/Kg)

L<sub>p</sub> = Bagian harga eceran yang diterima peternak  
(farmer's share)

Rumus tersebut digunakan dalam setiap tingkatan lembaga tataniaga.

### Peranan Koperasi

Analisis peranan koperasi dalam tataniaga ayam ras pedaging secara deskriptif dilihat berdasarkan kelancaran memperoleh input produksi, pemasaran dan keuntungan yang diterima peternak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Keadaan Peternakan Ayam Ras Pedaging di Wilayah Jakarta Selatan

Jenis usaha peternakan ayam ras di DKI Jakarta dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu perusahaan peternakan dan peternakan rakyat. Pada Tabel 4 diperlihatkan jumlah perusahaan peternakan di sekitar DKI Jakarta menurut Laporan Tahunan Dinas Peternakan DKI Jakarta 1982. Pada tabel tersebut dijelaskan bahwa terdapat 14 buah perusahaan peternakan, enam diantaranya berada di wilayah Jakarta Selatan. Produksi ayam dari peternakan rakyat di wilayah Jakarta Selatan dilaporkan sebesar 248 200 ekor (Laporan Tahunan Suku Dinas Peternakan Jakarta Selatan, 1982). Jumlah tersebut diperoleh dari 161 peternakan rakyat.

Dari 161 peternak rakyat, 57.14 persen berada di daerah kerja Koperasi Peternakan Unggas Jakarta Selatan I (KPU JS I) Pasar Minggu, sedang selebihnya 42.86 persen berada di daerah kerja KPU JS II Ciputat.

Berdasarkan cara memperoleh modal, peternakan rakyat Jakarta Selatan dibagi menjadi tiga macam yaitu peternak peserta kredit Keppres 50/81, peserta kredit Bimas dan peternak swadaya. Tabel 5. menjelaskan bahwa dari 92 peternak yang berada di Pasar Minggu 42.39 persen bersumber dari modal pribadi. Untuk mengetahui penggolongan peternakan rakyat berdasarkan cara memperoleh modal, akan dijelaskan melalui Gambar 3.

Tabel 4. Daftar Jumlah Perusahaan Peternakan dan Produksinya di DKI Jakarta

Wilayah	Banyak Perusahaan	Bentuk Usaha	Produksi (ekor)	Persentase (%)
Jakarta Pusat	-	-	-	-
Jakarta Utara	3	Pribadi	15 700	4.27
Jakarta Timur	4	PT/Pribadi	118 475	32.25
Jakarta Selatan	6	PT/Pribadi	134 500	36.61
Jakarta Barat	1	Pribadi	98 700	26.87
Jumlah	14		367 375	100.00

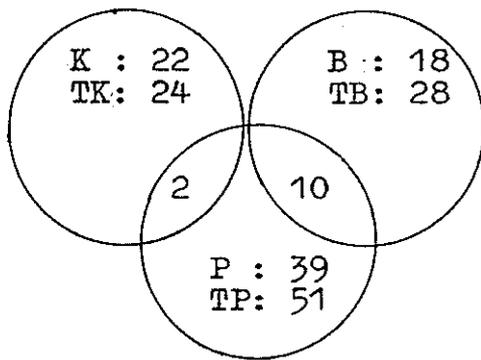
Sumber : Laporan Tahunan Dinas Peternakan DKI Jakarta, 1982.

Tabel 5. Daftar Jumlah Peternak Berdasarkan Cara Memperoleh Modal di Jakarta Selatan

Jenis Modal	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Bimas	18	19.56
Keppres 50/81	22	23.91
Pribadi	39	42.39
Bimas dan Pribadi	10	10.87
Keppres dan Pribadi	2	2.17
Koperasi PAM	1	1.09
Jumlah	92	100.00

Sumber : Laporan Tahunan Suku Dinas Peternakan Jakarta Selatan, 1983.

Gambar 3. Penggolongan Peternakan Rakyat Berdasarkan Cara Memperoleh Modal di Jakarta Selatan



Keterangan :

- K : Jumlah Peserta Keppres  
 TK : Total Peserta Keppres  
 B : Jumlah Peserta Bimas  
 TB : Total Peserta Bimas  
 P : Jumlah Peternak Swadaya  
 TP : Total Peternak Swadaya

Dari Gambar 3. terlihat bahwa hampir sebagian besar peternak yaitu 51 peternak, mampu membiayai usahanya sendiri, sedang beberapa peternak lain masih menggantungkan pada kredit Bimas maupun Keppres. Dari keadaan di atas dapat dijelaskan bahwa adanya kredit peternakan dari pemerintah sangat membantu peternak kecil untuk dapat menjalankan usahanya.

Koperasi Peternak Unggas didirikan pada tahun 1981 sehubungan dengan dikeluarkannya Keppres 50/81. Dengan adanya koperasi tersebut, peternak yang semula menyebar dengan skala kecil dapat bersatu dalam koperasi untuk lebih memudahkan dalam memperoleh sarana produksi dan pemasaran hasil produksi.

Dibandingkan dengan jumlah peternakan rakyat di wilayah Jakarta yang lain, Jakarta Selatan memperlihatkan perkembangan perunggasan yang baik dan memiliki peranan cukup besar dalam memenuhi kebutuhan daging untuk daerah

DKI Jakarta. Sudaryani (1980) mengatakan bahwa perkembangan perunggasan yang baik di Jakarta Selatan ditunjang oleh keadaan geografi dan suhu yang memungkinkan.

#### Kedaaan Peternak Anggota Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I

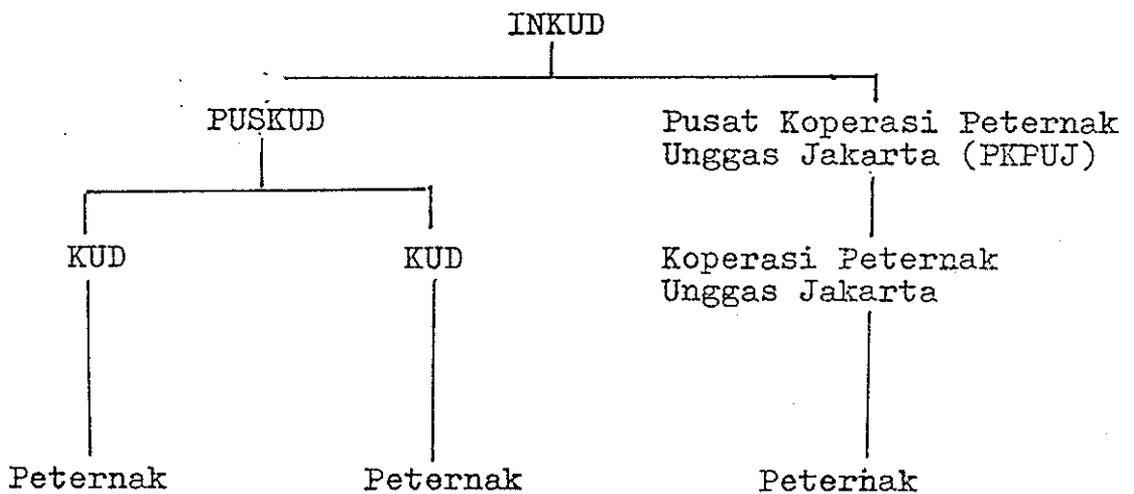
Di daerah DKI Jakarta terdapat lima buah KPU, dua diantaranya berada di wilayah Jakarta Selatan, sedang Jakarta Pusat tidak memiliki KPU. Kedua KPU di Jakarta Selatan tersebut terpisah dalam dua daerah kerja, yaitu KPU Jakarta Selatan I (KPU JS I) di Pasar Minggu dan KPU Jakarta Selatan II di Ciputat. Adanya dua KPU dalam satu wilayah tersebut, dibentuk berdasarkan pertimbangan luas wilayah dan daerah penyebaran ternak.

Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I berkedudukan di Jalan Taman Margasatwa Pasar Minggu. Koperasi yang berasaskan kekeluargaan dan gotong-royong ini bertujuan mengembangkan kesejahteraan anggota dapa khususnya dan daerah kerja pada umumnya.

Untuk mencapai tujuan tersebut, koperasi melakukan usaha-usaha berikut : (1) Mewajibkan dan menggiatkan anggota untuk menyimpan uang pada koperasi secara teratur, (2) Mengadakan penyuluhan dan penerangan untuk meningkatkan mutu peternak. Seperti halnya dengan organisasilain, koperasi memiliki pengurus yang dipilih oleh rapat anggota untuk masa jabatan tiga tahun.

Pembentukan Koperasi Peternak Unggas merupakan tindak lanjut dari Keppres 50/81, dimana dalam pasal 9 disebutkan "Untuk membantu peternak kecil memperoleh bibit dan makanan ternak dengan harga yang layak serta membantu pemasaran hasil produksi, peternak yang berada di pedesaan bergabung dalam KUD, sedang di kota membentuk Koperasi Peternak yang berdiri sendiri". Koperasi dalam kegiatannya tidak berdiri sendiri, melainkan bekerja sama dengan beberapa instansi pemerintah yang lain seperti BULOG, INKUD, PUSKUD, Departemen Koperasi, Departemen Pertanian, Bank Rakyat Indonesi dan instansi lain. Dalam Gambar 4 dijelaskan tentang tata organisasi koperasi yang menangani perunggasan, termasuk di dalamnya Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I.

Gambar 4. Tata Organisasi Koperasi yang Menangani Perunggasan



Sumber : Departemen Perdagangan dan Koperasi, 1982

Sejak tahun 1982 KPU JS I telah mampu menarik 56 peternak rakyat untuk bergabung. Peternak anggota tersebut berasal dari peternak-peternak peserta Bimas yang masih melanjutkan kreditnya dan peternak swadaya calon peserta kredit Keppres.

Daerah kerja koperasi menyebar di berbagai kelurahan seperti Jagakarsa, Pejaten, Jati Padang, Rawa Bambu, Ragunan dan Ciganjur. Jarak antara kelurahan cukup berjauhan, demikian pula terhadap letak KPU JS I di Jalan Taman Margasatwa kelurahan Pasar Minggu.

Dari 56 anggota koperasi, pada saat penelitian hanya empat orang anggota yang masih melanjutkan kredit Keppres maupun Bimas. Peternak yang lain banyak yang sudah beralih pada sumber modal lain seperti UPA DKI Jakarta dan sumber modal swasta lainnya. Pola baru pemberi modal ini sedikit berbeda dengan kredit Bimas maupun Keppres, dimana penjualan produk pada akhir masa pemeliharaan dikembalikan pada pemberi modal. Bibit anak ayam, makanan ternak, obat-obatan dan vaksin diberikan pemberi modal pada peternak. Kandang umumnya tidak termasuk dalam sarana yang diberikan, karena umumnya peternak sudah memiliki kandang dari kredit Bimas maupun Keppres. Pada akhir masa pemeliharaan peternak akan menjual produk pada pemberi modal dan peternak akan memperoleh selisih hasil penjualan dengan nilai sarana produksi yang telah diberikan. Untuk memudahkan pembahasan selanjutnya, peternak dengan pola demikian diistilahkan sebagai peternak kontrak.

### Identifikasi Peternak

Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa tujuh responden (50 %) berpendidikan Sekolah Dasar, satu responden (7.14 %) Sekolah Menengah Pertama, empat responden (28.57 %) Sekolah Pendidikan Guru serta satu responden (7.14 %) Perguruan Tinggi. Hanya terdapat satu responden yang menyatakan tidak sekolah. Untuk pendidikan non formal, yaitu pernah tidaknya mengikuti kursus peternakan, maka 57.14 persen menyatakan pernah mengikuti kursus peternakan yang diadakan oleh Suku Dinas Peternakan Jakarta Selatan.

Kurangnya penyuluhan dan pertemuan peternak akan mengurangi kesempatan peternak untuk memperoleh pengetahuan-pengetahuan baru. Kursus peternakan sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan ketrampilan yang dapat diterapkan dalam usahanya. Manfaat lain ialah menimbulkan rasa persatuan diantara peternak yang dapat membantu dalam pemecahan masalah-masalah pemasaran, permodalan dan masalah sosial lainnya.

Pengalaman berusaha peternak rata-rata tiga tahun seperti yang terlihat pada Tabel 6. Dalam tabel tersebut diperoleh gambaran bahwa 71.43 persen peternak berpengalaman tiga sampai enam tahun, 21.43 persen kurang dari tiga tahun dan 7.14 persen berpengalaman lebih dari enam tahun.

Tabel 6. Daftar Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha dan Pekerjaan Utama Peternak yang Diteliti

Identitas Peternak	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1. Tingkat Pendidikan Formal		
a. Tidak Sekolah	1	7.14
b. S D	7	50.00
c. S L P	1	7.14
d. S L A	4	28.57
e. Perguruan Tinggi	1	7.14
2. Pendidikan Non Formal (Kursus Peternakan)		
a. Pernah	8	57.14
b. Tidak Pernah	6	42.86
3. Pengalaman Usaha (Tahun)		
a. < 3	3	21.43
b. 3 - 6	10	71.43
c. > 6	1	7.14
4. Pekerjaan Utama		
a. Peternak	8	57.14
b. Guru	3	21.43
c. Pedagang	2	14.29
d. Petani	1	7.14

Responden dengan pengalaman kurang dari tiga tahun berasal dari peserta kredit Keppres, karena kredit ini baru dibuka tahun 1982. Jadi meskipun Keppres baru berjalan dua tahun, namun pengalaman peternak Keppres maupun Bimas tidak banyak berbeda. Teknologi perunggasan yang telah maju dan populer merupakan faktor yang mempermudah inovasi beternak ayam ras terhadap peternak baru. Selain itu pola penyebaran dan tumbuhnya peternak baru umumnya berada dalam suatu daerah kelompok ternak.

#### Skala Usaha dan Frekuensi Pemeliharaan

Skala usaha peternak responden disajikan dalam Tabel 7. Dalam tabel tersebut diterangkan bahwa 7.14 persen responden berusaha dengan skala kurang dari 1 000 ekor, 64.29 persen dengan skala 1 000 - 1 500 ekor, 7.14 persen skala 3 001 - 5 250 ekor dan 7.14 persen dengan skala lebih dari 5 250 ekor. Dengan demikian hanya terdapat satu responden yang memiliki skala usaha tidak sesuai dengan ketentuan Keppres 50/81 yaitu dengan skala 5 250. Dengan jumlah tersebut, peternak dapat berproduksi lebih dari 750 ekor per minggu.

Sebagian besar peternak (85.71 %) memasukkan bibit ke kandang dua bulan sekali. Hanya 14.29 persen yang memasukkan bibit dua kali dalam sebulan yaitu peternak dengan skala lebih dari 3 000 ekor (Tabel 7). Dengan demikian terdapat 85.71 persen peternak yang menerima pendapatan hasil usahanya dua bulan sekali dan 14.29 persen menerima dua kali dalam sebulan.

Tabel 7. Skala Usaha, Frekuensi Pemeliharaan, Alokasi Kredit dan Masa Periode Kredit Peternak yang Diteliti

U r a i a n	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1. Skala Usaha		
a. < 1 000	1	7.14
b. 1 000 - 1 500	9	64.29
c. 1 501 - 3 000	2	14.29
d. 3 001 - 5 250	1	7.14
e. > 5 250	1	7.14
2. Frekuensi Pemeliharaan		
a. 2 bulan sekali	12	85.71
b. 2 minggu sekali	2	14.29
3. Periode Kredit		
a. 1 - 3 Periode	6	42.86
b. 4 - 6 Periode	2	14.29
c. > 6 Periode	6	42.86
4. Alokasi Kredit		
a. Bimas	10	71.43
b. Keppres	4	25.87

Sarana Produksi dan Cara Memperoleh Modal

Sarana produksi peternakan (bibit, ransum, obat-obatan dan vaksin) pada peternakan yang diteliti diperoleh dari 'poultry shop' atau disalurkan langsung oleh

pemberi modal/koperasi. Dengan demikian untuk memperoleh sarana produksi, peternak tergantung pada bagaimana cara memperoleh modal.

Bibit anak ayam yang dipelihara peternak berasal dari beberapa strain seperti CP 707, Jumbo 747, Shaver Starbro dan Tatum. Ransum yang digunakan terdiri dari dua macam yaitu ransum stater untuk ayam umur 0 - 4 minggu dan ransum finisher untuk ayam umur 4 - 8 minggu. Makanan ternak tersebut dikeluarkan oleh beberapa merek dagang seperti Charoen Phokphan (phokphan 311 dan 312) serta ransum yang dikeluarkan oleh Induk Koperasi (INKUD). Pada saat penelitian ini dilakukan, koperasi sedang mempersiapkan ransum buatan sendiri yang bekerja sama dengan Pusat Koperasi Peternak Unggas Jakarta (PKPUJ). Di-harapkan ransum tersebut dapat lebih murah dari ransum komersial lainnya.

Sebelum bergabung dalam koperasi, 71.43 persen peternak peserta Bimas memperoleh pinjaman modal langsung dari Bank Rakyat Indonesia, tetapi sekarang modal tersebut disalurkan melalui koperasi berupa sarana produksi. Demikian pula halnya dengan 28.57 persen peternak peserta kredit Keppres.

Tabel 7 menjelaskan bahwa 42.86 persen peternak memiliki masa kredit 1 - 3 periode, 14.29 persen 4 - 6 periode dan 42.86 persen lebih enam periode. Dengan demikian terdapat 57.15 persen peternak yang memelihara ternak kurang dari satu tahun. Ketidak mampuan

melanjutkan kredit adalah karena tidak sanggupnya peternak membayar angsuran kredit pada setiap periode, sehingga tidak dapat memenuhi persyaratan untuk melanjutkan kredit periode selanjutnya.

Peternak yang memiliki tunggakan kredit tersebut akhirnya beralih pada sumber modal lain agar dapat melanjutkan usahanya dan menutup kekurangan nagsuran kreditnya. Badan-badan usaha seperti 'poultry shop', PT Agro, UPA DKI Jakarta merupakan sumber modal yang baru bagi peternak.

#### Penggunaan Tenaga Kerja

Penggunaan tenaga kerja pada peternakan yang diteliti dapat digolongkan menjadi dua macam yaitu tenaga keluarga dan buruh tetap. Dalam Tabel 8 terlihat 85.71 persen peternak menggunakan tenaga keluarga untuk mengelola usahanya dan 14.29 persen menggunakan buruh tetap. Rata-rata setiap peternakan yang diteliti menggunakan 2 orang buruh tetap. Dalam penggunaan buruh tetap, peternak umumnya mempertimbangkan waktu dan tenaga yang tersedia untuk usahanya dan biaya upah buruh yang harus dikeluarkan.

Penggunaan tenaga kerja ditinjau dari skala pemilikan dapat menjelaskan keefisienan teknis penggunaan tenaga kerja. Dalam skala 1 000 - 1 500 ekor ayam diperlukan 0.016 Tenaga Kerja per Satuan Ternak, sedang untuk skala 1 501 - 3 000 memerlukan 0.009 Tenaga Kerja per Satuan

Ternak. Dengan demikian penggunaan tenaga kerja akan lebih efisien dengan meningkatnya skala usaha, selain itu penggunaan buruhtetap akan mempengaruhi pendapatan bersih peternak. Oleh karena itu pada peternakan rakyat yang diteliti, banyak yang menggunakan tenaga keluarga daripada buruh tetap.

Tabel 8. Penggunaan Tenaga Kerja pada Peternakan yang Diteliti

U r a i a n	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Tenaga Keluarga	12	85.71
Buruh Tetap	2	14.29
J u m l a h	14	100.00

#### Keefisienan Penggunaan Ransum

Keefisienan penggunaan ransum (KPR) adalah jumlah ransum yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu kilogram bobot hidup. Makin sedikit ransum yang diperlukan, penggunaannya akan makin efisien (Wahyu, 1978). Diwyanto dan M. Sabrani (1980) dalam penelitiannya mendapatkan konversi ransum untuk strain CP 707, Hubbard dan Starbro masing-masing sebesar 2.09, 2.11 dan 2.16 pada pemeliharaan delapan minggu.

Risnawati dan Diwyanto (1979) mengatakan bahwa ayam ras pedaging dapat dipasarkan pada umur 6 - 10 minggu, sedangkan Siregar et al (1982) mengatakan bahwa ayam yang dikehendaki pasar ialah dengan bobot 1.3 - 1.5 Kilogram per bobot hidup.

Rataan bobot hidup ayam yang dihasilkan peternak responden berkisar 1.2 - 1.6 Kilogram. Besaran ini bervariasi dipengaruhi oleh lama pemeliharaan yang berkisar 39 - 45 hari (6 minggu). Pada Tabel 9 terlihat bahwa 64.29 persen peternak memelihara ayam dalam waktu 45 hari dan 35.71 persen dalam waktu kurang dari 45 hari.

Tabel 9 menjelaskan pula bahwa keefisienan penggunaan ransum dengan masa pemeliharaan sama atau lebih dari 45 hari akan lebih tinggi dari kelompok peternak dengan masa pemeliharaan ayam kurang dari 45 hari. Hasil ini sesuai dengan pendapat Wahyu (1978) bahwa kurva pertumbuhan ayam broiler menunjukkan garis yang semakin meningkat terhadap umur menjelang dewasa. Pertumbuhan ayam broiler akan semakin aktif pada umur mendekati delapan minggu. Diwyanto dan M. Sabrani (1981) mengatakan bahwa semakin efisien penggunaan ransum akan semakin besar keuntungan yang diperoleh peternak. Kemudian oleh Bishop (1979) dijelaskan bahwa dengan meningkatnya input produksi sampai batas tertentu dapat meningkatkan output produksi. Hal ini berarti pemberian ransum sampai batas-batas tertentu akan menghasilkan bobot hidup ayam yang optimum.

Tabel 9. Konversi Makanan Berdasarkan Lama Pemeliharaan dan Skala Usaha Peternak yang Diteliti

U r a i a n	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Konversi Peng gunaan Ransum
1. Berdasarkan Lama Pemeliharaan			
a. 45 Hari	9	64.29	2.09
b. 45 Hari	5	35.71	2.39
2. Berdasarkan Skala Usaha (ekor)			
a. 500 - 1 500	10	71.43	2.25
b. 1 500 - 3 000	2	14.29	2.03
c. 3 000	2	14.29	2.00

Penjualan Ayam Ras Pedaging Hidup dari Peternak

Informasi tentang penjualan ayam ras pedaging peternak meliputi frekuensi penjualan, volume penjualan, status pembeli, cara pembelian, cara pembayaran dan harga jual.

Dari Tabel 10, terlihat bahwa sebagian besar peternak (85.71 %) melakukan penjualan dua bulan sekali dan 14.8 persen melakukan penjualan dua minggu sekali. Frekuensi penjualan tersebut berhubungan erat dengan frekuensi pemasukan bibit anak ayam ke dalam kandang untuk dipelihara. Volume tiap penjualan 500 - 1 500 ekor

Tabel 10. Frekuensi dan Volume Penjualan, Status Pembeli dan Cara Pembayaran dalam Penjualan Ayam Ras Pedaging.

U r a i a n	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1. Frekuensi Penjualan		
a. 2 Bulan Sekali	12	85.71
b. 2 Minggu Sekali	2	14.29
2. Volume Penjualan (ekor)		
a. 500 - 1 500	12	85.71
b. 1 501 - 3 000	2	14.29
3. Status Pembeli		
a. Pemberi Modal	8	57.14
b. Pengumpul Non Koperasi	5	35.71
c. Diproses sendiri	1	7.14
4. Cara Pembelian		
a. Diantar ke Tempat Pembeli	4	28.57
b. Datang ke Lokasi	9	64.29
c. Tidak Dijual (di- proses sendiri)	1	7.14

sebesar 71.43 persen, sedangkan diatas 1 500 ekor ayam sebesar 14.28 persen.

Pada saat penelitian dilaksanakan, semua responden memasarkan melalui pengumpul yang sudah menjadi langgan-an. Status para pembeli berhubungan dengan cara peter-nak memperoleh modal. Terdapat 57.14 persen peternak yang menjual pada pemberi modal, 35.71 persen pada pe-ngumpul dan 7.14 persen di proses sendiri atau tidak dijual. Dari keadaan diatas, dapat diterangkan bahwa peternak tidak terlalu sulit untuk mencari pembeli. Bahkan kadang-kadang pengumpul yang sulit mencari peter-nak.

Cara pembelian yang banyak dilakukan ialah pembeli mendatangi lokasi peternakan (64.29 %), sedangkan 28.57 persen diantar ke tempat pembeli. Selain itu peternak UPA DKI Jakarta yang melakukan penjualan diantar ke tem-pat pembeli. Dengan demikian, 64.29 persen peternak tidak memerlukan biaya tambahan untuk penjualan, sedang-kan 28.57 persen memerlukan biaya transportasi.

Harga penjualan ayam ras pedaging hidup pertengah-an bulan Mei 1984 berkisar antara Rp 1 147.5 per Kg bo-bot hidup. Rataan bobot ayam yang dijual ialah 1.45 Kg bobot hidup. Harga ini ditentukan oleh pembeli yang memiliki pengetahuan harga pasar lebih luas dari peter-nak. Hal ini sesuai dengan pendapat Sabrani (1982), bahwa pada dasarnya peternak adalah penerima harga, se-dangkan pedagang pengumpul dengan pengalaman dan

informasi pasar lebih baik, merupakan penentu harga.

Cara pembayaran biasanya dilakukan secara kontan, dapat juga satu sampai tiga hari setelah panen. Bagi peternak kontrak, bagian yang diterima adalah selisih hasil penjualan dengan nilai sarana produksi yang diterima. Harga penjualan produk kepada pemberi modal sedikit lebih rendah dari harga jual pada pengumpul bebas (Tabel 11).

Tabel 11. Harga Penjualan Ayam Ras Pedaging Hidup Peternak Berdasarkan Status Pembeli

P e m b e l i	Jumlah (orang)	Persentase ( % )	Rataan Harga Jual (Rp/Kg Bobot Hidup)
Pemberi Modal	10	71.43	1 157.20
Pengumpul Bebas	3	21.43	1 162.50
Diproses Sendiri	1	7.14	-

Secara garis besar, peternak tidak mengalami kesulitan dalam menerima pembayaran dari pemberi modal maupun pengumpul bebas, hanya fluktuasi harga pasar yang sering mengkhawatirkan peternak.

## Karakteristik Pasar yang Diteliti

### Lokasi Pasar

Lokasi pasar yang diteliti adalah Pasar Minggu, Pasar Blok M dan Pasar Warung Buncit. Kondisi jalan dari lokasi peternakan ke pasar-pasar tersebut umumnya baik dan sarana transportasi umum cukup banyak. Pasar Blok M, Pasar Minggu dan Warung Buncit adalah pasar sentral yang merupakan pasar kecamatan dengan lokasi cukup luas dan mampu menampung cukup banyak pedagang.

Menurut Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen (1984), pasar adalah tempat penjual barang dan jasa atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Oleh karena itu toko milik Koperasi Serba Usaha Sejati Mulia di Jati Padang yang diteliti, dapat disebut sebagai pasar.

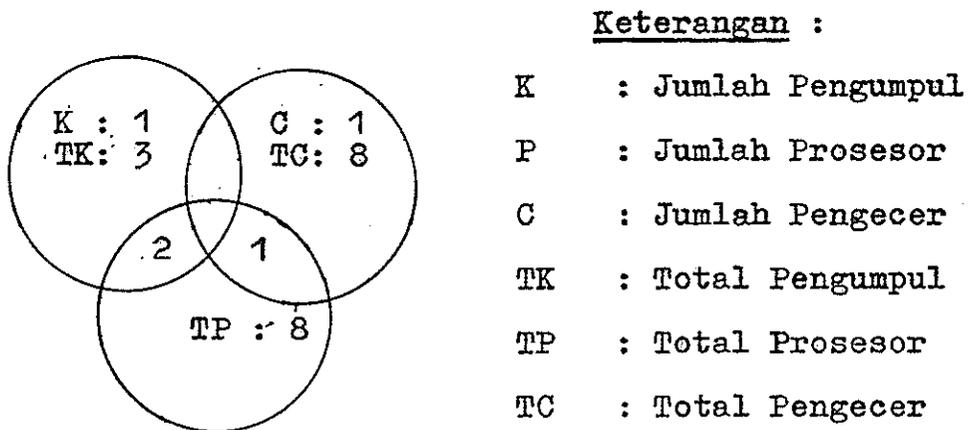
### Identifikasi Pedagang

Pedagang dalam pemasaran ayam ras pedaging, dapat dibagi menjadi tiga kegiatan yaitu pedagang pengumpul, pedagang pemotong (prosesor) dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul mengadakan pembelian dan penjualan ayam hidup, pedagang pemotong digolongkan pada penjual jasa yang mengubah ayam hidup menjadi karkas, sedangkan pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual karkas ayam pada konsumen akhir. Ketiga kegiatan lembaga diatas tidak selalu berdiri sendiri, melainkan dapat bergabung satu dengan lainnya seperti terlihat pada Tabel 12 dan Gambar 5.

Tabel 12. Pengelompokan Lembaga Pemasaran Ayam Ras Pedaging Berdasarkan Jenis Kegiatan

U r a i a n	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pengumpul	1	9.09
Pengumpul dan Prosesor	2	18.18
Prosesor dan Pengecer	7	63.64
Pengecer	1	9.09

Gambar 5. Pengelompokan Lembaga Pemasaran Ayam Ras Pedaging Berdasarkan Jenis Kegiatan



Tabel 13 memperlihatkan bahwa 54.54 persen pedagang berpendidikan Sekolah Dasar. Hal ini diperoleh berdasarkan tingkat pendidikan pedagang prosesor dan pengecer. Pedagang dengan tingkat pendidikan SLP sebesar 18.18 persen, SLA sebesar 18.18 persen dan Perguruan Tinggi 0.09 persen. Demikian halnya dengan pedagang pengumpul, walaupun rata-rata memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang lainnya.

Tabel 13. Tingkat Pendidikan Pedagang yang Diteliti Menurut Jenis Kegiatan

Jenis Kegiatan	Tingkat Pendidikan				Jumlah
	S D	SLP	SLA	P T	
Pengumpul	-	-	1	-	1
Pengumpul dan Prosesor	1	-	1	-	2
Prosesor dan Pengecer	5	2	-	-	7
Pengecer	-	-	-	1	1
Jumlah	6	2	2	1	11
Persentase ( % )	54.54	18.18	18.18	9.09	100.00

Sebagian besar pedagang (81.82 %) mengatakan menjual ayam hidup/karkas sebagai pekerjaan utama, sedangkan 9.09 persen pedagang bekerja sebagai guru dan pensiunan (Tabel 14). Oleh karena itu, terdapat 81.82 persen pedagang yang menggantungkan pendapatannya dari hasil penjualan barang dan jasa ayam ras pedaging.

Dilihat dari lamanya berusaha, dapat dikatakan bahwa sebagian besar pedagang (81.82 %) berpengalaman empat sampai enam tahun, 9.09 persen kurang dari empat tahun dan 9.90 persen lebih dari enam tahun. Keadaan ini memperlihatkan bahwa para pedagang dapat mengelola usahanya hingga mampu mempertahankan bahkan mengembangkan usahanya.

Tabel 14. Pekerjaan Utama dan Pengalaman Usaha Pedagang yang Diteliti

U r a i a n	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1. Pekerjaan Utama		
a. Pedagang/Jual Jasa	9	81.82
b. Guru	1	9.09
c. Pensiunan	1	9.09
2. Pengalaman Usaha		
a. < 4 Tahun	1	9.09
b. 4 - 6 Tahun	9	81.82
c. > 6 Tahun	1	9.09

Ketrampilan yang diperoleh dari pengalaman tersebut umumnya belum ditunjang dengan kemampuan manajerial yang baik.

#### Bentuk dan Tingkat Pasar

Dilihat dari jumlah penjual dan pembeli, bentuk pasar komoditi ayam ras pedaging di tiga pasar yang diteliti adalah pasar persaingan sempurna. Hal ini disebabkan telah memenuhi syarat bentuk pasar persaingan sempurna yang dikemukakan oleh Hamid dan Teken (1972), yaitu barang yang diperjual belikan sama (homogen), jumlah penjual maupun pembeli banyak, bebas keluar masuk pasar dan mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang

keuntungan (harga pasar).

Dengan sifat produksi peternakan yang relatif kecil, menyebar dan tingkat pendapatan rendah, di pihak lain pedagang rata-rata memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi dari peternak, akibatnya bentuk pasar pada tingkat ini tidak merupakan pasar persaingan sempurna (Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 1976). Hal ini disebabkan oleh makin melemahnya peranan koperasi dan kuatnya peranan swasta. Pada saat penelitian terlihat banyak peternak anggota koperasi yang beralih pada sumber modal swasta dan perusahaan pemberi modal lainnya. Dengan demikian pemilik modal dapat menguasai produk di pasar serta mempengaruhi harga pasar. Keadaan ini memperlihatkan kecenderungan perubahan bentuk pasar ke arah monopsoni dan oligopsoni.

Pedagang pengumpul berdasarkan proses pengaliran barang dapat digolongkan sebagai pedagang tingkat grosir, karena membeli ayam hidup dalam jumlah partai besar. Bagi pedagang pengumpul yang juga melakukan prosesing, digolongkan pada tingkat grosir, karena sebagian karkas dijual dalam bentuk partai kepada pedagang pengecer. Pedagang pengecer ialah pedagang yang melakukan penjualan produk kepada konsumen rumah tangga dalam tingkat eceran.

### Fungsi Tataniaga Ayam Ras Pedaging

Dalam usaha menambah guna ayam ras pedaging, lembaga jasa perlu mempelajari fungsi-fungsi apa saja yang akan dilakukan. Menurut Rubowo (1977), fungsi-fungsi tersebut ditampung oleh produsen dan mata rantai saluran barang tersebut.

#### Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran menciptakan kegunaan hak milik. Fungsi ini meliputi fungsi pembelian dan penjualan.

Cara pembelian yang dilakukan KPU JS I, pengumpul, prosesor dan pedagang pengecer berbeda-beda. Pengumpul membeli dengan mendatangi lokasi peternak, kemudian dijual dengan mengantarkan produk ke tempat prosesor. Bila prosesor adalah sebuah lembaga seperti RPA, maka penjualan karkas dilakukan dengan cara mendatangi lokasi pemotongan (RPA). Dalam penelitian yang dilakukan, banyak ditemukan prosesor yang juga berfungsi sebagai pengecer, sehingga antara prosesor dan pengecer tidak terjadi proses pertukaran.

Pengumpul mendatangi peternak pada akhir masa pemeliharaan yang sebelumnya telah diadakan perjanjian. Cara tersebut disukai peternak, karena mengurangi biaya penjualan dan menghindarkan susut hidup, mati dan memar pada ayam selama perjalanan. Pengangkutan dilakukan dengan memasukkan ayam terlebih dahulu dalam keranjang bambu atau peti, kemudian keranjang-keranjang tersebut

diangkut dengan kendaraan sejenis pick-up milik pedagang pengumpul.

Semua peternak yang diteliti akan menerima pembayaran hasil penjualan secara kontan atau beberapa hari setelah pengambilan. Umumnya pengumpul yang berfungsi sebagai pemberi modal akan melakukan pembayaran 1-7 hari setelah pengambilan ternak. Hal ini dilakukan sekaligus untuk menghitung besar keuntungan yang diterima peternak serta perencanaan untuk pemeliharaan periode berikutnya. Berbeda dengan pembayaran yang pernah dilakukan koperasi, pembayaran pada peternak baru dilakukan apabila koperasi telah menerima hasil penjualan ayam peternak pada rumah potong ayam.

Pembelian ayam oleh pengumpul dilakukan sesuai dengan hari yang telah disepakati, dengan pembeli yang sudah bersifat langganan. Waktu pengambilan dilakukan pada pagi sampai siang hari dengan kendaraan yang dilengkapi dengan keranjang bambu. Bagi pengumpul lembaga seperti UPA DKI Jakarta, pengambilan ayam dilakukan pagi hari agar ayam tidak banyak 'stress' dan susut hidup dalam perjalanan. Untuk mengurangi pengaruh panas matahari terhadap ternak, adakalanya pengumpul membasahi tubuh ayam dengan air. Cara lain yang sering digunakan ialah dengan mengurangi kepadatan ternak dalam keranjang dan memperbaiki sistem pengaturan udara dalam keranjang.

Frekuensi pembelian pedagang pengumpul dan pengecer dilakukan setiap hari dengan volume 1 000 ekor per hari

Tabel 15. Status Pembeli, Asal Produk, Volume Pembelian, Bobot Beli dan Harga Beli Ayam Ras Pedaging di Jakarta Selatan

Status Pembeli	Asal Produk	Rataan Volume Pembelian (ekor/hari hidup)	Rataan Bobot Beli (Kg/Bobot hidup)	Rataan Harga Beli (Rp/Kg Bobot Hidup)
Pengumpul	Peternak	1 000	1.25	1 175
Prosesor	Pengumpul	93	1.27	1 250
Pengecer*	Prosesor	100	1.33	1 250

\*) Pengecer adalah KSU Sejati Mulia yang membeli karkas dari prosesor dengan rata-rata bobot karkas 1.00 Kg dan harga beli Rp 1 700/Kg Karkas

Tabel 16. Status Penjual, Penjualan Produk, Volume Penjualan, Harga Jual Ayam Ras Pedaging di Jakarta Selatan

Status Penjual	Pembeli Produk	Rataan Volume Penjualan (ekor/hari)	Rataan Bobot Jual (Kg/Bobot Karkas)	Rataan Harga Jual (Rp/Kg Bobot Karkas)
Pengumpul	Prosesor	1 000	1.25	1 250
Prosesor*	Pengecer	100	1.00	1 700
Pengecer	Konsumen	93	0.85	1 869

\*) Prosesor adalah peternak yang melakukan prosesing ayam, kemudian menjualnya dalam bentuk karkas pada KSU Sejati Mulia

untuk pengumpul dan 93 ekor untuk prosesor/pengecer (Tabel 15). Dengan demikian setiap harinya pedagang pengumpul dapat menguasai satu peternak dengan skala 1 000 - 1 500 ekor dan mendistribusikan ayam pada sepuluh prosesor/pengecer.

Harga pembelian ayam dari peternak ditentukan oleh pedagang pengumpul berdasarkan harga pasar, demikian juga terhadap harga jual pada prosesor/pengecer. Rata-rata harga beli pengumpul sebesar Rp 1 175/Kg bobot hidup, kemudian di jual pada prosesor seharga Rp 1 250/Kg bobot hidup. Dengan demikian terdapat selisih harga sebesar Rp 75/Kg bobot hidup yang diterima pengumpul.

Proses penjualan selanjutnya dilakukan oleh prosesor dan pengecer. Dalam penelitian ini hanya ditemukan satu prosesor yang menjual pada pengecer yaitu pada KSU Sejati Mulia, sedangkan prosesor lainnya umumnya juga berfungsi sebagai pengecer. Penjualan karkas ayam dilakukan di pasar atau di tempat penjualan lain seperti toko-toko besar dan super market. Pada penjualan di pasar seperti pasar Pasar Minggu, Blok M dan lainnya, konsumen masih dapat memperoleh harga Rp 100 lebih rendah dari harga yang ditawarkan melalui proses tawar menawar.

### Fungsi Fisik

Fungsi fisik menciptakan kegunaan waktu dan tempat. Fungsi ini meliputi fungsi pengangkutan dan penyimpanan.

Pengangkutan merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan pasar, karena dapat menghubungkan sumber penawaran dan permintaan (Hassanudin, 1983). Sarana jalan dan transportasi yang menghubungkan daerah peternak dengan pasar umumnya cukup baik, hanya masalah kemacetan lalu lintas yang sering menghambat proses pengangkutan. Kendaraan-kendaraan angkut pengumpul dapat masuk ke lokasi peternakan melalui jalan desa. Dengan demikian pengangkutan sarana produksipun dapat dengan mudah dilakukan.

Jenis kendaraan yang digunakan pengumpul ialah Daihatsu Pick-Up, Colt dan Toyota Kijang. Kendaraan dengan bak angkut tersebut umumnya mampu membawa 18 keranjang angkut dengan kapasitas 20 - 40 ekor tiap keranjang. Jadi dalam satu kali perjalanan, tiap kendaraan mampu membawa 400 - 800 ekor ayam.

Dengan memperhatikan sistem pengangkutan, terlihat bahwa lembaga pengumpul sangat berperan dalam menghubungkan daerah produksi dengan daerah konsumsi. Kegiatan pengangkutan ini umumnya dilakukan pada pagi hari sampai siang hari. Unit Peternakan Ayam DKI Jakarta melakukan pengangkutan ayam dari peternak pada pagi hari, dan ternak dibawa langsung ke Rumah Potong Ayam di Cakung, dengan demikian resiko susut hidup dan mati dapat dikurangi.

Pedagang pengecer/prosesor melakukan fungsi pengangkutan dari lokasi pemotongan ke lokasi penjualan. Jenis kendaraan yang sering digunakan adalah kendaraan umum

yang disewa seperti Bajaj, Mikrolet dan Taxi.

Konsumen mempunyai beberapa pilihan terhadap karkas yang dijual, baik karkas beku dan karkas segar. Namun sebagian besar konsumen di pasar lebih menyukai karkas segar daripada karkas beku, oleh karena itu pedagang pengecer daging ayam di pasar jarang yang melengkapi dengan alat pendingin pada kiosnya. Berbeda dengan penjualan pada toko-toko besar dan super market seperti yang dilakukan oleh KSU Sejati Mulia dimana penjualan karkas ayam dilakukan pada tempat penyimpanan khusus dengan suhu terkontrol.

Pedagang pengecer yang diteliti memiliki dua cara penyimpanan yang dapat dilakukan bila produknya tidak habis terjual dalam satu hari, yaitu dengan menyimpan dalam lemari pendingin di rumahnya atau dengan merendam karkas dalam kotak yang berisi penuh dengan es batu. Karkas yang sudah disimpan tersebut akan dijual lagi esok hari dengan harga yang lebih rendah dari harga karkas segar. Untuk penjualan yang dilengkapi dengan alat penyimpanan, harga karkas tidak akan dipengaruhi oleh lama penyimpanan, karena penurunan kualitas karkas dapat dihindari.

### Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas merupakan tindakan-tindakan untuk memperlancar pelaksanaan fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fungsi ini meliputi fungsi standardisasi dan

'grading', penanggungan resiko, pembiayaan dan informasi pasar.

Fungsi standarisasi dan 'grading' belum banyak dilakukan oleh peternak dan lembaga-lembaga tataniaga yang diteliti. Penimbangan bobot badan dilakukan untuk menentukan harga jual belum untuk tujuan standarisasi dan 'grading'. Berdasarkan keterangan pedagang pengecer, konsumen rumah tangga banyak yang menyukai karkas ayam dengan berat 0.7 - 1.00 Kg tiap karkas dengan kisaran harga sebesar Rp 1 600 - Rp 1 800 per karkas. Hal ini disebabkan daya beli konsumen yang masih rendah serta dipengaruhi oleh tingkat pendapatan keluarga yang relatif masih rendah pula.

Fungsi penanggungan resiko bertujuan mempelajari segala bentuk resiko yang terjadi selama proses penjualan barang dari produsen sampai konsumen. Resiko fisik yang dialami peternak berupa kematian ternak selama masa pemeliharaan, di tingkat pengumpul berupa resiko susut hidup dan kematian ayam selama pengangkutan dan di tingkat prosesor/pengecer adalah penurunan kualitas karena penanganan yang kurang baik. Bentuk resiko lain ialah resiko ekonomik seperti kenaikan harga makanan ternak dan bibit anak ayam, fluktuasi harga jual ayam hidup, resesi ekonomi dan resiko lain diluar jangkauan peternak dan pedagang.

Tabel 17 memperlihatkan bahwa kematian ternak selama masa pemeliharaan hanya sebesar dua persen.

Tabel 17. Resiko Mati dan Susut Selama Masa Pemeliharaan dan Perjalanan

U r a i a n	Peternak (%)	Pengumpul (%)	Pengecer (%)
Resiko Mati Pemeliharaan	2.0	-	-
Resiko Mati Perjalanan	-	1.0	-
Resiko Susut Hidup	-	1.4	-

Kedua tersebut diatas termasuk baik, karena sesuai dengan yang diperkirakan oleh pembibit. Resiko kematian sampai tingkat dua persen tersebut tidak ditanggung peternak, karena dalam setiap pembelian 100 ekor anak ayam selalu ditambah dua ekor oleh pembibit sebagai penanggungan resiko.

Resiko kematian ayam selama perjalanan ke prosesor sebesar satu persen (Tabel 17) dalam jarak angkut kurang lebih 30 Kilometer. Keadaan ini disebabkan kepadatan ayam dalam keranjang yang terlalu tinggi, suhu terlalu tinggi dalam keranjang serta sirkulasi udara yang tidak lancar dalam keranjang angkut. Untuk mengurangi resiko tersebut, usaha yang dilakukan UPA DKI Jakarta adalah dengan melakukan pengangkutan pada pagi hari, sedang pada pengumpul lain ada yang dengan meyiram tubuh ayam pada saat suhu lingkungan terlalu tinggi. Rasyaf dalam Poultry Indonesia (1982) mengatakan bahwa selama proses pengangkutan penting diperhatikan ventilasi dalam

kendaraan dan diusahakan jangan sampai ayam terkena panas terlalu lama. Oleh karena itu untuk kondisi seperti Jakarta pengangkutan ayam sebaiknya dilakukan pada malam hari, demikian dikatakan oleh Rasyaf dalam *Poultry Indonesia* (1982).

Resiko susut hidup dalam perjalanan disebabkan faktor yang sama dengan penyebab kematian ternak dalam perjalanan. Besar resiko susut yang dialami pedagang ialah 1.4 persen dalam jarak angkut kurang lebih 30 Kilometer. Dalam penjualan ayam hidup dari pengumpul ke pedagang pemotong, tetap digunakan perhitungan timbangan di lokasi peternak, dengan demikian resiko susut hidup ditanggung oleh pedagang pemotong.

Memperhatikan cara penjualan karkas ayam di tingkat pengecer, maka penjualan tanpa mempergunakan alat penyimpan akan lebih mempercepat penurunan kualitas daripada yang menggunakan alat penyimpan. Dengan demikian pengecer di pasar akan selalu berusaha menjual produknya habis dalam satu hari.

Menurut Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri (1976), fungsi fasilitas seperti transportasi, standardisasi dan 'grading', pembiayaan, penyimpanan dan informasi harga pada tataniaga pertanian masih dikit dilakukan. Dalam penelitian ini beberapa fungsi tataniaga telah dilakukan oleh peternak maupun lembaga tataniaga, namun pelaksanaan fungsi-fungsi tersebut belum dapat memberikan kepuasan pada konsumen maupun

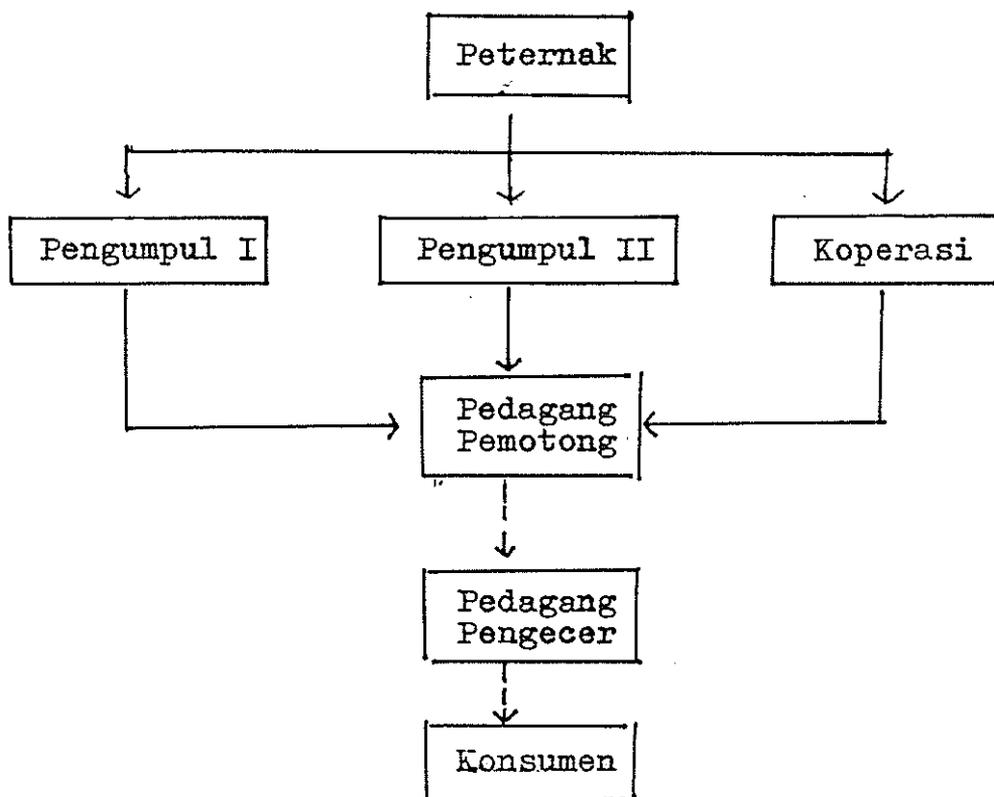
lembaga tataniaga yang terlibat. Pedagang pengumpul yang memiliki pengetahuan pasar lebih luas sering membuat peternak dan pedagang pemotong sederhana berada dalam posisi tawar menawar yang lemah.

Keadaan diatas juga disebabkan pengumpul yang umumnya berada di kota dan peternak di pinggiran kota, dengan mobilitas yang tinggi pedagang pengumpul mampu mendapatkan informasi pasar lebih luas dari peternak dan lembaga tataniaga lainnya seperti pedagang pemotong dan pengecer. Dari keadaan tersebut terlihat masih kurangnya sarana dan organisasi komunikasi yang bergerak sebagai informasi pasar (market information). Diharapkan organisasi tersebut dapat menyebarkan informasi-informasi pasar dari pusat berita kepada yang membutuhkan. Selama ini penyebaran informasi pasar dilakukan secara non formal dan belum terorganisir.

#### Saluran Tataniaga Ayam Ras Pedaging

Struktur tataniaga ayam ras pedaging peternak yang diteliti seperti yang terlihat pada Gambar 6. Pada Gambar 6 terlihat bahwa saluran tataniaga peternak dapat dibagi menjadi tiga arah yaitu (1) Penjualan melalui pengumpul yang berfungsi sebagai pemberi modal (Pengumpul I), (2) Penjualan melalui pengumpul bebas atau tidak sebagai pemberi modal (Pengumpul II) dan (3) Penjualan melalui Koperasi. Pada saat penelitian dilakukan hanya pengumpul pertama dan kedua yang melakukan kegiatan

Gambar 6. Struktur Tataniaga Ayam Ras Pedaging  
Peternak Anggota Koperasi yang Diteliti



pemasaran. Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I pernah membantu dalam pemasaran dua tahun yang lalu, namun karena keterlambatan pembayaran oleh Rumah Potong Ayam Ciputat menyebabkan pembayaran pada peternak terlambat pula. Sejak saat itu koperasi belum pernah mencoba lagi membantu anggota dalam pemasaran.

Macam saluran yang digunakan peternak berhubungan dengan cara memperoleh modal. Tabel 18 memperlihatkan bahwa peternak binaan UPA DKI Jakarta dan pemberi modal swasta lainnya akan memasarkan produk pada pemberi modal (Pengumpul I). Peternak swadaya dan peserta kredit

kredit Keppres dan Bimas akan memanfaatkan saluran pengumpul bebas (Pengumpul II).

Volume pembelian Pengumpul I dan Pengumpul II rata-rata 1 000 ekor per hari, sedang pengumpulan yang pernah dilakukan Koperasi tergantung pada jumlah peternak yang panen pada saat tersebut.

Lembaga pemotongan ayam yang menampung ayam dari pengumpul dapat digolongkan dua macam yaitu Rumah Potong Ayam (RPA) dan pedagang pemotong sederhana. Dalam penelitian ini pedagang pemotong yang banyak ditemukan adalah pemotong ayam sederhana yang mampu membeli rata-rata 100 ekor ayam hidup tiap hari dari pengumpul. Hanya terdapat satu RPA yang terlibat dalam proses tata-niaga peternak yang diteliti, yaitu Rumah Potong Ayam Cakung. Rumah Potong Ayam Cakung menerima ayam hidup peternak yang disalurkan melalui UPA DKI Jakarta.

Setelah melalui pedagang pemotong, karkas ayam akan dijual pada pedagang pengecer untuk dijual ke konsumen. Dari pedagang pemotong yang diteliti sebagian besar berfungsi sebagai pedagang pengecer pula, dengan demikian setelah ayam selesai dibului dan dibersihkan, akan dibawanya sendiri ke pasar untuk dijual. Dari 14 peternak yang diteliti, terdapat satu peternak yang melakukan proses pemotongan sendiri kemudian dijual kepada Koperasi Serba Usaha Sejati Mulia. Dengan memperhatikan proses pemindahan hak milik, maka saluran tataniaga ayam ras yang diteliti dapat diringkas menjadi

Tabel 18. Asal Modal Usaha Peternak Anggota Koperasi yang Diteliti

U r a i a n	Jumlah (orang)	Persentase (%)
UPA DKI Jakarta	5	35.71
Modal Swasta	2	14.29
Swadaya	5	35.71
Kredit Keppres	2	14.29
J u m l a h	14	100.00

dari peternak dipasarkan melalui Pengumpul I dan Pengumpul II, kemudian dijual kepada prosesor/pengecer dan terakhir dijual kepada konsumen rumah tangga.

Peranan Koperasi Peternak Unggas  
dalam Pemasaran

Terdapat dua jenis koperasi pada daerah kerja koperasi yang diteliti yaitu Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I dan Koperasi Serba Usaha Sejati Mulia. Meskipun peranan KSU Sejati Mulia dalam pemasaran ayam ras pedaging tidak terlalu besar, namun pelaksanaan pemasaran yang dilakukan secara teratur dapat memberikan harapan yang lebih baik bagi peternak itu sendiri.

Sesuai dengan isi Keppres 50/81 bahwa Koperasi Peternak Unggas diharapkan mampu membina peternak kecil agar dapat mudah memperoleh sarana produksi dan pemasaran

hasil produksi. Dalam hal penyaluran sarana produksi, sebagian besar peternak mengatakan bahwa koperasi cukup lancar dalam melaksanakan kegiatan tersebut. Ransum dan bibit anak ayam diantarkan langsung ke lokasi peternak sesuai dengan waktu yang diinginkan. Sarana produksi tersebut merupakan hasil pembelian koperasi dari agen penyalur bibit anak ayam dan makanan ternak. Dengan pembelian skala besar, koperasi akan memperoleh potongan harga untuk makanan ternak sebesar 14 persen. Dari potongan harga tersebut, tujuh persennya diberikan pada peternak dan sisanya digunakan untuk pengembangan koperasi. Meskipun peternak telah memperoleh keringanan harga, namun biaya makanan ternak tetap dirasakan tinggi. Hal ini disebabkan harga yang diberikan oleh pabrik makanan ternak sudah tinggi.

Keadaan diatas sedikit berbeda dengan Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan II Ciputat, dimana koperasi telah mampu meramu makanan ternak sendiri dengan harga per kilogramnya lebih murah dari ransum komersial yang dibeli pada agen makanan ternak. Pada saat penelitian ini dilakukan, Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I bekerjasama dengan Pusat Koperasi Peternak Unggas Jakarta (PKPUJ) sedang merencanakan pembuatan makanan ternak oleh koperasi. Dengan demikian koperasi telah selangkah lebih maju dalam pengadaan sarana produksi yang mudah dan murah.

Di bidang pemasaran, KPU Jakarta Selatan I pernah mencoba melakukan pengumpulan ayam peternak anggota yang

akan dipasarkan. Ayam-ayam yang telah dikumpulkan koperasi akan disalurkan kepada RPA Ciputat untuk diolah kemudian dipasarkan pada pedagang pengecer. Namun karena keterlambatan pembayaran oleh RPA, mengakibatkan pembayaran pada peternak terlambat pula. Keadaan ini sangat memukul peternak, sehingga peternak sulit untuk memutar kembali modalnya. Sebagai lembaga pemasaran, KPU Jakarta Selatan I belum mampu membeli ayam peternak, melainkan baru berfungsi sebagai lembaga perantara yang menghubungkan produsen dengan lembaga pemasaran (RPA). Jenis koperasi lain yang melakukan pemasaran adalah KSU Sejati Mulia. Koperasi tersebut berfungsi sebagai pedagang pengecer, dimana karkas ayam yang dijual berasal dari seorang peternak anggota KPU Jakarta Selatan I yang melakukan proses pengolahan ayam menjadi karkas sendiri. Dalam penjualannya, KSU Sejati Mulia dilengkapi dengan alat penyimpanan khusus untuk karkas ayam dan daging lainnya. Dengan demikian resiko kerusakan karkas dapat dikurangi.

Departemen Perdagangan dan Koperasi (1982), menerangkan bahwa Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD) bertugas (1) Mengkoordinasikan KPU dalam menangani sarana produksi peternakan, (2) Mengadakan kontrak pembelian bibit anak ayam dan makanan ternak berdasarkan negosiasi Induk Koperasi Unit Desa (INKUD), (3) Melaksanakan fungsi pengolahan terhadap ayam yang dihasilkan peternak dan (4) Mengatur pelaksanaan distribusi sarana produksi peternakan

kepada peternak anggota Koperasi Peternak Unggas (KPU).

Dengan demikian ketidak mampuan KPU Jakarta Selatan I dalam pengadaan sarana produksi peternakan dan pemasaran hasil produksi, merupakan akibat dari tidak berfungsinya organisasi-organisasi koperasi yang terkait dalam sistem perunggasan.

#### Komponen Biaya Tataniaga Ayam Ras Pedaging

Berdasarkan proses pengaliran produk dari produsen sampai konsumen, maka terdapat tiga lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengumpul, pedagang pemotong dan pedagang pengecer. Setiap kegiatan yang dilakukan lembaga tersebut terhadap produk akan memerlukan biaya termasuk biaya penangungan resiko.

Komponen biaya tataniaga ayam ras pedaging secara keseluruhan terdiri dari (1) Biaya Pengangkutan, (2) Biaya buruh tetap, (3) Biaya buruh lepas (kuli), (4) Biaya pemotongan ayam, (5) Biaya pembungkusan, (6) Biaya penyimpanan, (7) Biaya penangungan resiko dan (8) Biaya lain-lain (retribusi pasar, iuran keamanan dan iuran kebersihan pasar). Besaran komponen tersebut akan berbeda untuk tiap lembaga tataniaga.

Tataniaga adalah merupakan proses pergerakan barang dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu biaya di tingkat peternak perlu juga diperhatikan agar dapat menggambarkan efisiensi sistem tataniaga ayam ras pedaging yang diteliti. Besarnya komponen biaya produksi

ayam ras pedaging diperhitungkan berdasarkan biaya makanan dan bibit anak ayam per ekor selama satu periode pemeliharaan.

Komponen Biaya Tataniaga Ayam Ras  
Pedaging Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul (local assamblers) adalah pedagang yang kegiatannya membeli hasil produksi dari produsen kemudian dikumpulkan dan dijual kepada pedagang lain (Atmakusuma, 1984).

Sesuai dengan kegiatannya, komponen biaya tataniaga yang menyusun adalah (1) Biaya Pengangkutan, (2) Biaya buruh tetap dan (3) Biaya penanggungan resiko kematian ternak dan susut hidup selama pengangkutan. Dalam Tabel 19 akan lebih dijelaskan tentang besarnya komponen biaya tataniaga per kilogram karkas per hari.

Biaya pengangkutan dihitung berdasarkan ongkos pengangkutan yang berlaku saat penelitian dilakukan untuk per kilogram bobot karkas. Alokasi biaya pengangkutan meliputi ongkos pembelian bahan bakar dan biaya sewa kendaraan (bagi pengumpul yang menggunakan kendaraan sewa).

Biaya buruh tetap adalah biaya yang diperhitungkan berdasarkan upah buruh supir dan kenek setiap hari. Dengan menggunakan dua kendaraan angkut, maka pedagang pengumpul membutuhkan dua tenaga supir dan empat tenaga kenek (pembantu supir).

Dalam perjalanan dari lokasi peternak ke tempat pemotongan, pengumpul memerlukan biaya penanggungan resiko. Biaya tersebut diperhitungkan berdasarkan persentase kematian ayam dalam setiap kali pengangkutan. Seperti yang telah dijelaskan pada Tabel 17, bahwa persentase kematian ayam dalam perjalanan sebesar satu per persen.

Pada Tabel 19 terlihat bahwa besarnya biaya pedagang pengumpul yang menggunakan kendaraan sewa, lebih besar daripada yang menggunakan kendaraan pribadi. Kelebihan biaya sebesar Rp 6.24/Kg karkas tersebut digunakan pedagang pengumpul untuk membayar ongkos sewa ke kendaraan.

Komponen Biaya tataniaga terbesar yang menyusun di tingkat pengumpul ialah biaya pengangkutan sebesar 53.38 persen untuk penggunaan mobil pribadi dan 59.83 persen untuk penggunaan kendaraan sewa. Komponen kedua terbesar ialah biaya buruh tetap yaitu sebesar 26.68 persen. Besarnya biaya buruh masih dapat dikurangi, misalnya dengan menggunakan tenaga kenek (pembantu supir) lebih efisien. Meskipun nampaknya resiko kematian ayam merupakan komponen biaya terkecil, namun resiko tersebut dapat mengakibatkan kerugian apabila tidak dilakukan penanganan secara khusus. Penanganan pengangkutan yang baik selain dapat mengurangi resiko kematian juga dapat mengurangi penurunan kualitas karkas karena memar selama dalam pengangkutan.

Tabel 19. Rataan Besarnya Komponen Biaya Tataniaga Pedagang Pengumpul Ayam Ras Pedaging yang Diteliti

Komponen Biaya Tataniaga	Biaya			
	Mobil Pribadi		Mobil Sewa	
	Rp/Kg Karkas (%)	Rp/Kg Karkas (%)	Rp/Kg Karkas (%)	Rp/Kg Karkas (%)
Pengangkutan	20.75	53.58	26.99	59.83
Buruh Tetap	10.37	26.68	10.37	26.68
Resiko Mati	7.75	19.94	7.75	19.94
<b>Biaya Total</b>	<b>38.87</b>	<b>100.00</b>	<b>45.11</b>	<b>100.00</b>
Harga Jual (Rp/Kg Karkas)	1649.90	-	1649.90	-
Harga Beli (Rp/Kg Karkas)	1548.09	-	1548.09	-

Keseluruhan biaya di tingkat pengumpul merupakan 2.51 persen dari harga beli pada peternak (dengan menggunakan mobil pribadi) dan 2.91 persen bagi yang menggunakan kendaraan sewa. Persentase biaya tataniaga tersebut termasuk kecil dibandingkan dengan harga jual. Dengan demikian dapat diketahui bahwa bagian keuntungan yang diterima pedagang pengumpul cukup besar yaitu Rp 62.94/Kg karkas atau 62.82 persen dari margin di tingkat pengumpul.

Komponen Biaya Tataniaga Ayam Ras  
Pedaging Pedagang Pemotong/Pengecer

Pedagang pemotong (prosesor) merupakan penjual jasa yang mengubah bentuk ayam hidup menjadi karkas. Dalam penelitian ini ditemukan pedagang pemotong yang berfungsi juga sebagai pedagang pengecer. Dengan demikian pedagang tersebut dapat digolongkan sebagai pedagang penerima dari pengumpul dan penyebar ke konsumen (wholesaler). Atmakusuma (1984) mengatakan bahwa wholesaler ialah kelompok pedagang yang membeli barang dalam jumlah besar dari pengumpul, kemudian menjualnya lagi.

Komponen biaya tataniaga pedagang pemotong/pengecer meliputi (1) Biaya pemotongan, (2) Biaya buruh tetap, (3) Biaya buruh lepas (kuli), (4) Biaya penyimpanan, (5) Biaya penanggungan resiko, (6) Biaya pengangkutan, (7) Biaya pembungkusan dan (8) Biaya lain-lain (restribusi pasar dan kebersihan pasar).

Biaya pemotongan adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli minyak tanah, es batu dan keperluan lain dalam proses pemotongan ayam. Biaya buruh tetap merupakan biaya upah buruh harian termasuk ongkos makan. Meskipun sebagian besar pedagang pemotong/pengecer menggunakan tenaga keluarga, tetapi dalam perhitungan disamakan dengan penggunaan buruh tetap.

Biaya penanggungan resiko susut merupakan biaya yang ditanggung pedagang pemotong karena harga jual yang ditetapkan pengumpul adalah harga yang sama dengan

Tabel 20. Rataan Biaya Tataniaga Ayam Ras Pedaging Pedagang Pemotong/Pengecer yang Diteliti

Komponen Biaya	Besar Biaya (Rp/Kg karkas)	Persentase (%)
Pemotongan	15.56	10.82
Buruh Tetap	41.50	28.85
Resiko Susut Hidup	17.53	12.19
Penyimpanan	10.37	7.21
Pengangkutan	38.65	27.87
Buruh Lepas	2.07	1.44
Pembungkusan	3.11	2.16
Biaya Lain-lain	15.04	10.46
<b>Biaya Total</b>	<b>143.83</b>	<b>100.00</b>
Harga Jual (Rp/Kg Karkas)	1 869.00	-
Harga Beli (Rp/Kg Karkas)	1 649.00	-

berat ayam pada saat ditimbang di lokasi peternak. Dengan kata lain, susut berat badan ayam selama pengangkutan dibebankan kepada pedagang pemotong. Besarnya biaya resiko tersebut diperoleh dengan mengalikan persentase susut sebesar 1.4 persen dengan nilainya.

Biaya penyimpanan ialah biaya yang diperlukan untuk membeli es batu setiap kali akan menyimpan karkas, sedang biaya pengangkutan merupakan biaya yang dibutuhkan untuk membawa karkas dari tempat pemotongan ke lokasi

penjualan. Biaya lain-lain adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar restribusi pasar, iuran keamanan dan kebersihan pasar.

Tabel 20 akan menjelaskan tentang besarnya komponen biaya tataniaga di tingkat pedagang pemotong/pengecer. Komponen biaya terbesar dari keseluruhan biaya di tingkat ini adalah biaya buruh yaitu sebesar 28.85 persen. Besarnya biaya tenaga kerja tersebut berhubungan kegiatan yang dilakukan oleh pedagang yaitu sebagai pemotong ayam dan pedagang pengecer. Biaya kedua terbesar adalah biaya pengangkutan yaitu sebesar 27.87 persen. Tingginya biaya pengangkutan masih dapat dikurangi dengan pemakaian kendaraan lebih efisien dan memperkecil biaya sewa kendaraan. Besarnya biaya penanggungan resiko tergantung pada cara penanganan pengangkutan oleh pedagang pengumpul. Disini terlihat adanya ketidak wajaran dalam pembagian penanggungan resiko. Besarnya biaya susut hidup dapat dikurangi melalui perbaikan sistem pemasaran, dalam penjualan pedagang pengumpul diharuskan menimbang kembali ayam yang dijual. Dengan demikian harga jual dari pengumpul sesuai dengan berat yang diterima oleh pedagang pemotong.

Keseluruhan biaya tataniaga di tingkat pedagang pemotong/pengecer merupakan 8.66 persen dari harga beli pedagang pemotong dari pengumpul per kilogram karkas. Dari keseluruhan margin di tingkat ini, pedagang pemotong/pengecer memperoleh bagian keuntungan sebesar

34.35 persen. Persentase keuntungan tersebut tidak terlalu besar jika dibandingkan dengan pedagang pengumpul dan keuntungan tersebut juga diperolehnya dari dua kegiatan yaitu sebagai pemotong ayam dan pengecer karkas. Didalam penjualan pada konsumen rumah tangga, pedagang pengecer sulit untuk menaikkan harga jual untuk memperbesar keuntungan, karena dibatasi oleh daya beli konsumen yang masih rendah.

#### Penerimaan Peternak Berdasarkan Biaya Ransum dan Bibit

Penerimaan peternak dihitung berdasarkan nilai keefisienan penggunaan ransum ditambah dengan harga bibit anak ayam dan harga jual per kilogram bobot hidup. Sudaryani (1982) mengatakan bahwa dua komponen biaya produksi terbesardari sembilan komponen biaya ayam ras pedaging yang diteliti adalah biaya ransum dan bibit, masing-masing sebesar 61.84 persen dan 30.33 persen.

Pada saat penelitian dilaksanakan, rata-rata harga makanan ternak sebesar Rp 320/Kg, sedang harga bibit Rp 400/ekor. Harga bibit anak ayam pada saat tersebut termasuk tinggi, karena pada bulan sebelumnya baru mencapai Rp 320/ekor.

Dengan keefisienan penggunaan ransum peternak rata-rata 2.2, maka biaya ransum ditambah bibit anak ayam untuk satu kilogram bobot hidup sebesar Rp 1 104, sedangkan harga jual peternak sebesar Rp 1 175/Kg bobot

hidup. Dengan demikian biaya ransum dan bibit adalah 93.95 persen dari harga jual. Besarnya biaya produksi diatas dapat menggambarkan kecilnya bagian keuntungan yang diterima peternak. Peternak tidak mampu menaikkan harga jual untuk dapat memperoleh keuntungan yang lebih tinggi, karena peternak tidak dapat bersaing dengan harga pasar. Usaha lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keuntungan adalah dengan meningkatkan keefisienan penggunaan ransum. Di lain pihak perlu segera disusun suatu kebijaksanaan yang mengatur harga sarana produksi peternakan agar tidak selalu berfluktuasi.

#### Penerimaan Pedagang Pengumpul

Dari Tabel 21 dapat dilihat bahwa "market's share" pedagang pengumpul sebesar 5.45 persen dari harga akhir. Besaran ini terdiri dari 2.03 persen biaya tataniaga dan 3.36 persen keuntungan. Persentase keuntungan terlihat lebih besar dari persentase biaya tataniaga, keadaan ini menggambarkan besarnya bagian keuntungan yang diperoleh pengumpul.

Dengan rata-rata volume usaha 1 000 ekor tiap hari, maka pedagang pengumpul akan memperoleh keuntungan yang cukup besar. Namun besarnya keuntungan tersebut belum termasuk biaya reparasi kendaraan dan biaya informasi pasar.

Penerimaan Pedagang Pemotong/Pengecer

Tabel 21 memperlihatkan bahwa "market's share" pedagang pemotong/pengecer ialah sebesar 11.73 persen dari harga akhir. Besaran ini terdiri dari 7.70 persen biaya tataniaga dan 4.03 persen keuntungan. Terlihat bahwa keuntungan yang diperoleh lebih kecil dari biaya tataniaga yang dikeluarkan.

Dengan volume usaha rata-rata 100 ekor per hari, maka dapat diperkirakan penerimaan pedagang pemotong/pengecer yaitu sebesar Rp 7 527. Meskipun keuntungan tiap kilogram karkas terlihat lebih besar dari pedagang pengumpul, namun secara keseluruhan pedagang pemotong/pengecer akan menerima pendapatan lebih rendah dari pengumpul.

Selain pedagang pengecer yang telah disebutkan di atas, masih terdapat pengecer lain yang belum dibahas yaitu toko milik Koperasi Serba Usaha Sejati Mulia. Margin KSU Sejati Mulia dari karkas ayam sebesar Rp 200/Kg karkas atau 11.76 persen dari harga beli. Koperasi tersebut hanya berfungsi sebagai pengecer dalam pemasaran ayam ras pedaging peternak, oleh karena itu koperasi tidak memerlukan biaya pemotongan. Tingginya margin KSU tersebut disertai dengan peningkatan pelayanan dalam penjualan seperti adanya fasilitas penimbangan, penyimpanan dan kebersihan lokasi penjualan. Biaya tataniaga dan keuntungan penjualan karkas ayam pada KSU Sejati Mulia tidak diteliti, karena sulit memisahkan biaya antar

Tabel 21. Harga di Tingkat Peternak, Biaya Tata-niaga, Market's Share dan Harga Eceran Ayam Ras Pedaging yang Diteliti

U r a i a n	Jumlah (Rp/Kg Karkas)	Persentase (%)
A. Harga di Tingkat Peternak	1 548.09	82.83
B. Pedagang Pengumpul		
1. Biaya Tataniaga		
a. Pengangkutan	20.75	1.11
b. Buruh Tetap	10.37	0.55
c. Resiko Mati	7.75	0.41
Total	38.87	2.03
2. Keuntungan	62.94	3.36
3. Market's Share	101.81	5.45
C. Pedagang Pemotong/ Pengecer		
1. Biaya Tataniaga		
a. Prosesing	15.56	0.83
b. Buruh Tetap	41.50	2.22
c. Resiko Susut	17.53	0.94
d. Penyimpanan	10.37	0.55
e. Pengangkutan	38.65	2.07
f. Buruh Lepas	2.07	0.11
g. Pembungkusan	3.11	0.17
h. Lain-lain	15.04	0.80
Total	143.83	7.70
2. Keuntungan	75.27	4.03
3. Market's Share	219.10	11.73
Harga Eceran	1 869.00	100.00

produk yang dijual dengan menggunakan fasilitas yang sama penggunaannya dengan fasilitas karkas ayam ras pedaging.

### Keefisienan Sistem Tataniaga Ayam Ras Pedaging

Pada penelitian ini penelaahan keefisienan sistem tataniaga ayam ras pedaging dilihat dari nilai "farmer's share", nisbah satu kilogram bobot hidup dengan biaya ransum makanan ternak dan bibit anak ayam, serta biaya tataniaga.

Harga eceran karkas di pasar yang diteliti rata-rata seharga Rp 1 869 per Kilogram karkas. Bagian harga yang diterima peternak dari harga akhir (farmer's share) adalah 82.83 persen (Tabel 22). Besarnya "farmer's share" tersebut belum dapat menggambarkan tingkat keuntungan peternak. Dari penjelasan terdahulu dikatakan bahwa biaya makanan ternak dan bibit anak ayam per ekor untuk setiap periode produksi sebesar 93.95 persen dari harga jual. Tingginya biaya produksi tersebut dapat menjelaskan masih rendahnya keuntungan yang diperoleh peternak, dengan 'income over feed and chick cost' (keuntungan diatas harga ransum dan bibit) sebesar Rp 71 per kilogram bobot hidup.

Marjin tataniaga terbesar berada di tingkat pedagang pemotong/pengecer yaitu 11.73 persen. Besaran marjin tersebut diikuti dengan biaya tataniaga yang

tinggi pula (7.70 %). Dari margin tataniaga di tingkat pedagang pemotong/pengecer, keuntungan yang diperoleh sebesar 4.03 persen (Tabel 22). Pedagang pengecer sulit menaikkan harga jual untuk meningkatkan keuntungan, karena dibatasi oleh daya beli konsumen yang rendah. Konsumen rumah tangga dengan pendapatan menengah ke bawah umumnya masih mengutamakan harga yang murah daripada mutu karkas.

Dalam pelaksanaan fungsi-fungsi tataniaga di tingkat pedagang pemotong/pengecer, belum terlihat penggunaan peralatan khusus yang dapat menghemat biaya serta meningkatkan kepuasan konsumen seperti alat penyimpan, alat timbang, mesin pencabut bulu. Penjualan yang lebih maju hanya ditemukan pada toko milik KSU Sejati Mulia.

Dengan memperhatikan besarnya margin tataniaga biaya tataniaga dan keuntungan di tingkat pengumpul, dapat dilihat bahwa persentase keuntungan yang diperoleh sebesar 3.36 persen dalam margin sebesar 5.45 persen adalah cukup besar. Keuntungan tersebut juga terlihat lebih besar dari keuntungan pedagang pemotong/pengecer yang melakukan dua kegiatan (prosesing dan pengecer). Tingginya keuntungan di tingkat pengumpul dapat mempengaruhi harga akhir karkas dan tingkat keuntungan pedagang pemotong dan pengecer.

Dengan memperhatikan "farmer's share", margin tataniaga dan pembagian keuntungan pada setiap lembaga

Tabel 22. Farmer's Share, Marjin Tataniaga, Biaya Tataniaga dan Keuntungan Lembaga Tata-niaga Ayam Ras Pedaging yang Diteliti

U r a i a n	Jumlah (Rp/Kg Karkas)	Persentase (%)
1. "Farmer's Share	1 548.09	82.83
2. Marjin Tataniaga		
a. Pedagang Pengumpul	101.81	5.45
b. Pedagang Pemotong/ Pengecer	219.10	11.73
3. Biaya Tataniaga		
a. Pedagang Pengumpul	38.87	2.03
b. Pedagang Pemotong/ Pengecer	143.83	7.70
4. Keuntungan		
a. Pedagang Pengumpul	62.94	3.36
b. Pedagang Pemotong/ Pengecer	75.27	4.03

tataniaga yang terlibat dan peternak, maka sistem tata-niaga ayam ras pedaging dikatakan belum efisien, karena belum dapat memberikan kepuasan pada setiap lembaga ta-taniaga yang terlibat dan juga peternak.

## KESIMPULAN

Dari kesimpulan yang dilakukan pada 14 buah peternakan rakyat dan 11 responden pedagang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat 85.71 persen peternak yang tidak melanjutkan kredit Keppres maupun Bimas serta tidak aktif lagi sebagai anggota Koperasi Peternak Unggas Jakarta Selatan I. Hal ini disebabkan karena ketidakmampuan peternak mengembalikan angsuran kredit sebagai syarat memperoleh kredit selanjutnya.
2. Dengan skala usaha terbatas, peternak rata-rata memelihara ayam hingga umur 45 hari sehingga keefisienan penggunaan ransum masih rendah. Pertimbangan lama pemeliharaan dipengaruhi oleh permintaan konsumen yang lebih menyukai karkas dengan berat kurang dari satu kilogram.
3. Komponen biaya tataniaga terbesar pada biaya pengangkutan dan buruh tetap, sedang biaya lain memiliki persentase yang kecil terhadap keseluruhan biaya. Pembiayaan fungsi-fungsi tataniaga tersebut umumnya belum mengarah pada efisiensi dan peningkatan kepuasan konsumen.
4. "Farmer's share" yang tinggi (82.83 %) tidak diikuti dengan keuntungan yang tinggi pada peternak. Hal ini karena tingginya biaya produksi dan rendahnya harga jual ayam hidup pada pengumpul.

5. Margin dan biaya tataniaga terbesar berada pada tingkat pedagang pemotong/pengecer, tetapi keuntungan tertinggi berada di tingkat pedagang pengumpul. Keadaan pedagang pengumpul yang memiliki informasi pasar lebih luas dan posisinya sebagai pedagang perantara memungkinkan memperoleh keuntungan lebih besar dari peternak dan pedagang pemotong/pengecer.
6. Ketidak mampuan KPU Jakarta Selatan I dalam pengadaan sarana produksi dan pemasaran, karena tidak bekerjanya organisasi-organisasi koperasi yang bergerak dalam sistem perunggasan sesuai dengan yang direncanakan.
7. Besarnya biaya tataniaga, nisbah harga satu kilogram karkas dengan ransum dan bibit yang tidak seimbang, maka sistem tataniaga ayam ras pedaging yang diteliti dikatakan belum efisien.

#### S a r a n

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Perlu adanya pertemuan-pertemuan anggota dan penyuluhan untuk menampung permasalahan peternak dan mencari pemecahannya bersama. Selain itu perlu diadakan pendekatan-pendekatan kembali kepada peternak yang tidak aktif lagi untuk dapat berpartisipasi dalam kegiatan koperasi.

2. Perlu dirintis adanya standardisasi dan 'grading' untuk memperbaiki mutu karkas dan sistem pemasaran.
3. Perlu adanya pengawasan lebih baik terhadap organisasi-organisasi koperasi seperti INKUD, PUSKUD, KPU dan Instansi lain yang terlibat dalam sistem perunggasan.
4. Perlu dirintis adanya organisasi yang menangani Informasi Pasar agar dapat terjadi keseimbangan pasar, serta mencari daerah-daerah baru pemasaran. Dengan demikian perkembangan produksi perunggasan yang pesat tidak perlu dibatasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arinal, I. 1980. Analisis Tataniaga Daging Sapi Segar dan Beku di DKI Jakarta. Karya Ilmiah. Fakultas Peternakan IPB. Bogor.
- Atmakusuma, Y. 1984. Tataniaga Peternakan. Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan IPB. Bogor.
- Azzaino, Z. 1982. Pengantar Tataniaga Pertanian. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Bishop, C.E. dan W.D. Toussaint. 1979. Pengantar Analisa Ekonomi Pertanian. Mutiara. Jakarta.
- Departemen Perdagangan, 1976. Konsep Dasar Pembinaan Efisiensi Pemasaran Hasil Pertanian Rakyat. Jakarta.
- Departemen Perdagangan dan Koperasi. 1982. Pedoman Pembinaan Koperasi Pelaksana Program Keppres Nomor 50 Tahun 1981 dan Administrasi Peternakan Ayam. Jakarta.
- Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri. 1976. Konsep Pembinaan Pusat Pemasaran Ternak. Jakarta.
- Diwyanto, K. dan M. Sabrani. 1980. Evaluasi Berat Karkas dan Efisiensi Finansial Tujuh Strain Ayam Pedaging. Lembaran LPP No. 26 : 24 - 31. Bogor.
- Dinas Peternakan DKI Jakarta. 1982. Laporan Tahunan. Jakarta.
- Fakultas Peternakan IPB dan Pemerintah Daerah Khusus Ibukota Jakarta. 1974. Laporan Survey Pola Pengadaan dan Pemasaran Hasil-Hasil Ternak di DKI Jakarta. Buku II Ternak Unggas. Fakultas Peternakan IPB. Bogor.
- Hamid, A.B. dan I.B. Teken. 1972. Tataniaga Pertanian. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Hasanudin, 1983. Analisi Biaya dan Marjin Tataniaga Telur Ayam Ras dari Kecamatan Ciomas ke Lokasi Pasar di Bogor. Karya Ilmiah. Fakultas Peternakan IPB. Bogor.

- Kohls, R.L. and W.D. Downey. 1972. Marketing of Agriculture Products. 4th Ed. The MacMillan Company. New York.
- Mosher, A.T. 1968. Menggerakkan dan Membangun Pertanian. C.V. Yasaguna. Jakarta.
- Mountney, J. 1976. Poultry Products Technology. Second Edition. The Avi Publishing Company. Westport.
- Poultry Indonesia. 1981. Serah Terima Rumah Potong Ayam. Hal : 35. Jakarta.
- Pusat Penelitian Agro Ekonomi dan Fakultas Peternakan Universitas Pajajaran. 1983. Pola Perdagangan Masukan dan Keluaran Usaha Ternak Ayam Ras serta Perkembangan Konsumsi Hasil Unggas di Wilayah Jabotabek. PPAE.
- Rashid, M. dan M. Askam Chaudhry. 1973. Marketing Efficiency in Theory and Practce. Teaching Forum No. 28. Australia.
- Rosichon, M. 1983. Pengaruh Beberapa Faktor Terhadap Skala Usaha Peternakan Ayam di Kalimantan Timur. Fakultas Pasca Sarjana IPB. Bogor.
- Rubowo. 1977. Analisa Tataniaga Ternak dan Daging Babi di Kotamadya Pontianak. Karya Ilmiah. Fakultas Peternakan IPB. Bogor.
- Sabrani, M. 1981. Problema Pengembangan Pemasaran Peternakan Kecil. Poultry Indonesia No.18 Tahun 1981. Jakarta. Hal : 22.
- Sudaryani, T. 1982. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi dan Tingkat Pendapatan Peternak Peserta Kredit Bimas Ayam Broiler di Jakarta Selatan. Karya Ilmiah. Fakultas Peternakan IPB. Bogor.
- Sumawihardja, H. et al. 1982. Intisari Manajemen Pemasaran. Igra. Bandung.
- Suku Dinas Peternakan Wilayah Jakarta Selatan, 1983. Laporan Tahunan. Jakarta.
- Togatorop, M.H. 1981. Konversi Ransum dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. Poultry Indonesia No. 18 Tahun 1981. Jakarta. Hal : 17 - 18.

- Vredenbregt, J. 1980. Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat. Cetakan III. P.T. Gramedia. Jakarta.
- Wahyu, J. 1978. Cara Pemberian dan Penyusunan Ransum Unggas Cetakan Keempat. Fakultas Peternakan IPB. Bogor.

L A M P I R A N

Lampiran 1. Identifikasi Peternak Ayam Ras Pedaging  
Anggota Koperasi yang Diteliti

Nomor Peternak	Nama Lokasi dan Peternak	Pendi- dikan	Sumber Modal Usaha	Penga- laman Usaha	Pekerjaan Utama
<u>Jagakarsa</u>					
1	M Nasir	PGA	UPA DKI Jakarta	7	Peternak
2	H. Ranin	SD	UPA DKI Jakarta	6	Petani
3	Bonang	SMP	UPA DKI Jakarta	5	Peternak
4	H. Niman	SD	UPA DKI Jakarta	3	Peternak
5	Samsu	SD	Keppres	1	Peternak
6	Minan	SPG	Swasta	3	Peternak
<u>Tanjung Barat</u>					
7	Acin	TS	Swadaya	3	Peternak
8	H. Hamzah	SD	Swadaya	4	Pedagang
9	A. Hamzah	SD	Swadaya	3	Pedagang
<u>Ciganjur</u>					
10	Arab	SD	Swasta	3	Peternak
11	Saamin	SD	Swasta	2	Peternak
<u>Pejaten</u>					
12	Amir	SPG	Swadaya	1	Guru
<u>Jatipadang</u>					
13	Saibun	PGSLP	Keppres	3	Guru
<u>Ragunan</u>					
14	Sutrisno/ Arif	PT	Swadaya	5	Peternak

Keterangan : TS : Tidak Sekolah  
PT : Perguruan Tinggi

Lampiran 2. Lama Pemeliharaan, Bobot Hidup yang Dihasilkan, Kebutuhan Makanan dan Konversi Makanan

Nomor	Lama Pemeliharaan (Hari)	Bobot Hidup yang Dihasilkan (Kg/Ekor)	Kebutuhan Makanan (Kg/Ekor)	Konversi
1	47	1.60	3.3	2.06
2	45	1.55	3.5	2.26
3	47	1.80	3.0	1.67
4	45	1.60	3.2	2.00
5	49	1.45	3.0	2.07
6	47	1.60	3.5	2.19
7	41	1.35	3.2	2.37
8	39	1.25	3.0	2.40
9	40	1.20	3.1	2.58
10	39	1.30	3.0	2.31
11	42	1.35	3.1	2.21
12	45	1.35	3.0	2.22
13	45	1.40	3.1	2.21
14	45	1.50	3.2	2.13
Rata-Rata	44	1.45	3.16	2.19



## Lampiran 3. Identifikasi Pedagang

No	Nama Peternak	Pendi- dikan	Penga- laman Usaha	Pekerjaan	Lokasi Usaha
1	Supatah	SD	4	Pengumpul Pemotong	Cilandak
2	H. Sabbit	STM	4	Pengumpul	Cilandak
3	Saibun	PGSLP	1	Guru Peternak Pemotong	Jati Pa- dang
4	Adin Nur	SD	4	Pemotong Pengecer	Pasar Minggu
5	Sunani	SMP	4	Pemotong Pengecer	Pejaten
6	Nali	SD	4	Pemotong Pengecer	Tanjung Barat
7	Parti	SD	4	Pemotong Pengecer	Kebayor- an
8	Sastro	SD	15	Pemotong Pengecer	Kebon Kelapa
9	KSU (Ir.Suyono)	PT	6	Pengecer	Jati Padang
10	-	SMP	5	Pemotong	Mampang Prapatan
11	-	SD	4	Pengecer	Warung Buncit