

Rantai Pemasaran Ayam Potong di Rumah Pemotongan Ayam Toriniku Kecamatan Palu Selatan Kota Palu

Haerani Maksum¹⁾, Afandi²⁾, Ritha Rahayu³⁾, Alhidayah⁴⁾

Peternakan, Fakultas Peternakan dan Perikanan, Universitas Tadulako, Palu, Indonesia ^{1,2,3,4}

*Email Korespodensi: taufiqekariandhana168@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 20-05-2025
Disetujui 21-05-2025
Diterbitkan 23-05-2025

ABSTRACT

Marketing chain or orten referred to as Marketing channel is an organization that is related to each other and involved in distributing products from producers to consumers. The oragazuzations in question can be retailers, wholesalers agents and physical distributors. This study aims to determine the marketing chain of broiler chickens at the Toriniku RPA in South Palu District, Palu City, as well as marketing efficiency and marketing margins at the Toriniku RPA, South Palu District, Palu City. This research lasted for 1 months, starting from January to February 2024. The research method used was a Case Study through interviews with business owners of the Toriniku Chicken Slaughterhouse. The type of research is quantitative descriptive, where the respondents of marketing institutions are determined by the Accidental sampling method, with the number of respondents used as many as 1 Farmer, 1 Retailer (Toriniku Chicken Slaughterhouse), 30 Consumers, and 5 people. The results show that it is efficient on channel I because of its marketing margin Rp. 0. For channel II the marketin margin is Rp. 3.000 and channel III the marketing margin is Rp.7.000

Keywords: Broiler chicken, Marketing Chain, Marketing Efficiency.

ABSTRAK

Rantai pemasaran atau sering disebut sebagai Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang terkait satu sama lain dan terlibat dalam penyaluran produk sejak dari produsen sampai konsumen. Organisasi-organisasi yang dimaksud bisa berupa pengecer, grosir, agen dan distributor fisik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rantai pemasaran ayam potong di RPA Toriniku di Kecamatan Palu Selatan Kota Palu serta mengetahui efisiensi pemasaran dan marjin pemasaran di RPA Toriniku Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. Penelitian ini berlangsung selama 1 bulan, mulai dari bulan Januari sampai bulan Februari 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah Studi Kasus melalui wawancara dengan pemilik usaha rumah pemotongan ayam Toriniku Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. . Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yang dimana responden lembaga pemasaran ditentukan dengan metode Accidental sampling, dengan jumlah responden yang digunakan sebanyak 1 orang Pedagang Pengecer (rumah pemotongan ayam Toriniku), 30 orang konsumen dan Pedagang Pengumpul 5 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Efisien pada saluran I karna margin pemasarannya Rp 0. Untuk saluran II margin pemasaran sebesar Rp. 3.000 dan saluran III marginnya sebesar Rp. 7.000.

Kata Kunci : Ayam Potong,Rantai Pemasaran, Efsiensi Pemasaran

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Haerani Maksum, Afandi, Ritha Rahayu, & Alhidayah. (2025). Rantai Pemasaran Ayam Potong di Rumah Pemotongan Ayam Toriniku Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(3), 472-483. <https://doi.org/10.63822/etfnnh02>

PENDAHULUAN

Usaha peternakan unggas di Indonesia semakin berkembang, hal ini tercermin dari posisinya sebagai usaha yang handal, karena memberikan sumbangan terhadap peningkatan pendapatan, lapangan pekerjaan, pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat dan penopang sektor industri. Salah satu pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat akan protein hewani dapat berasal dari daging ayam broiler atau ayam pedaging. Daging adalah salah satu hasil produk ternak yang hampir tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Selain keanekaragaman sumber pangan, daging dapat menimbulkan kepuasan atau kenikmatan bagi yang memakannya karena kandungan gizinya lengkap (Amalia et.al, 2013).

Perunggasan termasuk salah satu Subsektor peternakan yang penting dalam pembangunan pertanian, hal ini disebabkan karena kebutuhan konsumsi masyarakat Indonesia untuk memenuhi protein hewani sebagai besar didapatkan dari unggas. Secara tidak langsung, perunggasan membantu pembangunan kualitas bangsa karena dengan konsumsi protein yang baik dapat mempengaruhi tingkat kesehatan dan kecerdasan seseorang. Di Indonesia ayam pedaging termasuk komoditas ternak yang relative baru jika dibandingkan dengan usaha ternak sapi, ternak kambing atau ternak itik. Ayam pedaging atau ayam broiler adalah jenis ayam yang dibudidayakan khusus untuk komersial (Ekapriyatna, 2016).

Saluran distribusi/manajemen rantai pasok (*supply chain management*) merupakan suatu kegiatan penyediaan bahan dan pelayanan, pengubahan bahan mentah menjadi produk akhir dan pengiriman produk ke pelanggan. Kegiatan saluran distribusi ini mencakup pengalihdayaan dan pembelian, ditambah dengan fungsi lain yang menghubungkan pemasok dan distributor (Heizer, 2010). Perkembangan pasar yang semakin meningkat menyebabkan semakin tinggi kebutuhan pelanggan. Sehingga pengelolaan dan pendistribusian produk membutuhkan peran serta pemasok agar produk sampai kepada pelanggan akhir. Salah satu kunci sukses di setiap organisasi adalah kemampuan untuk mengukur kinerja (Budiman, 2013).

Rumah pemotongan ayam (RPA) merupakan salah satu komponen hilir usaha perunggasan. Usaha rumah pemotongan ayam ini mempunyai pengertian yaitu suatu proses kegiatan untuk merubah ayam hidup menjadi bentuk karkas yang siap dipasarkan atau dimasak (*ready to cook*). Dalam kegiatan bisnis termasuk usaha jasa rumah pemotongan ayam tidak dapat dilepaskan dari aspek pemasaran. Salah satu aspek pemasaran yang paling penting dalam usaha jasa rumah pemotongan ayam adalah kualitas pelayanan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan baik dalam bukti fisik, kehandalan produk/jasa, ketanggapan karyawan, jaminan serta empati karyawan. Perusahaan yang memiliki pelayanan yang bagus kepada konsumennya akan memberikan kontribusi sangat besar terhadap perkembangan perusahaan itu sendiri baik dari segi profitabilitas maupun image perusahaan di mata konsumen (Arwita 2013).

METODE

Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kelurahan Birobuli Utara, Kecamatan Palu Selatan Kota Palu. Pada Bulan Januari sampai Februari 2024.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode study kasus melalui observasi dan wawancara dengan pemilik Usaha Pemotongan ayam Toriniku yang berada di Kelurahan Birobuli Utara, Kecamatan Palu Selatan Kota Palu.

Deskriptif Kuantitatif

Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006).

Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data primer diperoleh melalui pengamatan dilapangan (Observasi) dan wawancara dengan responden. Wawancara dengan responden berpedoman pada alat bantu berupa susunan daftar pertanyaan yang dibuat sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Data sekunder diperoleh instansi pemerintah yang terkait dan sumber – sumber tertulis lainnya yang dapat mendukung penyusunan laporan penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku yang terlibat pada pemasaran ayam pedaging RPA Toriniku. Penentuan sampel dengan metode teknik *snowball sampling* terdiri atas pedagang pengepul 5 orang dan masing masing konsumen sebanyak 30 orang, menurut informasi dari RPA Toriniku di Kecamatan Palu Selatan. Maka Jumlah Keseluruhan sampel sebanyak 35 responden.

Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data ialah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan mengumpulkan data atau informasi serta pendukung yang ada dilapangan untuk keperluan penelitian. Penelitian yang dilaksanakan menggunakan 3 tehnik pengumpulan data yaitu

1. Observasi (Pengamatan)

Teknik pengumpulan yaitu pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung kepada responden dalam hal rantai pemasaran RPA Toriniku Kecamatan Palu Selatan Kota Palu .

2. Wawancara

Wawancara adalah melakukan Tanya jawab langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (Kuesioner). Adapun pihak – pihak yang diwawancarai lembaga pemasaran yang terlibat pada pemasaran ayam pedaging RPA Toriniku.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupak laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Variabel yang diamati

Variabel penelitian ini adalah data harga ayam pedaging, saluran pemasaran ayam pedaging, produksi, dan keuntungan usaha ayam pedaging di tingkat pedagang.

Model Analisis

Data yang diperoleh dalam penelitian ini diolah secara kuantitatif, deskripsi kuantitatif yaitu suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang

menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006).

1. Analisis *margin* pemasaran

Menurut (Rais, 2013) untuk mencari margin pemasaran dapat digunakan : $Mp = Pf - Pr$

Keterangan :

Mp : Margin pemasaran (Rp/Kg)

Pr : Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)

Pf : Harga di tingkat peternak (Rp/Kg)

2. Analisis *Former's Share* yang diterima produsen

Menurut Sudiono (2002) untuk mencari *share* harga yang diterima produsen dapat digunakan : $Spf = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$

Keterangan :

Spf : farmer's Share (%)

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf : Harga ditingkat Peteranak (Rp/kg)

3. Keuntungan dari masing – masing lembaga pemasaran

$$II = M - Bp$$

Keterangan :

II : Keuntungan lembaga pemasaran

M : Margin Pemasaran

Bp : Biaya pemasaran

4. Efisiensi pemasaran

$$\text{Efisiensi pemasaran} = Ep = \frac{BP}{Np} \times 100 \%$$

Keterangan

EP : Efisiensi Pemasaran (%)

BP : Total Biaya Pemasaran (Rp/ekor)

NP : Total Nilai produksi yang akan di jual (Rp/ekor)

Dengan Asumsi :

a. Efisien = 0 – 33 %

b. Kurang Efisien = 34 – 67 %

c. Tidak Efisien = 34 – 67 %

Menurut Sudiyono (2002) tolak ukur yang digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran adalah dengan melihat perbandingan (*share*) keuntungan dari masing masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran dibandingkan dengan biaya pemasaran dari masing – masing lembaga pemasaran yang terlibat dengan kriteria sebagai berikut :

1. *Margin* Pemasaran

Kriteria pengambilan keputusan dalam *margin* pemasaran yaitu semakin kecil nilai *margin* pemasaran, maka semakin efisien suatu pemasaran.

2. Berdasarkan *famer's share* lebih besardari 50 % nilai *famer's share* memiliki keuntungan negatif dengan margin pemasaran artinya semakin, tinggi margin pemasaran maka *famer's share* semakin rendah.

3. Rasio keuntungan biaya

Pemasaran dikatakan efisien apabila rasio keuntungan terhadap biaya merata terhadap semua lembaga pemasaran dan bernilai positif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Lokasi Penelitian Sejarah, profil, Pemilik dan usaha ternak Ayam Pedaging

Pemotongan Ayam Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu selatan didirikan pada tahun 2018. tepatnya pada 28 juni 2018. Di pemotongan ayam Pedaging (RPA) Toriniku ada 2 orang anggota yang mayoritas anggota dari keluarga yang membantu. Kemudian pemotongan ayam Pedaging (RPA) Toriniku mendapatkan ayam dari peternak berbagai wilayah mulai dari Palu, Sigi hingga bagian wilayah Donggala. pemotongan ayam Pedaging (RPA) Toriniku bisa pengambilan dari eceran maupun grosiran, sehingga kebanyakan permintaan ayam pedaging terkadang banyak dari grosiran. pemotongan ayam Pedaging (RPA) Toriniku terdapat tempat penampungan Ayam/ kandang dan kemudian menggunakan Alat mesin yang dapat membudahkan pencabut bulut buluh Ayam.

Lokasi dan Letak Geografis Rumah Pemotongan Ayam d Kelurahan Birobuli Kecamatan Palu Selatan

Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku terletak d Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatanann Palu selatan Sulawesi Tengah. dengan jarak kurang lebih 800 m dari arah Bandara Mutiara Sis Alfuji jalan Abdul Rahman Saleh, kelurahan Birobuli Utara kecamatanann Palu selatan Dengan ketinggian kurang lebih 600 mdpl di atas permukaan laut. Suhu rata-rata di pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku yaitu 27,7°C dengan kelembaban sekitar 78% dan curah hujan yang beragam setiap bulannya . Luas wilayah Birobuli Utara 395,06. Dan luas kandang 0,2 ha.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan yang telah ditempuh, dan tenaga kerja yang terlibat dalam usaha.

1. Jenis Kelamin

Tabel 1. Karakteristik responden Pemotongan Ayam Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatanann Palu selatan

Jenis Kelamin	Konsumen		Pedagang Pengumpul	
	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	18	60	4	80
Perempuan	12	40	1	20
Jumlah	30	100	5	100

Sumber: Data Primer 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden konsumen dan pengumpul berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 18 orang dan 4 orang sedangkan responden Perempuan hanya

12 orang untuk konsumen dan pedagang pengumpul 1 orang, karena berkaitan dengan aktivitas fisik seperti pemesanan, pengangkutan dan pemotongan yang dilakukan pedagang memerlukan waktu dan tenaga yang lebih besar.

2. Usia

Tabel 2. Karakteristik usia Responden Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku terletak di Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu selatan.

Usia (Tahun)	Konsumen		Pedagang Pengumpul	
	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
15-64	23	77	4	80
64	7	23	1	20
Jumlah	30	100	5	100

Sumber: Data Primer 2024

Tabel 2. Usia atau umur adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati. Misalnya, usia manusia dikatakan lima belas tahun diukur sejak dia lahir hingga waktu usia itu dihitung (Kotler, 2008). Olehnya itu usia responden dalam penelitian ini Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku terletak di Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu selatan. yang dapat dilihat pada tabel berikut Menunjukkan dari keseluruhan responden kelompok usia terbanyak berasal dari kelompok usia produktif yakni 15 – 64 tahun sebanyak 23 responden dengan persentase 76%. Kelompok usia terkecil berasal dari kelompok usia tidak produktif yaitu > 65 tahun sebanyak 1 responden dengan persentase 20%.

3. Tingkat Pendidikan

Tabel 3. karakteristik tingkat pendidikan Responden Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku terletak di Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu Selatan

Tingkat Pendidikan	Konsumen		Pedagang Pengumpul	
	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SMP	9	30	1	20
SMA	19	63	3	60
SARJANA	2	7	1	20
Jumlah	30	100	5	100

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini cukup tinggi, terlihat yang berpendidikan SMA (60%) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan yang tinggi dapat memungkinkan peternak bisa mengembangkan pola pikir untuk pengembangan usahanya, sesuai dengan pendapat Limbang, (2007), bahwa Tingkat pendidikan tersebut dapat pula digunakan untuk mengukur kemampuan berpikir seseorang dalam menghadapi setiap masalah. Tingkat pendidikan merupakan proses persiapan seseorang untuk mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Pendidikan berfungsi untuk membentuk manusia secara keseluruhan, membangun individu yang beriman dan bertakwa, mandiri, berilmu dan bertanggung jawab. Pendidikan

juga membentuk individu sebagai agen pembaruan sosial, yang membantu mereka menghadapi dan mengantisipasi masa depan (Nuryanto, 2008).

4. Jumlah tenaga kerja

Karakteristik jumlah tenaga kerja Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku terletak d Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatanann Palu selatan. Tenaga kerja yang digunakan oleh masing-masing lembaga pemasaran diambil dari keluarga, orang luar keluarga, dan kerabat. Pekerjaan yang dapat dilakukan pada pedagang pengecer tidak banyak sehingga rata-rata tenaga kerja yang terlibat hanya sebanyak 4 (100%). Pedagang pemotong dan pedagang pengumpul memerlukan tenaga kerja lebih karena memiliki bermacam jenis pekerjaan (mengambil dan mengantar ayam, mencatat ayam yang masuk dan keluar, memotong dan menjual ayam ke pasar tradisional). Sumber : Data Primer 2024.

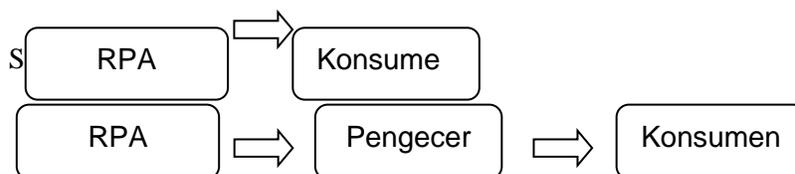
Mekanisme Rantai Pemasaran

Mengatakan bahwa terdapat tiga macam pola distribusi yang harus dikelola dalam rantai pasok ini, yakni aliran barang, aliran informasi dan aliran uang (finansial). Pola distribusi barang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Aliran informasi mengalir dari hulu ke hilir dan sebaliknya. Pola aliran uang (finansial) mengalir sebaliknya dari hilir ke hulu. Aliran produk, aliran keuangan, aliran informasi pada rantai Pemasaran Ayam potong di rumah pemotongan Ayam Toriniku Kecamatan Palu Selatan Kota Palu, sebagai berikut (Nuraini, 2008) :

Aliran produk

Aliran produk dalam rantai pemasaran ini berupa aktivitas dalam memindahkan produk berupa Ayam dari Rumah pemotongan Ayam (RPA) sampai ke konsumen akhir. Aliran produk yang terjadi dalam saluran Rumah pemotongan Ayam ini yaitu dari Pemotongan Ayam Toriniku sampai ke konsumen akhir pada tabel berikut :

Saluran Aliran I :



Saluran Aliran III:



Gambar 1. Aliran Produk Pada Rantai Pemasaran Pemotongan Ayam Torinik Kelurahan Birobuli Utara Kecamatan Palu Selatan

Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pemasaran

Tabel 4. Pola Saluran Pemasaran Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku terletak kelurahan Birobuli Utara Kecamatan Palu Selatan.

Pola	Klasifikasi Pola	Jumlah (orang)	Persentase (%)
I	RPA – Konsumen	10	28,5
II	RPA – Pengecer – Konsumen	8	22,9
III	RPA – Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer – Konsumen	17	48,8
Jumlah		35	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 pola Pemasaran Rumah Pemotongan Ayam Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu selatan. Kegiatan pemasaran dilakukan untuk menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Hastag dkk, (2015) yang menyatakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan untuk menyampaikan barang dari petani kepada konsumen. Saluran Pemasaran Pemotongan Ayam Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu selatan. Terlihat bahwa saluran pemasaran III merupakan saluran yang banyak digunakan oleh RPA yaitu sebesar 48,8% atau 17 orang, sedangkan pola saluran pemasaran I sebesar 28,5% atau 10 orang, sedangkan Pola pemasaran II Sebesar 22,9% atau 8 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pola saluran III lebih banyak digunakan dari pada pola saluran I, dan II. Pola III lebih banyak digunakan oleh RPA Toriniku karena lebih memilih menjual kepada pedagang pengumpul, karena lebih memudahkan dalam menjual meskipun harga yang diterima akan rendah.

Margin Distribusi Pada Rantai Pemasaran

Tabel 5 Analisis Biaya, Margin Pemasaran dan farmer's share Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku

No	Uraian	Saluran		
		I	II	III
1	RPA			
	Harga jual	60.000 (Rp/Ekor)	60.000 (Rp/Ekor)	60.000 (Rp/Ekor)
2	Pengumpul			
a.	Harga beli			62.000(Rp/Ekor)
a.	Harga jual			65.000 (Rp/ekor)
b.	Biaya Pemasaran (Transfortasi)			167 (Rp/Ekor)
	Total biaya			167 (Rp/Ekor)
e.	Keuntungan			2.833 (Rp/Ekor)
f	Margin			3.000 (Rp/Ekor)
3	Pengecer			
a.	Harga beli	62.000 (Rp/Ekor)	66.000 (Rp/Ekor)	
b.	Harga jual	65.000 (Rp/Ekor)	70.000 (Rp/Ekor)	
c.	Biaya pemasaran (Transfortasi)	167 (Rp/Ekor)	333,3 (Rp/Ekor)	
	Total Biaya	167 (Rp/Ekor)	333,3 (Rp/Ekor)	
d.	Keuntungan	2,833 (Rp/Ekor)	3,668 (Rp/Ekor)	

e Margin		3.000 (Rp/Ekor)	7.000 (Rp/Ekor)
4. Konsumen			
a. Harga Beli	60.000 (Rp/Ekor)	65.000 (Rp/Ekor)	66.000 (Rp/Ekor)
Total Biaya		167 (Rp/Ekor)	333,3 (Rp/Ekor)
Total Keuntungan		2,833 (Rp/Ekor)	3.668 (Rp/Ekor)
Total Margin		3.000 (Rp/Ekor)	7.000 (Rp/Ekor)
Farmer's Share			94,28

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 5, Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktifitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani, atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran / distribusi (Sudiyono, 2001). diperoleh 3 pola saluran Pemasaran di Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu selatan, pada saluran I yaitu penyaluran ayam toriniku langsung dari pemotongan ayam ke konsumen tanpa perantara dan tanpa biaya yang digunakan dalam proses rantai pasok dengan harga jual yaitu Rp. 60.000, sehingga pada saluran I ini margin pemasarannya sebesar Rp 0. Pada Saluran II yaitu pola penyaluran ayam ke pedagang pengumpul lalu konsumen memiliki harga jual sebesar Rp.65.000, sehingga pada saluran II ini margin pemasarannya sebesar Rp.3.000. Sementara saluran III diketahui Ayam potong dijual oleh Rumah Pemotongan Toriniku melalui beberapa jalur, yaitu pedagang pengumpul lalu ke pedagang pengecer dan konsumen sehingga harga jual ayam sampai kekonsumen sebesar Rp.70.000/ekor sehingga margin pemasaran pada saluran III adalah sebesar Rp.7.00/ekor dan persentase *share* yang diterima oleh Rumah Pemotongan Toriniku sebesar 94,28.

Efisiensi Distribusi Pada Rantai Pemasaran

Tabel 6. Analisis Efisiensi Pemasaran Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku terletak kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu selatan.

No	Keterangan	Saluran Pemasaran		
		II	III	III
1.	Harga ayam ditingkat konsumen	60.000	65.000	70.000
2.	Total Biaya Pemasaran	-	3.000	7.000
Efisiensi Pemasaran			4,6	10,7

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan Efisiensi saluran pemasaran ayam yang dilakukan dengan melihat persentase antara biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan harga jual. Untuk mengetahui efisiensi masing-masing saluran pemasaran, maka perlu dilihat besarnya biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk setiap model saluran pemasaran ayam yang dilakukan oleh RPA Toriniku. bahwa efisiensi distribusi rantai pemasaran ayam di RPA Toriniku termasuk efisien yaitu pada saluran pemasaran II sebesar 4,6% dan pada saluran III sebesar 10,7% artinya apabila biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien saluran pemasaran dari produk tersebut, seperti yang terjadi pada saluran I nilai efisiensi adalah nol dapat dikatakan bahwa distribusi pada rantai ini efisien, karena semakin pendek

rantai pasok maka semakin rendah biaya yang diterima oleh petani. kaidah keputusan pada efisiensi distribusi rantai pasok adalah 1.0-33 % dikatakan efisien Menurut (Rahadi, 2003).

KESIMPULAN

Hasil penelitian Rantai pemasaran Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku kelurahan Birobuli Utara kecamatan Palu selatan yaitu Mekanisme aliran produk rantai Pemasaran Pemotongan Ayam Pedaging (RPA) Toriniku yaitu Saluran I RPA – Konsumen, Saluran II RPA – Pengecer – Konsumen, dan Saluran III RPA – Pedagang pengumpul – Pedagang pengecer – Konsumen, dan Saluran yang paling efisiensi pada Rumah pemotongan Ayam di Toriniku terdapat pada saluran I.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi RPA toriniku sebaiknya memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki untuk mengetahui kualitas produk yang diinginkan konsumen dan mengetahui harga jual Ayam pedaging agar dapat memilih pola pemasaran yang lebih efisien sehingga mendapatkan keuntungan dan kesejahteraan yang meningkat.
2. Bagi pemerintah diharapkan mengambil peran dalam peningkatan produksi seperti membantu peternak atau RPA untuk mendapatkan bantuan alat ataupun mesin yang berfungsi untuk mempermudah penanganan produksi Peternak ayam serta pengembangan daerah sentral peternak ayam agar daerah tersebut lebih dikenal luas di luar daerah produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia (2013). Komparasi Pendapatan Usahaternak Ayam Ras Pedaging Pola Kemitraan Dan Mandiri Jurnal Insitut Pertanian, Bogor, Bogor.
- Arikunto, 2006 Pengelolaan Pakan Ayam, Kiat Meningkatkan Keuntungan Dalam Agribisnis Unggas. Kanisius, Jogyakarta.
- Arwita (2013). Analisis Pelaksanaan Kemitraan Ayam Broiler Pada Cv. Barokah Dan Pendapatan Antara Peternak Mitra. *Jurnal Program Studi Peternakan. Volume : 2 (2) : 22 -35.*
- Budiman, 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Belimbing (Studi Kasus Desa Betokan Kecamatan Demak Kabupaten Demak). Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ekapriyatna, B.I Dewa Gede, 2016. Analisis strategis Pengembangan Usaha Peternakan Ayam Pedaging (Broiler) Ananta Guna di Di Desa Sidan Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE). Volume : 7 (2) : 21- 34.*
- Hastang, dkk., 2015 Analisis nilai tambah seluruh pelaku rantai pasok sapi potong mulai dari sektor hulu, internal usaha ternak dan sektor hilir Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Heizer, 2010. Pengelolaan Pakan Ayam, Kiat Meningkatkan Keuntungan Dalam Agribisnis Unggas. Kanisius, Jakarta.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid I. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

-
- Limbaang dan Sitorus, 2007. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Insitut Pertanian Bogor, Bogor.
- Nuraini. 2008. Analisis Usahaa Pengolahan Gula Merah Aren di Desa Sukamurni Kecamatan Cilawu Kabupaeten Garut Jawa Barat, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Rahadi, F dan R. Hartono. 2003. Agribisnis Peternakan. Penerbar Swadaya, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah, Malang.