

**ANALISIS PEMASARAN AGRIBISNIS
PETERNAKAN AYAM RAS PEDAGING
DI KABUPATEN LANGKAT
SUMATERA UTARA**

TESIS



OLEH
SARI BULAN TAMBUNAN
06.180.2014

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2008**

**ANALISIS PEMASARAN AGRIBISNIS
PETERNAKAN AYAM RAS PEDAGING
DI KABUPATEN LANGKAT
SUMATERA UTARA**

TESIS

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh
Gelara Magister Manajemen Agribisnis
Program Pascasarjana Universitas Medan Area



OLEH
SARI BULAN TAMBUNAN
06.180.2014

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2008**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

UNIVERSITAS MEDAN AREA PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL : ANALISIS PEMASARAN AGRIBISNIS PETERNAKAN AYAM RAS
PEDAGING DI KABUPATEN LANGKAT SUMATERA UTARA

Nama: Sari Bulan Tambunan
NPM : 06.180.2014

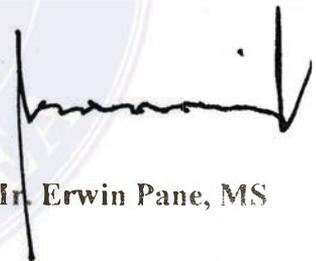
Menyetujui

Pembimbing I



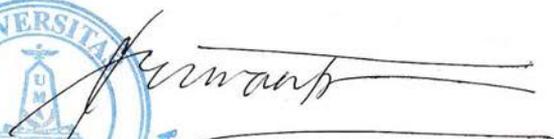
Prof. Dr. Sya'ad Afifuddin, M.Ec

Pembimbing II



Ir. Erwin Pane, MS

Direktur
Program Pascasarjana UMA



Drs. Heri Kusmanto, MA

Ketua Program Studi
Magister Manajemen Agribisnis



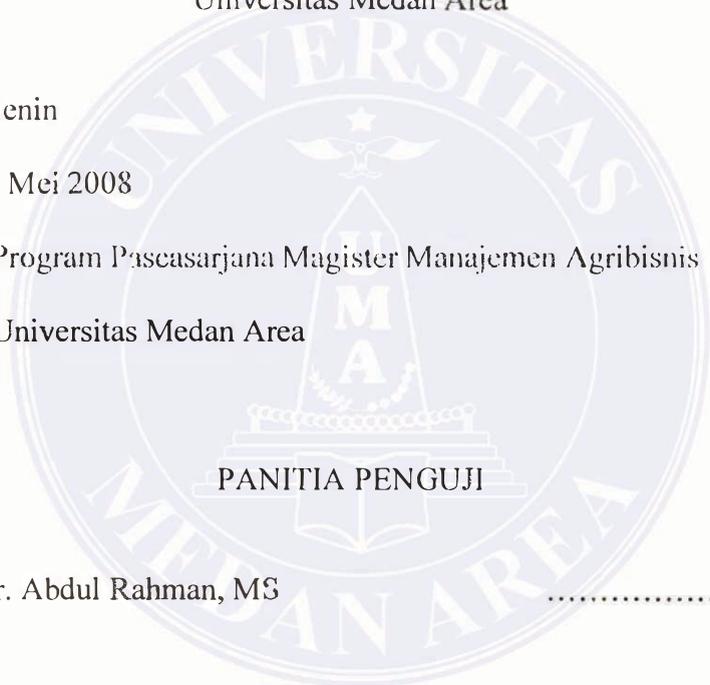
Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS**

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini dipertahankan di depan Panitia Penguji Tesis
Program Pascasarjana Magister Manajemen Agribisnis
Universitas Medan Area

Pada Hari : Senin
Tanggal : 5 Mei 2008
Tempat : Program Pascasarjana Magister Manajemen Agribisnis
Universitas Medan Area



Ketua : Ir. Abdul Rahman, MS

Sekteratis : Drs. Usman Tarigan, MS

Anggota I : Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, M.Ec

Anggota II : Ir. Erwin Pane, MS

Penguji Tamu : Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS

RINGKASAN

Pangan memiliki peran yang penting untuk mencapai Indonesia yang maju, modern dan kompetitif, karena memiliki dua dimensi penting, pangan sebagai konsumsi dan pangan sebagai input produksi. Daging ayam merupakan salah satu bahan pangan sumber protein yang cukup penting bagi kesehatan manusia. Kabupaten Langkat merupakan salah satu daerah penghasil ayam ras pedaging di Sumatera Utara. Pemasaran ayam tidak terlepas dari mata rantai pemasaran yang sedang berlangsung.

Saluran pemasaran merupakan bagian integral dalam sebuah sistem agribisnis peternakan khususnya peternakan ayam. Permasalahan pemasaran ayam ras pedaging dapat diidentifikasi sebagai berikut: Bagaimana bentuk dan pola saluran pemasaran ayam ras pedaging, fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran, berapa besar biaya pemasaran, margin pemasaran, price spread, share margin, tingkat efisiensi pemasaran ayam ras pedaging, perbandingan keuntungan dari setiap lembaga pemasaran, dan usaha apa yang diperlukan untuk mengembangkan agribisnis peternakan ayam ras pedaging di Kabupaten Langkat.

Penelitian ini antara lain bertujuan untuk menganalisis pola saluran pemasaran ayam ras pedaging, menganalisis fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran, menganalisis besar biaya pemasaran, margin pemasaran, price spread, share margin untuk tiap-tiap saluran pemasaran.

Pelaksanaan kajian atau studi terhadap jalur pemasaran komoditi ayam ras pedaging di Kabupaten Langkat digunakan metode survey yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan objek dan wilayah penelitian. Populasi dalam penelitian adalah penduduk yang berprofesi sebagai peternak ayam ras pedaging, dan penduduk yang berprofesi sebagai pedagang ayam ras pedaging. Dalam kajian ini digunakan dua pendekatan yaitu pendekatan deskriptif dan pendekatan kedua adalah perhitungan kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada dasarnya jalur pemasaran produksi ayam ras pedaging di Kabupaten Langkat khususnya di Kecamatan Stabat dan Kecamatan Kuala, memiliki kesamaan baik dengan pola inti-plasma maupun pola mandiri. Perbedaan jalur pemasaran ayam ras pedaging di Kecamatan Stabat dan Kecamatan Kuala adalah pada saluran kedua dan ketiga. Pola pemasaran ayam ras pedaging di Kecamatan Stabat besarnya margin pemasaran pada pedagang pengumpul saluran pertama, nilainya lebih kecil dibandingkan dengan pedagang pengumpul saluran ketiga.

Oleh sebab itu untuk mengoptimalkan pemasaran agribisnis peternakan ayam ras pedaging di Kabupaten Langkat upaya yang dapat diambil antara lain : peran pihak inti yang sangat dominan dalam proses produksi dan pemasaran ayam ras pedaging pada peternak inti-plasma dapat ditinjau kembali, sehingga posisi peternak meningkat ke posisi yang lebih berdaya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis ucapkan kehadiran Allah Swt yang telah memberi ilmu dan kesabaran serta rahmatNya, sehingga tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Tesis ini disusun sebagai langkah awal dari rangkaian penulisan tesis yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian studi pada Program Studi Magister Manajemen Agribisnis Universitas Medan Area. Topik yang menjadi fokus penulisan dalam tesis ini diberi judul “Analisis Pemasaran Agribisnis Peternakan Ayam Ras Pedaging Di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara”.

Penulis menyadari bahwa tesis yang telah disusun ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak terdapat kekurangan-kekurangan secara kuantitatif, hal ini di samping karena minimnya tingkat pemahaman dan pengetahuan juga keterbatasan waktu yang dimiliki penulis. Untuk itu, penulis dapat menerima kritikan dan mengharapkan saran dari semua pihak yang dapat membangun guna perbaikan dan penyempurnaan dalam penulisan tesis nantinya.

Pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tidak terhingga serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area dan Direktur Program Pascasarjana Bapak Drs. Heri Kusmanto, MA
2. Bapak Prof. Dr. Sya'ad Afufuddin, M.Ec sebagai Pembimbing I dan Bapak Ir. Erwin Pane, MS sebagai Pembimbing II.

3. Bapak Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Agribisnis dan Bapak, Ibu Staf Pengajar.
4. Bapak, Ibu Pengurus Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim, Universitas Medan Area yang telah banyak memberi bantuan kepada penulis.
5. Pihak-pihak yang berhubungan dengan pengadaan penelitian dan telah bersedia memberi tempat dan membantu penulis dalam mengumpulkan data dalam pelaksanaan penelitian ini.
6. Ayahanda H. Mhd. Yakub Tambunan, Ibunda Hj. Ratina Sibuea dan Keluarga besar penulis yang telah mendorong dan memberi do'a yang tulus dan ikhlas, juga rekan mahasiswa Magister Manajemen Agribisnis serta Staf Administrasi.

Atas bimbingan, bantuan dan doanya yang diberikan, semoga Allah Swt membalas semua kebaikan ini dengan kebaikan yang berlipat ganda.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermamfaat bagi kita semua,
Amin

Medan, 2008

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
RINGKASAN.....	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan Penelitian.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Kerangka Teoritis.....	9
2.1.1. Pemasaran.....	9
2.1.2. Sistem Pemasaran.....	11
2.1.3. Fungsi Pemasaran.....	11
2.1.4. Lembaga Pemasaran.....	20
2.1.5. Biaya dan Marjin Pemasaran.....	21
2.1.6. Efisiensi Pemasaran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Objek dan Wilayah Kajian.....	24
3.2. Metode Pengambilan Contoh.....	24
3.3. Data dan Sumber Data.....	25

	3.4. Metode Analisis.....	26
BAB IV	GAMBARAN UMUM KABUPATEN LANGKAT	28
	4.1. Letak dan Keadaan Geografis	28
	4.2. Kependudukan.....	28
	4.3. Produksi Beberapa Komoditi Pangan.....	29
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
	5.1. Saluran Pemasaran.....	31
	5.2. Marjin Pemasaran Ditingkat Pedagang Pengumpul	39
	5.3. Marjin Pemasaran Ditingkat Pedagang Besar	42
	5.4. Marjin Pemasaran Ditingkat Pemotong Pengecer.....	42
	5.5 Marjin Pemasaran Ditingkat Pengecer	45
	5.6. Analisis Ratio Keuntungan Terhadap Biaya (PJ).....	50
	5.7. Efisiensi Pemasaran	52
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	56
	6.1. Kesimpulan	56
	6.2. Saran	57
	DAFTAR PUSTAKA.....	
	LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pangan memiliki peran yang penting untuk mencapai Indonesia yang maju, modern dan kompetitif, karena memiliki dua dimensi penting, pangan sebagai konsumsi dan pangan sebagai input produksi. Pangan harus tersedia secara mencukupi dan merata bagi seluruh rakyat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan hidup yang sehat dan produktif. Hal itu penting diwujudkan melalui penciptaan ketahanan pangan yang memerlukan tindakan nyata dari sisi produksi maupun konsumsi. Pada sisi konsumsi perlu dilakukan upaya diversifikasi. Diversifikasi akan terjadi jika pendapatan masyarakat meningkat dan produk pangan dihargai sesuai dengan nilai ekonominya.

Terpenuhinya pangan dalam jumlah, mutu, aman, merata dan terjangkau merupakan tanggung jawab bersama antara Pemerintah dan masyarakat. Pencapaian target kebutuhan pangan merupakan usaha strategis yang harus dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan oleh Pemerintah. Peran dan partisipasi masyarakat, kelembagaan pedesaan, kelembagaan tani dan aparatur swasta menjadi penting membantu Pemerintah baik dari tingkat daerah maupun pusat untuk mewujudkan ketahanan pangan Nasional.

Berdasarkan pemikiran itu kebijakan pengembangan pertanian diarahkan untuk mengembangkan sistem ketahanan pangan berbasis pada keragaman sumber daya pangan, kelembagaan dan budaya lokal untuk memenuhi tersedianya pangan dan nutrisi dalam jumlah dan mutu yang diperlukan.

Daging ayam merupakan salah satu bahan pangan sebagai sumber protein yang dibutuhkan bagi kesehatan. Usaha tani ayam banyak dikembangkan dan diusahakan rakyat Sumatera Utara yang merupakan pergerakan mikro ekonomi berbasis pada perekonomian rakyat. Jika usaha tani ayam dapat berkembang pada masa yang akan datang tentu aktivitas makro ekonomi Sumatera Utara akan meningkatkan jumlah tenaga kerja dan peningkatan investasi yang dapat menjadi pemicu pertumbuhan ekonomi di Sumatera Utara.

Produksi ayam ras pedaging di Sumatera Utara memiliki mata rantai usaha peternakan ayam, yang dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu peternak yang bermitra dengan perusahaan peternakan ayam besar yang menjadi inti dan peternak sebagai plasma, yang kedua adalah peternak yang berusaha sendiri untuk mengembangkan ayam ras pedaging tanpa melibatkan perusahaan besar sebagai intinya atau disebut peternak ayam non plasma atau peternak individu atau mandiri.

Kabupaten Langkat yang letaknya relatif dekat dengan Kota Medan, merupakan salah satu daerah penghasil ayam ras pedaging yang utama di Sumatera Utara yang setiap tahun peternakan Kabupaten Langkat memproduksi kurang lebih 4.500.000 ekor ayam ras pedaging.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino Z, 1982. *Pengantar Tataniaga Pertanian*, Bahan Kuliah Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, IPB, Bogor.
- Basu Swasta Dan Suktojo, 1996, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2005, Kabupaten Langkat, Langkat Dalam Angka.
- Badan Meteorologi dan Geofisika, 2005, Balai Wilayah I Stasiun Klimatologi, Sampali, Medan.
- Dhal. D.C And J.W. Hammound, 1997, *Market And Price Analysis The Agrycultural Insutries*, M.c.Graw-Hill, Inc, United States.
- Dinas Peternakan Kabupaten Langkat, 2002-2003, Laporan Tahunan Dinas Peternakan Kabupaten Langkat.
- K. Raharjo, 2003, Analisis Usaha Dan Prospek Pemasaran Ayam Ras Pedaging Di DKI Jakarta, Laporan Akhir Tahun Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Limbong W. H. P. Sitorus, 1987, *Pengantar Tataniaga Pertanian*, Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian , IPB, Bogor.
- M.c. Charty And Parreault, 1993, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kelima, Erlangga Jakarta.
- Mubyarto, 1987, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, LP3ES, Jakarta.
- Muhammad Rasyad, 2000, *Memasarkan Hasil Peternakan*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Philip Kotler, 1993, *Marketing Management, Manajemen Pemasaran*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Suharno, 2000, *Saluran Pemasaran*, Edisi Satu, BPFE, Yogyakarta.
- Sofyan Assauri, 1992, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep Dan Strategi*, C.V. Rajawali, Jakarta.

- Soekartawi, 1993, *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi, 1993, *Prinsip Dasar Manajemen Hasil Pertanian, Teori Dan Aplikasinya*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sumardjo, Jaka Sulaksana Dan Wahyu, 2004, *Teori Dan Praktek Kemitraan Agribisnis*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Silvadewi, 2000, *Analisis Pemasaran Ayam Broiler pada Kelompok Peternak Plasma Jaya Broiler, Kabupaten Kuningan, Propinsi Jawa Barat*, Skripsi, Fakultas Peternakan IPB, Bogor

