

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan sub sektor peternakan merupakan bagian dari pengembangan pertanian yang mempunyai peranan sangat penting dalam menunjang kebutuhan protein hewani. Salah satu upaya pemerintah dalam rangka meningkatkan ketersediaan protein hewani adalah peningkatan produksi ternak yang diutamakan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi masyarakat melalui pembinaan daerah-daerah sentra produksi peternakan. Pemenuhan gizi masyarakat yang bersumber dari protein asal ternak yaitu berupa telur, daging, dan susu (Alprini, 2008:8).

Pembangunan dibidang peternakan yang lebih cepat diperlukan dalam rangka pengadaan produk peternakan bagi kebutuhan penduduk yang terus meningkat. Salah satu ternak yang cepat menghasilkan protein hewani berupa daging adalah ayam broiler. Peternakan ayam broiler memiliki sifat cepat dalam menghasilkan penerimaan, sehingga banyak peternak yang tertarik untuk mengusahakannya. Hal ini diikuti dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, baik dalam hal pembibitan, cara pemberian pakan, penanggulangan penyakit, dan manajemen. Kemajuan dibidang teknologi ini memberikan kemungkinan penerimaan yang semakin baik bagi peternak, sehingga memperbesar minat masyarakat untuk menanamkan modalnya dalam peternak ayam broiler (Alprini, 2008:14).

Ayam broiler adalah ayam jantan dan betina muda yang berumur 8 minggu ketika dijual dengan bobot tubuh tertentu, mempunyai pertumbuhan yang cepat serta mempunyai dada yang lebar dengan timbunan daging yang baik dan banyak (Rasyaf, 2004:1). Sebenarnya untuk mendapatkan protein yang berkualitas, orang dapat mengkonsumsi sumber protein nabati, di samping sumber protein hewani, terutama dari jenis kacang-kacangan, seperti kacang kedelai, kacang hijau, dan kacang tanah. Akan tetapi, umumnya protein yang berasal dari sumber protein nabati hanya mengandung beberapa jenis asam amino tertentu yang tidak lengkap. Sumber protein hewani biasanya lebih lengkap kandungan asam aminonya.

Ayam pedaging yang dikenal masyarakat Indonesia dengan berbagai kelebihannya, yaitu umur panen 4-5 minggu. Waktu pemeliharaan yang relatif singkat dan menguntungkan, maka banyak peternak baru serta peternak musiman yang bermunculan diberbagai wilayah Gorontalo. Di Kota Gorontalo khususnya di Kecamatan Kota Utara perkembangan ayam broiler disebut juga ayam pedaging, di Kota Gorontalo itu sendiri cukup positif dan bahkan sudah menyebar di wilayah-wilayah Kecamatan di Kota Gorontalo. Dalam lima tahun terakhir populasi ayam ras di Kota Gorontalo khususnya di Kecamatan Kota Utara terus meningkat. Di Tahun 2007 populasi ayam ras mencapai 192.202 ekor, pada Tahun 2008 mencapai 269.950 ekor, pada Tahun 2009 mencapai 206.631 ekor, pada Tahun 2010 mencapai 217.541 ekor sedangkan pada Tahun 2011 populasi ayam ras menurun menjadi 24.000 ekor dikarenakan terjadi pemekaran di Kecamatan Kota Utara menjadi dua kecamatan yaitu menjadi Kecamatan Kota Utara dan Kecamatan Sipatana (BPS, 2012:51).

Usaha peternakan ayam pedaging itu sendiri mempunyai prospek yang cerah. Potensi pasar ayam pedaging diperkirakan terus mengalami peningkatan pada tahun-tahun yang akan datang. Menanggapi permasalahan tersebut maka salah satu kajian penting yang perlu dilakukan adalah kajian mengenai aspek pemasaran komoditi ayam pedaging. Aspek pemasaran sangat penting karena merupakan media yang menyebabkan suatu komoditi dapat sampai pada konsumen akhir. Hal-hal penting mengenai pemasaran ayam pedaging adalah bentuk saluran pemasaran, dan nilai margin pemasaran. Berdasarkan uraian tersebut penulis mengambil judul **“Analisis Margin Pemasaran Ayam Pedaging di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk saluran pemasaran ayam pedaging di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo.
2. Berapa jumlah margin pemasaran dan keuntungan yang diperoleh dari masing-masing saluran pemasaran ayam pedaging di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo.
3. Berapa persen tingkat efisiensi pemasaran dari masing masing saluran ayam pedaging di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini :

1. Untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran ayam pedaging di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo.
2. Untuk mengetahui margin pemasaran dan keuntungan dari masing-masing saluran pemasaran ayam pedaging di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo.
3. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran pada masing masing saluran pemasaran ayam pedaging di Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi yaitu :

1. Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengembangan bisnis yaitu mengembangkan usaha peternakan ayam pedaging.
2. Sebagai proses pembelajaran bagi penulis dalam mengkaji dan pemecahan masalah yang dihadapi.