

ANALISIS PEMASARAN KOMODITAS PERTANIAN UNGGULAN DAGING AYAM



30p foto 31 an



**SUBDIT INFORMASI PASAR
DIREKTORAT PEMASARAN DOMESTIK
2012**

Kata Pengantar

Dalam upaya meningkatkan kinerja pelayanan informasi pemasaran komoditas pertanian, sangat dibutuhkan informasi pasar yang cepat, tepat, akurat, lengkap, kontinyu, dan up to date dilengkapi dengan analisis pemasaran yang relevan.

Berkenaan dengan hal tersebut. Direktorat Pemasaran Domestik, Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian menyusun "Analisis Pemasaran Komoditas Pertanian Unggulan (Daging Ayam Broiler)" yang memuat tentang perilaku harga komoditas Daging Ayam Broiler, hubungan/kolerasi antar pasar terhadap perubahan harga yang terjadi di pasar lainnya dengan menggunakan metode analisis moving average, logical test, korelasi serta responsibilitas harga.

Untuk tujuan menambah kelengkapan dari analisis ini, kami sangat mengharapkan masukan berupa saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Jika berkenan, kritik dan saran tersebut dapat dikirim melalui email: ***aip_pasdom@yahoo.com***

Kami berharap semoga buku analisis Pemasaran Komoditas Pertanian Unggulan ini dapat memberikan manfaat yang banyak kepada pembaca.

Jakarta, 2012

Direktorat Pemasaran Domestik

Daftar Isi

	Hal
I. Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan	11
II. Gambaran Umum Komoditi	12
III. Produksi, Konsumsi, dan Ekspor/Impor ...	18
IV. Harga	36
A. Integrasi Pasar : Korelasi dan Variasi Antara Berbagai Sentra Grosir	36
B. Identifikasi gejolak harga daging ayam broiler dengan metode Moving Average (MAV)	59
V. Kesimpulan	74

Analisis Pemasaran Komoditas Peternakan Unggulan Daging Ayam Ras

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Komoditas unggas terutama ayam ras mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis dalam perekonomian Indonesia, namun tidak dapat dielakkan bahwa komoditas ini sering mengalami permasalahan-permasalahan yang menghambat pengembangannya baik secara makro maupun mikro. Permasalahan yang memerlukan perhatian yang serius oleh para stakeholders peternakan unggas, yaitu lonjakan harga pakan ternak di pasar internasional karena kurang tersedianya bahan baku pakan yang berasal dari sumberdaya domestik, sehingga Indonesia masih harus mengimpor, lonjakan harga minyak bumi hingga fluktuasinya harga daging ayam dan mewabahnya penyakit khususnya Avian Influenza (AI), atau flu burung. Walaupun permasalahan-permasalahan tersebut

sangat besar pengaruhnya terhadap perkembangan agribisnis perunggasan, namun komoditas ayam ras ini masih memiliki prospek pasar yang sangat baik dan berkelanjutan. Komoditas ayam ras masih menempati posisi pasar yang baik didasarkan pada beberapa faktor utama diantaranya adalah : (1). Permintaan terhadap komoditas ayam ras terus meningkat seiring dengan adanya penambahan penduduk, peningkatan pendapatan, perbaikan tingkat pendidikan, perubahan gaya hidup (*life style*) serta peningkatan kesadaran akan gizi seimbang; (2). Ketersediaan produk ayam ras semakin beraneka ragam dan semakin mudah untuk dimasak (*convenience food*); (3).Produk ayam ras ini merupakan salah satu produk yang digemari oleh masyarakat Indonesia karena daging ayam memiliki kualitas organoleptik (rasa dan tekstur) yang baik; (4). Produk daging ayam ras ini memiliki peran sebagai penyedia protein hewani nasional yang relatif murah dibandingkan dengan komoditas-komoditas peternakan lainnya; (5).semakin banyak konsumen terkait dengan alasan kesehatan beralih dari daging merah (*red meat*) ke daging ayam.

Guna menjaga prospek pasar ayam ras tetap terjaga dengan baik dan terus memiliki daya saing yang tinggi dan mampu bersaing dengan produk-produk ayam ras dari mancanegara serta dapat memecahkan permasalahan-permasalahan tersebut di atas diperlukan beberapa faktor kunci yang harus diperhatikan, yaitu (a). Peningkatan kinerja penyediaan bahan baku pakan; (b). Industri ayam ras harus bertumpu pada prinsip "*economic of scale*"; (c). Perlindungan produk peternakan dalam negeri dari ancaman produk luar baik legal maupun ilegal; (d). Perlu dikembangkan suatu komitmen dan kerjasama diantara semua *stakeholders*; (e). Penciptaan iklim investasi yang lebih baik dengan jalan memberikan insentif (*incentives*) dan pemanis (*sweetener*); (f). Penanganan dan pencegahan berbagai wabah penyakit khususnya flu burung harus dilakukan secara terpadu, terintegrasi dan komprehensif; (g). Melaksanakan kampanye konsumsi daging ayam; (h). Perlu upaya-upaya kreatif dan cerdas untuk selalu meningkatkan efisiensi ;(i).Perlu upaya peningkatan produksi dan produktivitas ayam ras Indonesia.

Peningkatan kinerja penyediaan bahan baku pakan merupakan upaya yang harus segera dicarikan jalan keluarnya. Biaya bahan baku pakan merupakan 60% - 70% dari biaya produksi. Sebagian besar masih tergantung dari impor. Jagung merupakan salah satu komponen utama pakan ayam ras. Negara-negara yang memiliki daya saing tinggi dan berkelanjutan sangat tergantung pasokan komoditas jagung domestik. Pengembangan komoditas jagung domestik merupakan suatu keharusan dan perlu mendapatkan perhatian baik oleh pemerintah, swasta, maupun masyarakat petani. Ketersediaan pasokan jagung domestik akan mampu meredam kenaikan harga pakan yang cenderung terus meningkat. Pasokan jagung dunia untuk pakan (*feed*) semakin berkurang karena penggunaannya harus bersaing dengan pangan (*food*) dan minyak nabati (*fuel*). Keadaan ini mengakibatkan adanya kecenderungan harga pakan yang terus naik.

Industri ayam ras harus bertumpu pada prinsip " *economic of scale* ", dimana dengan semakin meningkatnya skala usaha, maka akan diperoleh biaya

rata-rata yang lebih rendah. " *Economic of scale* " diperoleh dengan menerapkan bisnis ayam ras yang terintegrasi secara vertikal. Integrasi secara vertikal (*vertical integration*) dilaksanakan dengan menerapkan pola-pola kemitraan (*contract farming*), dimana peternak sudah banyak bergabung dengan perusahaan inti sehingga jumlah pemeliharaan ayam ras juga semakin meningkat dan mampu menjaga kualitas dari hasil komoditas ayam ras tersebut. Ke depan perlu membuat kebijakan tentang kemitraan agribisnis ayam ras yang adil, baik bagi mitra maupun bagi inti melalui pembagian resiko dan keuntungan yang adil.

Perlindungan produk peternakan dalam negeri dari ancaman produk luar baik legal maupun ilegal. Pemerintah harus melindungi produk peternakan dalam negeri dari ancaman produk luar baik legal maupun ilegal yang dapat mengancam usaha dan industri ayam ras nasional. Masuknya produk-produk impor haruslah dilihat dari kaca mata kepentingan bersama khususnya dalam memajukan agribisnis peternakan yang mayoritas dilaksanakan oleh

peternak rakyat. Kendatipun ijin masuknya produk hasil peternakan tersebut dikeluarkan, perdagangan dan persaingan seyogyanya dilakukan secara adil dan *fair* sehingga yang terjadi adalah persaingan yang sehat tentunya yang berpihak kepada masyarakat Indonesia.

Perlu dikembangkan suatu komitmen dan kerjasama diantara semua *stakeholders*. Untuk mengembangkan komitmen dan kerjasama diperlukan adanya pemahaman yang baik karena pengembangan agribisnis ayam ras merupakan tanggung jawab berbagai *stakeholders* terutama dalam bentuk kerjasama yang erat antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, perguruan tinggi dan pelaku usaha.

Penciptaan iklim investasi yang lebih baik dengan jalan memberikan insentif (*incentives*) dan pemanis (*sweetener*). Penciptaan iklim investasi harus didukung oleh pemerintah dengan berupaya lebih baik dan lebih serius. Insentif dan pemanis yang diharapkan antara lain adalah dihapuskannya PPN, pengurangan pajak, penegakan hukum (*law enforcement*), penghapusan

retribusi dan pungutan di berbagai daerah, penyediaan saran dan prasarana infrastruktur yang lebih baik (jalan, rumah pemotongan ayam (RPA) yang lebih bersih dan higienis), tersedianya akses permodalan bagi para peternak ayam ras dan tak kalah pentingnya adalah penataan kelembagaan penyuluhan dalam rangka transfer teknologi kepada para peternak dan pusat-pusat informasi pasar di daerah.

Penanganan dan pencegahan berbagai wabah penyakit khususnya flu burung harus dilakukan secara terpadu terintegrasi dan komprehensif. Beberapa hal diantaranya yang dapat dilakukan antara lain dengan meningkatkan manajemen pemeliharaan untuk meminimalkan resiko ternak terserang penyakit, melakukan desinfektan secara terpadu pada kawasan peternakan, pemberian vaksin yang tepat waktu, tepat sasaran dan melakukan pengawasan yang ketat terhadap masuknya hasil ternak dari luar negeri yang terinfeksi penyakit menular.

Melaksanakan kampanye konsumsi daging ayam. Masyarakat industri ayam ras dengan dukungan pemerintah perlu terus-menerus melaksanakan kampanye konsumsi daging ayam. Daya beli masyarakat yang masih lemah dan gaya hidup yang konsumtif yang lebih mementingkan aspek penampilan (telepon seluler, rokok, cicilan sepeda motor dan lain-lain) kurang memperhatikan konsumsi protein hewani.

Perlu upaya-upaya kreatif dan cerdas untuk selalu meningkatkan efisiensi. Kenaikan harga minyak dunia yang langsung maupun tidak langsung akan berdampak pada kenaikan biaya produksi dan transportasi perlu upaya-upaya kreatif dan cerdas untuk selalu meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, pemasaran dan pengolahan.

Perlu upaya peningkatan produksi dan produktivitas ayam ras Indonesia. Upaya yang terus-menerus untuk meningkatkan produksi dan produktivitas ayam ras Indonesia yang berdaya saing tinggi dan memiliki nilai tambah dari produk-produk turunan yang dihasilkannya. Hal ini dapat dilakukan

melalui penyediaan teknologi terapan tepat guna, tepat lokasi baik budi daya, pasca produksi, maupun pengolahan hasil. Dengan adanya teknologi tersebut diharapkan akan mampu mengurangi biaya produksi yang digunakan dengan tetap mampu menghasilkan produk yang berkualitas.

Berdasarkan kondisi tersebut, perlu kiranya ayam ras sebagai salah satu komoditas unggulan peternakan yang mempunyai nilai ekonomi tinggi itu diikuti perkembangannya dengan melakukan analisa pemasaran secara komprehensif.

B. Tujuan

Kegiatan analisa Pemasaran Komoditas Unggulan Daging Ayam Ras ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan harga, produksi, populasi, konsumsi dan ekspor/impor. Analisa harga dilakukan menggunakan data harga tahun 2000 sampai dengan 2012, produksi tahun 2008 sampai dengan 2011, konsumsi tahun 2008 sampai dengan

2011, ekspor dan impor tahun 2008 sampai dengan 2011, di 5 (lima) daerah yaitu : Bandung, Medan, Makassar, Semarang dan Jakarta. Analisis dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Hasil kajian sebagai berikut: (1). Analisa Perkembangan harga bulanan komoditas Daging Ayam Ras. (2). Analisa Produksi, konsumsi dan Ekspor/Impor; (3). Analisa regresi; analisa elastisitas; analisa korelasi; analisa integrasi; analisa variasi; analisa identifikasi harga dengan "moving average";

II. Gambaran Umum Komoditi

Ayam ras adalah ternak introduksi yang baru dikembangkan di Indonesia pada awal tahun 1970-an dan datanya baru tersedia dalam dokumen resmi sejak tahun 1984. Bibit ayam ras dipasok oleh perusahaan multinasional. Usaha ternak ayam ras adalah usaha intensif. Ternak ayam dipelihara dalam kandang, diberi pakan buatan pabrik dan dirawat penuh waktu. Usaha ternak ayam pada umumnya merupakan usaha komersil, terspesialisasi dan sumber pendapatan utama bagi peternak

bersangkutan. Usaha ternak ayam ras didominasi oleh perusahaan besar peternakan. Usaha ternak ayam ras ada dua jenis, ayam ras pedaging dan ayam ras petelur.

Peternakan unggas secara garis besar terbagi atas dua macam yaitu peternakan komersial dalam berbagai skala usaha dan peternak tradisional (non komersial). Hampir semua peternak komersial memelihara ayam ras (broiler dan petelur) dan sebaliknya hampir semua peternak tradisional memelihara ayam kampung.

Peternak komersial secara fungsional terbagi atas peternak pembibitan (*breeder*) sebagai penghasil bibit/benih dan peternak budidaya sebagai penghasil ayam siap potong dan telur konsumsi. Walaupun dalam prakteknya sebagian besar breeder juga berfungsi sebagai peternak budidaya untuk menciptakan pasar oligopoli. Di samping itu hampir semua peternak komersial dari skala kecil (1.000 ekor) sampai sedang (20.000 ekor) sangat bergantung pada bibit/benih dan saprodi dari perusahaan besar baik secara langsung maupun

tidak langsung. Pasarnya adalah berhubungan langsung dengan para penampung di pasar-pasar tradisional (pasar becek). Untuk peternak yang menjadi plasma perusahaan besar dalam sistem inti-plasma mempunyai kewajiban untuk menjual pada perusahaan besar (inti) dengan harga pasar, yang sebenarnya harga tersebut sudah terikat dalam sistem oligopoli.

Perkembangan ayam ras yang mampu membangun Indonesia untuk mencapai swasembada daging ayam dan telur ayam dengan konsumen yang mencapai hampir seluruh Wilayah Indonesia perlu dicermati dengan baik. Kelembagaan dan jejaring yang terbentuk, telah membangun suatu sistem tersendiri yang disetujui oleh para peternak karena mampu memberikan nilai tambah langsung untuk meningkatkan kesejahteraan mereka merupakan salah satu nilai lebih dari industri unggas di dalam negeri. Hal-hal yang menunjang perkembangan peternakan unggas adalah (i) tersedia akses untuk mendapatkan bibit/benih dan pakan berkualitas, (ii) obat-

obatan, (iii) informasi standar manajemen pemeliharaan, (iv) pasar yang siapampung setiap produk yang dihasilkan serta (v) besaran usaha yang cukup memberikan keuntungan yang dianggap baik bagi peternak yang melakoninya.

Menurut Ditjenak menyatakan bahwa pakan untuk unggas masih menjadi problema yang serius karena sebagian besar bahan pakan diperoleh melalui impor dan tercatat pada tahun 2004 besaran impor untuk jagung (988 ribu ton), bungkil kedelai (1,8 juta ton) dan tepung hewani (360 ribu ton). Bahan-bahan tersebut merupakan bahan utama untuk formulasi pakan unggas. Sehingga untuk menembus pasar impor dan persaingan dengan produk impor dalam pasar global maka harus ada tindak lanjut untuk memenuhi kebutuhan pakan tersebut yang diharapkan dapat lebih murah dari produk impor.

Keterbatasan pengembangan dari skala usaha komersial kecil menuju kepada skala usaha komersial yang lebih besar adalah pada faktor modal usaha, akses pada saprodi dan ketersediaan pasar dan bukan pada SDM.

Perkembangan ayam kampung mengambil arah yang berbeda dengan ayam ras, peternak pembibit menseleksi ternaknya bukan ditujukan untuk produksi daging dan telur secara optimal sebagaimana pada ayam ras, tetapi lebih ditujukan untuk menghasilkan bibit yang spesifik yang lebih banyak berfungsi sebagai hiburan atau hobi seperti ayam pelung untuk suara merdu, ayam bangkok untuk ayam aduan dan ayam hias karena warna dan keunikannya. Sangat sedikit yang mengarahkan seleksi untuk produksi telur seperti ayam Arab, sehingga sulit bagi ayam kampung untuk bersaing dengan ayam ras dalam menghasilkan jumlah telur dan daging yang banyak. Peternak budidaya pada ayam kampung lebih memfungsikan ayamnya sebagai tabungan yang siap diuangkan setiap saat ketika membutuhkan dana kontan. Para peternak pembibit ayam kampung lebih berfungsi sebagai penjaga plasma nutfah yang andal. Mereka membangun asosiasi pencinta ternak seperti HIPAPI (Himpunan Peternak Ayam Pelung) yang sering mengadakan even-even kejuaraan dan kontes untuk kemerduan suara ternaknya.

Secara umum dapat dikatakan bahwa daging ayam ras akan menjadi sumber utama pertumbuhan produksi daging di Indonesia. Produksi daging ayam ras diperkirakan akan terus mengalami akselerasi pertumbuhan. Persoalan pokok dalam produksi ayam ras pedaging ialah ancaman penyakit flu burung yang merebak di Indonesia sejak tahun 2004 dan hingga kini masih belum dapat dikendalikan dan bahkan cenderung meluas di seluruh Indonesia. Ancaman kedua ialah peningkatan harga pakan yang utamanya ditentukan oleh harga jagung dunia. Dalam hal ini, stabilitas nilai tukar rupiah juga turut menentukan stabilitas harga pakan.

Oleh sebab itu, untuk mengetahui kinerja pemasaran daging ayam ras maka perlu kiranya dilakukan analisa pemasaran daging ayam ras.

III. Produksi, Konsumsi, dan Ekspor/ Impor

Sejak diintroduksikan pada awal tahun 1970-an, usaha ternak ayam ras pedaging berkembang pesat. Seperti yang ditunjukkan pada **Tabel 1.**, populasi ayam ras pedaging meningkat dengan laju pertumbuhan 35,61 persen per tahun pada periode tahun 1980- 1989. Krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997-1999 memberikan pukulan berat terhadap usaha ternak ayam ras pedaging sehingga pertumbuhan populasinya anjlok menjadi hanya 2,10 persen per tahun pada periode tahun 1990-1999. Seiring dengan pemulihan ekonomi, populasi ayam ras kembali meningkat dengan laju 16,33 persen per tahun pada periode tahun 2000-2005. Selanjutnya pada periode tahun 2006-2010 populasi ayam ras kembali menurun dengan laju menjadi 8,86% persen per tahun, penurunan ini disebabkan oleh lonjakan harga minyak bumi hingga fluktuasinya harga daging ayam dan mewabahnya penyakit khususnya Avian Influenza (AI), atau flu burung.

Produksi daging ayam ras berbanding lurus dengan jumlah populasinya. Produksi daging ayam ras meningkat dengan laju pertumbuhan 20,70 persen per tahun pada periode tahun 1980-1989. Laju pertumbuhan produksi daging ayam ras anjlok menjadi 3,31 persen per tahun pada periode tahun 1990- 1999. Sekali lagi, anjloknya pertumbuhan produksi daging ayam ras pada periode ini adalah akibat dari krisis ekonomi 1997-1999. Pada periode tahun 2000-2005, produksi daging ayam ras kembali meningkat pesat dengan laju pertumbuhan 18,39 persen per tahun. Rata-rata produksi daging ayam ras pada periode tahun 2000-2005 telah mencapai 684.220 ton per tahun. Selanjutnya pada periode tahun 2006-2010 produksi daging ayam ras kembali menurun dengan laju menjadi 8,29% persen per tahun, penurunan ini disebabkan oleh lonjakan harga minyak bumi hingga fluktuasinya harga daging ayam dan mewabahnya penyakit khususnya Avian Influenza (AI), atau flu burung.

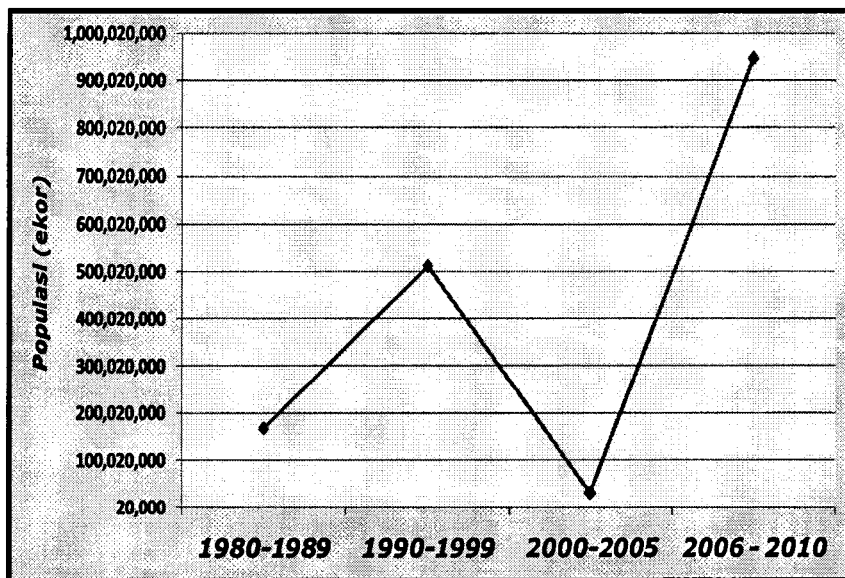
Pesatnya laju pertumbuhan peternakan ayam ras pedaging telah menjadikan daging ayam ras sebagai jenis daging yang paling banyak dihasilkan di Indonesia. Sejak dekade 1990-an, produksi daging ayam ras (rata-rata 412.639 ton per tahun) telah melampaui produksi daging sapi (rata-rata 316.535 ton per tahun). Produksi daging ayam ras juga telah melebihi total produksi daging unggas lainnya. Dengan pertumbuhan yang akseleratif, dominasi daging ayam ras terus meningkat, tidak saja pasokannya lebih melimpah, harga daging ayam ras juga lebih murah dari semua jenis daging lainnya sehingga daging ayam menjadi sumber utama protein hewani bagi rakyat Indonesia.

Tabel 1. Perkembangan Populasi dan Produksi Ayam Ras tahun 1980 - 2010

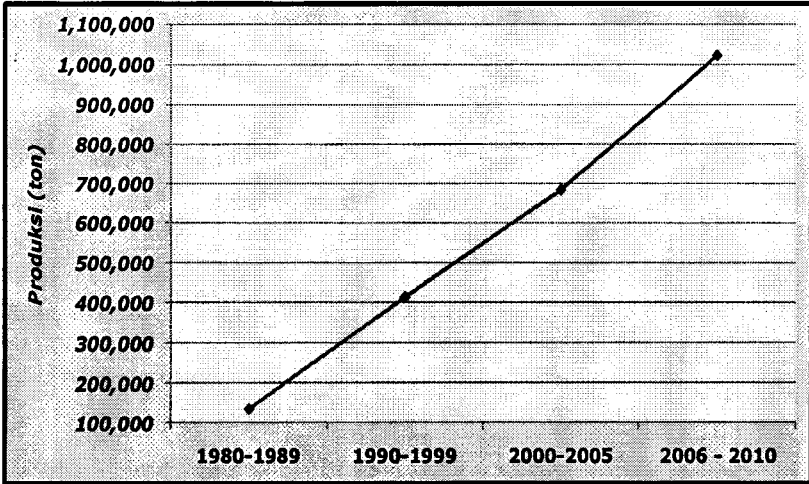
Uraian	1970-1979	1980-1989	1990-1999	2000-2005	2006 - 2010
Populasi					
a. Rata-rata (ekor)	TAD	166,744,286	510,988,500	28,906,600	945,786,764
b. Pertumbuhan (%)	TAD	35.61	2.10	16.33	8.86
c. Koefisien Variasi (%)	TAD	11.22	32.72	13.17	0.13
Produksi					
a. Rata-rata (ton)	TAD	136,236	412,639	684,220	1,021,782
b. Pertumbuhan (%)	TAD	20.70	3.31	18.39	8.29
c. Koefisien Variasi (%)	TAD	4.04	31.12	7.54	0.12

Sumber : Ditjen Peternakan, 2010

Gambar 1. Populasi Ayam Ras, Periode 1980 - 1989 S/D 2006 - 2010 (ekor)



Gambar 2. Produksi Daging Ayam Ras, Periode 1980 – 1989 S/D 2006 – 2010 (ton)



Daging ayam merupakan salah satu sumber protein hewani yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, selain ikan dan telur, guna memenuhi kebutuhan akan protein. Data dari *Badan Pusat Statistik* menurut Hasil Susenas menunjukkan bahwa dari tahun 1993 – 2010, tingkat konsumsi rumah tangga terhadap daging ayam menunjukkan kecenderungan yang meningkat setiap tahunnya (**Tabel 2**). Untuk tahun 2010, menunjukkan konsumsi daging ayam mencapai 3.546 kg per kapita per tahun, artinya meningkat 15,28 % dari

tahun sebelumnya. Pada periode tahun 1993 – 2010 laju pertumbuhan konsumsi sebesar 18,496 %. Jika dibandingkan dengan konsumsi daging ternak yang lain, jumlah konsumsi daging ayam mencapai 84,07% dari total konsumsi daging ternak lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap daging ayam cukup tinggi.

Tabel 2. Konsumsi Rumah Tangga Menurut Hasil Susenas Komoditi Daging Ayam Ras, Tahun 1993 - 2010

Tahun	Konsumsi Seminggu (Kg/Kapita/Minggu)	Pert. (%)	Konsumsi Setahun (Kg/Kapita/Tahun)	Pert. (%)
1993	0.024		1.251	
1996	0.045	87.500	2.346	87.53
1999	0.022	-51.111	1.147	-51.11
2002	0.049	122.727	2.555	122.76
2003	0.059	20.408	3.076	20.39
2004	0.053	-10.169	2.764	-10.14
2005	0.058	9.434	3.024	9.41
2006	0.048	-17.241	2.503	-17.23
2007	0.066	37.500	3.441	37.48
2008	0.062	-6.061	3.233	-6.04
2009	0.059	-4.839	3.076	-4.86
2010	0.068	15.254	3.546	15.28
Rata-Rata		18.491		18.496

Sumber: BPS, 2011