

ANALISA RANTAI NILAI (*VALUE CHAIN*) INDUSTRI BROILER DI KOTA AMBON (STUDI KASUS PADA PETERNAKAN DENGAN SKEMA KEMITRAAN)

Marfin Lawalata^{1*}, Heryanus Jesajas², Noviar F. Wenno¹, Tienni M. Simanjourang¹

¹) Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura
Jln. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka, Ambon, Indonesia 97233

²) Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura
Jln. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka, Ambon, Indonesia 97233

*Email: marfinlawalata@gmail.com

(Submitted: 25-05-2022; Revised: 04-02-2023; Accepted: 06-02-2023)

ABSTRAK

Rantai nilai suatu usaha atau bisnis menjadi merupakan salah satu penentu konsistensi dan eksistensi suatu bisnis dalam dunia usaha. Semakin efisien dan efektif rantai nilai yang dimiliki suatu usaha dapat membuat usaha tersebut terus berkelanjutan. Oleh karena itu, industri ayam broiler juga sebagai sebuah usaha harus memiliki rantai nilai yang efektif dan efisien untuk menjaga konsistensi dan keberlanjutannya dalam dunia usaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi rantai nilai (*value chain map*) industri peternakan ayam broiler di Kota Ambon. Metode penelitian yang dilakukan yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan dengan dipusatkan pada peternak ayam broiler yang menjalankan usaha dengan skema kemitraan dengan perusahaan dan instansi terkait seperti Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Ambon dan Bank Indonesia (BI). Jumlah responden pada penelitian ini adalah enam belas dan diambil dengan jalan sensus dan dengan syarat responden yaitu peternak yang sudah melakukan kemitraan selama satu tahun lebih. Hasil menunjukkan adanya hubungan yang saling menguntungkan yang diperoleh oleh peternak dengan para mitra, namun masih ada permasalahan yang terjadi terutama pada rantai produksi berupa ketidakpuasan harga antara peternak dan mitra. Serta waktu panen yang tidak sekaligus sehingga risiko biaya tenaga kerja yang dikeluarkan juga tinggi dan resiko kematian ayam menunggu waktu penjualan.

Kata kunci: Rantai nilai, industri broiler, kemitraan

ANALYSIS OF THE BROILER INDUSTRY VALUE CHAIN IN AMBON CITY (CASE STUDY ON LIVESTOCK WITH PARTNERSHIP SCHEMES)

ABSTRACT

The value chain of a business or business is one of the determinants of the consistency and existence of a business in the business world. The more efficient and effective the value chain owned by a business will make the business sustainable. Therefore, the broiler industry as well as a business must have an effective and efficient value chain to maintain consistency and sustainability in the business world. The purpose of this research was to identify the value chain map of the broiler farming industry in Ambon City. The research method used is descriptive qualitative. The research was conducted focusing on broiler breeders who run a business with a partnership scheme with related companies and agencies such as the Ambon City Agriculture and Food Security Service and Bank Indonesia (BI). The number of respondents in this study was sixteen and was taken by means of a census and with the condition that the respondents had been in partnership for more than one year. The results show that there is a mutually beneficial relationship obtained by farmers and partners, but there are still problems that occur, especially in the production chain in the form of price dissatisfaction between farmers and partners. And the harvest time is not at the same time so that the risk of labor costs incurred is also high and the risk of death of chickens waiting for sales.

Key words: Value chain, broiler industry, partnership

PENDAHULUAN

Tujuan dari pembangunan sektor pertanian salah satunya adalah mendorong peningkatan ketersediaan pangan hasil pertanian, dengan strategi yang digunakan adalah meningkatkan produksi komoditas, baik itu komoditas pada sektor pangan, perkebunan, hortikultura maupun pada sektor peternakan. Sehingga pemenuhan ketersediaan pangan diharapkan tersedia dalam jumlah cukup keberlanjutannya. Namun, globalisasi di berbagai sektor ekonomi dan bisnis saat ini, berdampak pada kemampuan bersaing dari produk-produk agribisnis, baik merebut pasar domestik maupun dalam menghadapi pasar ekspor yang semakin ketat. Salah satu komoditas yang dapat dijadikan sebagai *buffer* keberlanjutan penyediaan pangan adalah agribisnis ternak yang sangat populer dan berkembang saat ini. Peternak adalah bagian dari agribisnis yang mencakup usaha-usaha atau tingkah laku bisnis pada usaha pengelolaan sarana produksi peternakan, pengelolaan peternakan, penanganan pascapanen dan pemasaran (Talib *et al.*, 2007).

Agribisnis komoditi peternakan meliputi peternakan sapi, bebek, kambing, ayam dan lainnya. Peternakan ayam sendiri terbagi atas beberapa jenis di antaranya peternakan ayam ras pedaging (broiler), ayam petelur (layer), atau ayam kampung dan ayam lokal. Ayam ras pedaging (broiler) untuk tujuan produksi daging memiliki pertumbuhannya sangat cepat (4-6 minggu) sehingga dapat menghasilkan daging untuk dikonsumsi dalam waktu relatif singkat. Ayam broiler ini adalah jenis ayam yang dibudidayakan khusus untuk tujuan komersial (*profit oriented*) (Umam *et al.*, 2014).

Prospek usaha Ayam Broiler di Indonesia cukup menjanjikan, permintaan akan produk ayam Broiler mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, sehingga berpeluang baik untuk mengembangkan industri ayam broiler (Saptana *et al.*, 2017). Walaupun sebenarnya di Indonesia ayam broiler ini termasuk komoditas yang relatif baru jika dibandingkan dengan usaha ternak sapi, ternak kambing atau ternak itik, hal ini dikarenakan, daging ayam memiliki syarat ketahanan pangan nasional yang baik dari sisi produksi, banyaknya keterjangkauan daya beli masyarakat yang luas, serta ketersediaan pemenuhan konsumsi protein daging dalam negeri (Dharmawan *et al.* 2016; Soedjana, 2011).

Seiring dengan berjalannya waktu usaha broiler (ayam ras pedaging) berkembang dengan sangat pesat bahkan sampai ke Kota Ambon, Provinsi Maluku dan menjadi salah satu usaha peternakan yang banyak diminati oleh masyarakat. Ayam broiler berpotensi sebagai peluang bisnis karena memiliki banyak keunggulan di antaranya pemeliharaan yang relatif singkat, produktifitas tinggi, dan pemenuhan kebutuhan pangsa pasar yang tinggi (Davis, 2015). Berdasarkan data pengembangan sektor pertanian per gugus pulau, usaha peternakan ayam buras, ayam broiler, dan ayam ras petelur banyak tersebar pada daerah pulau Ambon

dan pulau-pulau Lease. Usaha peternakan ayam broiler ini juga dapat mengambil sistem mandiri atau usaha kemitraan. Menjadi seorang peternak ayam broiler yang menguntungkan tidaklah cukup. Peternakan yang dikelola juga harus tumbuh, pada kenyataannya jika usaha ini tidak tumbuh, maka tidak dapat mempertahankan keuntungan dalam jangka panjang.

Para pemilik menginginkan terjadinya pertumbuhan penghasilan, para pegawai menginginkan untuk mendapatkan kesempatan untuk lebih berkembang, dan distributor ingin melayani usaha peternakan yang bertumbuh. Maka seluruh *stakeholder* di atas harus berintegrasi dalam melakukan manajemen sumber daya yang ada ini guna mencapai kemandirian dalam agribisnis sub sektor peternakan. Sebaliknya, jika para *stakeholders* tidak bersinergi dengan baik maka kemandirian bisnis di sub sektor peternakan tidak akan dapat dicapai.

Agribisnis ayam broiler mulai berkembang pada masa prapelite tahun 1950 dan era pembangunan jangka panjang I sampai masa pelita (pembangunan lima tahun), pada saat itu peternakan ayam ras ini semakin berkembang karena mendapat perhatian lebih dari pemerintah yang menciptakan BIMAS (bimbingan masyarakat) ayam, yaitu program pengembangan ayam ras pedaging dan petelur secara besar-besaran yang dikembangkan di berbagai daerah di tanah air termasuk di dalamnya Provinsi Maluku. Melalui program ini, kalangan peternak kecil memanfaatkan dana BIMAS untuk mengembangkan usaha dalam skala kecil menjadi usaha taninya. Dengan program BIMAS banyak masyarakat dari semua lapisan membuat peternakan ayam sebagai aktifitas kegiatan bisnis yang menggiurkan. Akhirnya ayam broiler menjadi suatu komoditas baru yang sangat berkembang, karena proses pemeliharannya yang relatif sangat singkat.

Perkembangan ayam broiler di Maluku dari tahun ke tahun semakin berkembang, hal ini ditandai dengan semakin bertambah populasi penduduk dan meningkatnya pendapatan per kapita masyarakat dimana hal ini berbanding lurus dengan semakin tingginya permintaan daging ayam broiler. Perubahan selera konsumen dari *red meat* ke *white meat* juga menyebabkan permintaan daging ayam broiler meningkat dari waktu ke waktu. Perkembangan pasar modern (seperti *Frishmart* dan *Hypermart*) turut mendorong terjadinya peningkatan permintaan daging ayam broiler di Kota Ambon.

Tingginya permintaan daging broiler tidak diimbangi dengan meningkatnya jumlah penawaran produk tersebut di pasaran. Data menunjukkan bahwa untuk memenuhi permintaan konsumen akan daging ayam broiler di Kota Ambon, didatangkan ayam beku dari Surabaya dan Makassar mencapai 5.260 ton dengan nilai sebesar Rp. 70.000.000.000,- (BPS, 2017). Ini menunjukkan bahwa kota Ambon memiliki tingkat konsumsi daging ayam broiler cukup tinggi.

Ayam menjadi salah satu sumber pangan yang kaya akan protein hewani, sekaligus menjadi salah satu makanan yang digemari masyarakat luas, termasuk di Maluku yang murah dan mudah didapatkan jika dibandingkan dengan hasil ternak lainnya. Perkembangan peternakan ayam broiler di Kota Ambon yang tumbuh semakin pesat ini dikarenakan adanya perhatian dari lembaga kemitraan. Kelembagaan kemitraan merupakan strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih untuk meraih keuntungan bersama (Novita & Rochman, 2019).

BI (Bank Indonesia) turut andil dalam pengembangan agribisnis peternak ayam broiler di Kota Ambon. Hal ini sejalan dengan hasil studi empiris yang dilakukan oleh Saptana & Sartika (2014), bahwa, struktur industri perunggasan perlu diarahkan pada penguatan kelembagaan penunjang di tingkat peternak melalui pola kemitraan dengan azas saling membutuhkan, memperkuat dan menguntungkan dengan konsolidasi kelembagaan di tingkat peternak dan kemitraan. Tujuan BI (Bank Indonesia) memberikan bantuan dikarenakan berdasarkan hasil pemantauan tim inflasi daerah Maluku yang selalu melakukan survei di pasar becek (*wet market*), pasar modern (*Supermarket, Hypermarket*), maupun konsumen intitusional (hotel, restaurant, rumah makan) ternyata ayam yang beredar di Maluku adalah ayam yang berasal dari Surabaya dan Makassar yang dipasok dalam bentuk ayam beku (BPS, 2017).

Ayam beku yang tiba di Ambon sudah dipotong dua hingga tiga minggu sebelum dikirim ke Ambon. Karena hal tersebut maka dikembangkan usaha peternakan ayam broiler di Kota Ambon agar masyarakat bisa menikmati ayam segar sehingga tidak tergantung pada pasokan ayam dari Surabaya dan Makassar. Pengembangan peternakan ini melalui strategi kemitraan (*contract farming*) dengan perusahaan swasta dari luar kota Ambon yaitu PT. Mitra Jaya. Selain BI (Bank Indonesia) melihat bahwa kota Ambon memiliki potensi yang cukup untuk dimanfaatkan sebagai situs pengembangan usaha ayam broiler. Pertumbuhan peternak ayam broiler di Kota Ambon baik yang merupakan usaha perorangan maupun hasil kerja sama mitra sudah cukup banyak. Namun, hasil produksi belum mampu memenuhi permintaan konsumsi di Kota Ambon pada momen tertentu seperti acara besar keagamaan maupun memenuhi permintaan restoran cepat saji/hotel.

Berdasarkan data produksi pertanian Provinsi Maluku tahun 2015-2019, dilihat tren jumlah populasi ternak ayam pedaging pada Provinsi Maluku mencapai 225.500 ekor, dengan tren pada grafik datar kemudian melonjak tajam. Ini berarti, bahwa pemenuhan permintaan terhadap ayam pedaging terus didorong dan mengalami kenaikan pada waktu tertentu. Rendahnya daya saing menjadi salah satu pemicu produktifitas peternak rendah namun supply daging beku yang terus

di push dari luar Ambon seperti Surabaya dan Makassar membuat harga jual ayam potong peternak lokal menjadi tidak kompetitif. Diperlukan pengembangan kemitraan yang lebih luas dan saling menguntungkan. Kemitraan dalam usaha ternak bukanlah suatu hal yang baru, namun di pulau Ambon usaha ternak dengan sistem kemitraan masih sedikit jumlahnya dan mengalami pasang surut dalam manajemen usaha ternak itu sendiri karena pengaruh berbagai faktor baik internal maupun eksternal.

Tujuan penelitian ini yaitu (1) mengidentifikasi peta rantai nilai (*value chain map*) industry peternakan ayam broiler di Kota Ambon. (2) Menganalisis rantai nilai ayam broiler di Kota Ambon untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing peternak ayam broiler di Kota Ambon.

BAHAN DAN METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan dengan dipusatkan pada peternak ayam broiler yang menjalankan usaha dengan skema kemitraan dengan perusahaan dan instansi terkait seperti Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Ambon dan Bank Indonesia (BI). Jumlah responden pada penelitian ini adalah enam belas peternak dan diambil dengan metode survey, dengan pertimbangan pemilihan responden yaitu peternak sudah melakukan kemitraan selama satu tahun lebih.

Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive sampling* yaitu peternak dengan kemitraan yang berlokasi di Desa Passo, Kecamatan Baguala dan Desa Air Louw, Kecamatan Nusaniwe. Data diperoleh dengan jalan wawancara mendalam (*indepth interview*) selama survei. Pengambilan data melalui kunjungan langsung ke lokasi responden. Penentuan responden sampel menggunakan rumus teknik *insidental*. Sampling insidental adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti.

Teknik pengumpulan data dilihat berdasarkan sumber-sumber berupa data primer yaitu hasil wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap responden peternak dan responden ahli dari pimpinan pada perusahaan PT. Mitra Jaya dan instansi terkait seperti lembaga keuangan Bank Indonesia dan dari pemangku kepentingan lainnya (*stakeholders*).

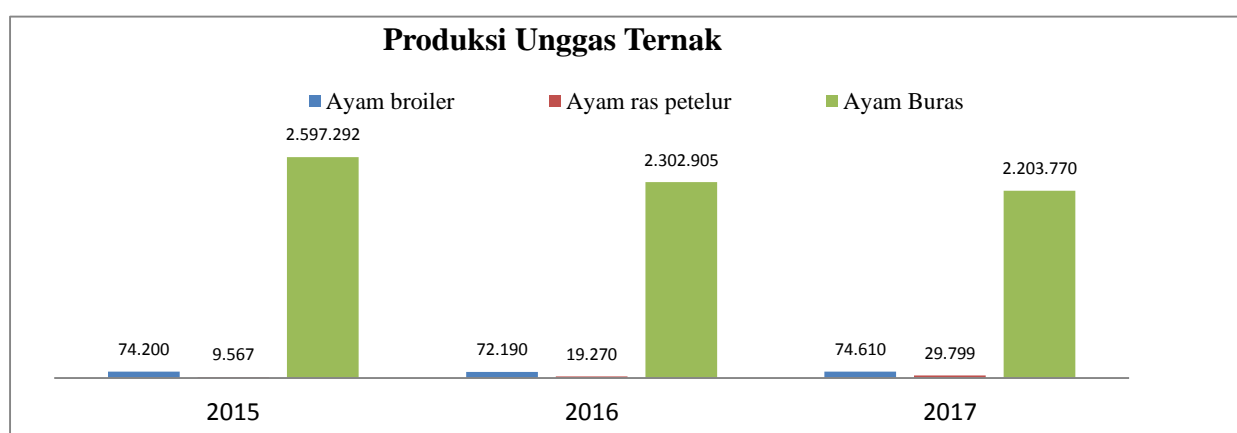
Sumber data sekunder yaitu pengumpulan data dari perusahaan, serta data yang diperoleh studi literatur lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Untuk menjawab tujuan penelitian ini adalah dengan memetakan rantai nilai (*value chain map*) industry peternakan ayam broiler di Kota Ambon dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif diperrgunakan untuk mendeskripsikan keseluruhan kegiatan rantai nilai terhadap komoditi ayam broiler di Kota Ambon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsumsi Daging Ayam Broiler

Rahayu *et al.* (2019), menyatakan bahwa ayam broiler merupakan ayam pedaging yang mengalami pertumbuhan pesat pada umur 1-5 minggu dengan berat 1.3-1.6 kg, Konsumsi daging ayam broiler per kapita/tahun masyarakat Indonesia pada 2017 sebesar 5,68 kg per kapita/tahun meningkat 573 gram (11,2%) dibanding konsumsi tahun sebelumnya. Sementara untuk konsumsi daging ayam kampung 782 gram per kapita/tahun naik 156 gram (24,9%) dari tahun sebelumnya. Makin menjamurnya kuliner yang

berbahan dasar daging ayam, dari warung pinggir jalan hingga di pusat perbelanjaan membuat konsumsi daging ayam mengalami tren kenaikan sepanjang 2013-2017. Sedangkan produksi daging ayam ras pedaging pada tahun 2017 mencapai 2,14 juta ton meningkat 97 ribu ton (4,75%) dari tahun sebelumnya hanya 2,04 juta ton. Produksi daging ayam pedaging pada 2013 hanya mencapai 1,54 juta ton dan terus menunjukkan peningkatan hingga 2017. Produksi ayam broiler tahun 2017 secara keseluruhan di Provinsi Maluku sebanyak 74.610 ekor yang tersebar di Kota Ambon sebanyak 69.610 ekor seperti pada Gambar 1 (BPS Provinsi Maluku, 2019).



Gambar 1. Produksi Unggas Ternak Di Provinsi Maluku (BPS Provinsi Maluku, 2019)

Pola Kemitraan Usaha Peternakan Broiler PT. Mitra Sinar Jaya

Hasil survey menunjukkan terdapat tiga bentuk kerjasama permodalan dalam usaha peternakan ayam broiler di Kota Ambon, yaitu 1) usaha dengan modal sendiri atau biasa disebut dengan peternakan mandiri; 2) usaha dengan modal dari orang lain dan dipercayakan penuh kepada seseorang untuk mengelolanya atau disebut dengan sistem bagi hasil; dan 3) usaha dengan modal dari orang lain dan orang yang memelihara ayam hanya diberi sejumlah uang atas usahanya memelihara ayam broiler tersebut atau bisa disebut dengan peternakan sistem kemitraan. Ketiga jenis kerjasama permodalan pada peternakan ayam broiler sangat membuka wacana jenis usaha mana yang dipilih nantinya untuk menjalankan usaha peternakan ayam broiler. Ketiga jenis kerjasama permodalan yang akan dipilih, berkaitan erat dengan hasil yang diharapkan pada usaha peternakan ayam broiler ini. Pola kemitraan broiler banyak dipilih karena keterbatasan sumberdaya di semua pihak, pergeseran posisi pelaku utama dari pemerintah dan swasta kepada masyarakat dan persoalan yang kompleks dan kronis.

PT. Mitra Sinar Jaya Cabang Maluku dan Papua telah beroperasi sejak tahun 2013 dengan jumlah peternak mitra 56 peternak di Pulau Ambon dan 2 peternak di Pulau Seram. Jumlah Produksi pun terus

meningkat yakni dari 7500 ekor di tahun 2013 hingga mencapai 128.500 ekor di tahun 2019. Dalam skema kemitraan produksi dan pemasaran ayam broiler dengan peternak mitra (plasma) dan PT. PT. Mitra Sinar Jaya Cabang Maluku dan Papua sebagai inti, fasilitas yang diberikan kepada peternak mitra berupa bibit (DOC), dengan jumlah yang bervariasi sesuai dengan ukuran kandang yang dibangun oleh peternak, pakan (*feed mill*) dan obat-obatan serta bantuan tenaga ahli/teknis pemeliharaan.

Perusahaan mitra mempersyaratkan beberapa hal, jika peternak ingin memulai usaha dan bergabung menjadi mitra antara lain : (1) peternak memiliki tanah untuk lokasi kandang atau kandang ayam milik sendiri dengan kapasitas minimal 2000 ekor, dengan ukuran kandang 6 x 40 meter (terlampir gambar kandang), (2) mempunyai modal untuk membangun kandang dan membeli peralatan, dan (3) lokasi peternakan memiliki fasilitas listrik, air serta memiliki akses jalan untuk dilewati truk pengangkut pakan dan waktu panen ayam.

Ikatan kemitraan tersebut dilegalkan dalam bentuk kontrak yang berisi komitmen serta hak dan kewajiban masing-masing pihak. Komitmen usaha kemitraan antara peternak dengan PT. Mitra Sinar Jaya diperuntukkan bagi peternak yang bertindak sebagai peternak mandiri berarti: peternak menggunakan modal sendiri, mengurus pengadaan sapronak sendiri,

melakukan penjualan sendiri dan menanggung hasil usaha beserta resikonya 100%. Sedangkan jika sebagai plasma maka (a) modal lancer (sapronak) ditanggung inti, (b) pengadaan sapronak dilakukan secara terpadu/terencana oleh inti, (c) penjualan/pemasaran ayam dilakukan oleh inti. (d) pola kerja sama jelas dan transparan, (e) saling menguntungkan didukung oleh rasa tanggung jawab atas pemeliharaan, (f) perhitungan bagi hasil yang jelas dan transparan, dan (g) kesepakatan harga garansi.

Hak dan kewajiban kedua belah pihak pun diatur di dalam kontrak. Peternak berkewajiban menyediakan lahan dan kandang sesuai standar yang ditentukan oleh inti serta menanggung biaya operasional pemeliharaan. Peternak berhak untuk memperoleh hasil sesuai dengan tingkat kinerja anggota. Sedangkan sebagai perusahaan inti, PT. Mitra Sinar Jaya memiliki kewajiban dan hak untuk (a) menjamin kontinuitas ketersediaan sapronak (DOC, pakan dan obat-obatan), (b) melakukan pembinaan dan pengawasan teknik pemeliharaan kepada peternak mitra, (c) memasarkan ayam hasil produksi peternak mitra pada waktunya, (d) membayar hasil pendapatan peternak dari perhitungan pemeliharaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi peternak mitra terhadap manfaat kemitraan dengan PT. Mitra Sinar Jaya secara ekonomi dapat membangun ekonomi perdesaan yakni sebagai sumber pendapatan yang berkesinambungan, penyediaan lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha di perdesaan, dan mengaktifkan modal daerah. Sedangkan manfaat lainnya yakni pemenuhan gizi protein hewani dari daging ayam. Juga merupakan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat melalui alih teknologi, manajemen, informasi pasar dan pembelajaran.

Pemetaan Aktor dalam Rantai Nilai Pemasaran Ayam Broiler di Kota Ambon.

PT. Mitra Sinar Jaya

PT. Mitra Sinar Jaya Cabang Maluku dan Papua berperan dalam rantai nilai ayam broiler sebagai: (1) dalam proses produksi yakni lembaga penyedia sapronak berupa DOC, pakan dan obat-obatan, (2) lembaga penyedia pengetahuan dan ketrampilan penerapan beternak ayam broiler yang baik (*Good practices*) dan (3) lembaga pemasaran. Dalam penyediaan sapronak PT. Mitra Sinar Jaya memiliki mekanisme standar pengendalian kualitas dan kuantitas terhadap DOC, pakan dan obat-obatan yang didistribusikan kepada peternak mitra guna menjamin produksi yang berkualitas standar. PT. Mitra Sinar Jaya dalam peran ini, meracik dan menentukan kuantitas dan kualitas DOC, pakan dan obat-obatan yang mesti peternak mitra gunakan dalam proses berproduksi. Misalnya, terkait dengan pemberian pakan per hari yang sesuai dengan kebutuhan hidup pokok dan berproduksi

dari ayam broiler, sehingga PT. Mitra Sinar Jaya dapat mendistribusikan pakan tepat waktu sesuai dengan rencana produksi dalam usaha peternakan peternak mitra. Serta mengatur jadwal pelaksanaan vaksinasi dan pemberian obat-obatan pada ternak ayam.

Sebagai lembaga penyedia pengetahuan dan ketrampilan beternak ayam, PT. Mitra Sinar Jaya berperan memberi penyuluhan dan pelatihan teknis bagi peternak pada fase pre-produksi (masa persiapan produksi) berupa bimbingan teknis penilaian lokasi kandang, pendirian kandang, penempatan peralatan kandang, pemeliharaan rutin ayam yang dimulai dari fase pemeliharaan DOC (*starter*) hingga ternak ayam siap dipasarkan (*finishing*). Sedangkan sebagai lembaga pemasaran, PT. Mitra Sinar Jaya berperan dalam penyediaan informasi pasar, mencari dan melakukan negosiasi dengan pembeli dan melakukan transaksi penjualan/pemasaran.

Peternak Mitra

Sebanyak 16 responden peternak mitra yang diwawancarai yang terdiri dari 14 laki-laki (87.5 %) dan 2 perempuan (12.5 %). Status peternak tersebut sebagai pemilik dan penjaga usaha (pekerja) dalam usaha peternakan broiler kemitraan dengan PT. Mitra Sinar Jaya. Responden peternak mitra berumur antara 21 sampai 64 tahun dengan rata-rata umur 46 tahun; memiliki jumlah anggota keluarga rata-rata 4 orang dan sudah melakukan usaha selama 1 – 7 tahun atau rata-rata 4 tahun. Sebagian besar responden peternak mitra berlatar-belakang pendidikan SMU 12 orang (75 %), S1 sebanyak 3 orang (18.8 %) dan S2 hanya 1 orang (6.3 %). Jumlah ayam yang dipelihara 1500 – 6000 ekor dan tingkat kematian ayam (mortalitas) sebanyak 10 – 300 ekor (0.6 % - 5 %) atau rata-rata 123 ekor ayam.

Berdasarkan data di atas, peternak mitra secara rata-rata sudah memiliki tingkat pendidikan baik dan cukup pengalaman (4 tahun) dalam menjalankan usaha peternakan ayam broiler miliknya sehingga mampu mengelola pemeliharaan ayam broiler dengan baik dan menekan angka kematian ayam. Tingkat pendapatan peternak mitra akan sangat bergantung pada jumlah ayam yang berhasil hidup selama pemeliharaan. Kamara (2009) menyatakan bahwa mortalitas atau angka kematian yaitu angka yang menunjukkan jumlah ayam yang mati selama pemeliharaan. Mortalitas merupakan faktor yang penting dan harus diperhatikan dalam suatu usaha pengembangan peternakan ayam. Tingkat kematian ayam banyak terjadi pada minggu-minggu pertama pemeliharaan dan sangat ditentukan oleh kondisi anak ayam pada saat pemeliharaan ayam. Tingkat mortalitas dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya bobot badan, iklim, keberhasilan lingkungan, sanitasi peralatan kandang, dan penyakit.

Jumlah kepemilikan kandang peternak mitra sebanyak 1 – 3 unit; sebagian besar (11 peternak) memiliki satu unit kandang. Besar investasi yang

dikeluarkan oleh peternak mitra untuk pembuatan kandang berkisar antara Rp. 17.000.000 – Rp 190.000.000 atau rata-rata Rp, 98.625.000. Sedangkan investasi untuk membangun gudang rata-rata Rp. 5.812.500 dan investasi untuk peralatan kandang berkisar antara Rp. 7.821.000 – Rp 41.475.000 atau rata-rata Rp. 19.828.093. Kandang yang digunakan di Indonesia khususnya di peternakan ayam skala kecil adalah sistem kandang terbuka. Dalam sistem kandang terbuka ada dua tipe kandang yang digunakan yaitu kandang postal dan kandang panggung. Pada kandang postal lantai kandang dapat berupa tanah atau tembok yang dilapisi 2 dengan litter baik sekam, atau bahan lain yang bisa digunakan. Pada kandang panggung lantai kandang berupa slatt yang terbuat dari bilah bambu atau kayu sehingga lantai kandang terdapat celah yang memungkinkan dilakukannya pembuangan litter.

Kelebihan dari kandang *open house* adalah biaya operasional yang cukup murah untuk membangun kandang terbuka, dan untuk memaksimalkan fungsi ventilasi karena intensitas angin relatif tinggi dan juga untuk memaksimalkan cahaya matahari yang juga memaksimalkan intensitas yang tinggi. Sedangkan kelemahannya adalah tipe kandang tersebut sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dari luar seperti panas kelembapan udara dan angin, terutama di Indonesia dengan iklim yang tropis yang terkadang perubahan cuacanya sangat ekstrim. Didaerah dataran rendah suhu sangat tinggi dan angin cukup kencang. Sementara itu didataran tinggi suhu sangat dingin disertai dengan kelembapan tinggi (Susanti *et al.*, 2016).

Turesna *et al.* (2020) menyatakan bahwa untuk menunjang produktivitas ayam broiler secara optimal, yang perlu diperhatikan dalam memilih sistem kandang ayam broiler diantaranya desain, dan peralatan yang sesuai. Namun, pertimbang utamanya dilihat dari faktor biaya. Selanjutnya diikuti dengan kemudahan dalam mendapatkan bahan dan peralatan serta ketahanan bahan dan peralatan. Oleh, karena kandang harus tahan lama dengan menyediakan lingkungan yang nyaman bagi ayam broiler, serta dapat dikontrol dengan mudah. Dengan demikian produktifitas yang diperoleh juga ditunjang dari input dan output, hal ini sejalan dengan pendapat menurut Carron *et al* dalam Rahmatin *et al.* (2019), bahwa industri peternakan skala besar mendominasi sistem pengelolaan melalui kontrol produksi dari segi input dan output.

Berat rata-rata ayam broiler yang dijual adalah 2.4 kg dengan harga jual Rp. 17.000 menurut harga jual yang dipatok oleh PT. Sinar Mitra Jaya. Apabila seorang peternak mitra memiliki sebanyak 1500 ekor ayam yang siap dijual maka harga jualnya menjadi 1500 ekor x 2.4 kg x Rp 17000 = Rp 61.200.000. Terkait dengan persepsi peternak mitra tentang “keuntungan” dari usaha peternakannya, memang cukup beragam. Namun peternak mitra menyadari bahwa “keuntungan” bisa benar-benar dinikmati setelah 2 tahun lama menggeluti usahanya. Pendapatan yang menjadi bagian

peternak adalah besar nilai penjualan dikurangi biaya sapronak yang dikeluarkan oleh PT. Sinar Mitra Jaya. Keuntungan yang berfluktuatif dan beragam serta usaha penciptaan nilai yang dilakukan oleh perusahaan seharusnya menjadikan peternak mitra sebagai aktor kunci dan price maker dalam industri ayam broiler, namun peternak hanya menguasai pangsa pasar sekitar 13 % sisanya dikuasi kemitraan internal dan kemitraan eksternal (Saptana *et al.*, 2017). Hal ini sejalan dengan pendapat dari Fitriani *et al.* (2014), bahwa persaingan pada industri ayam broiler cukup terbuka, namun yang akan mampu bertahan dalam jangka panjang hanyalah peternak yang konsisten dan mengutamakan efisiensi usaha.

Terkait dengan pemasaran hasil produksi ayamnya, sebagian peternak mengeluhkan tentang selisih harga patokan Rp. 17,000 per kg ayam hidup yang dibayar oleh PT. Sinar Mitra Jaya masih terlalu rendah dibandingkan di pasar Rp. 35.000 per kg ayam dipotong bersih serta tidak diikutsertakan peternak dalam proses mencari dan negosiasi dengan pembeli. Keluhan lain yakni peluang ayam mengalami stress dan mati akibat proses penangkapan ayam yang tidak teratur dan gaduh dalam kandang. Selain itu waktu pemanenan ayam dalam satu kandang yang tidak serempak namun bertahap, sehingga membebani peternak dengan resiko kematian dan ongkos membayar tenaga kerja pengelola kandang yang sepenuhnya ditanggung oleh peternak. Selain faktor-faktor diatas hal diatas juga ditunjang dengan rendahnya tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, keterbatasan sarana produksi, rendahnya tenaga kerja juga berdampak terhadap pendapatan dan produktifitas dan kinerja keuangan peternak ayam broiler (Rahmatin *et al.*, 2019).

Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul dalam penelitian ini adalah pedagang kecil yang telah memiliki kontak langsung dengan peternak untuk membeli barang dalam jumlah yang sedikit melalui PT. Sinar Mitra Jaya dan mengumpulkan untuk diangkut ke pasar atau ke pembeli lainnya. Dalam penelitian ini para pedagang pengumpul ini lebih dinamai sebagai “penangkap” karena mereka yang langsung mendatangi kandang-kandang ayam milik peternak untuk menangkap ayam dalam kandang tersebut. Para pedagang pengumpul atau penangkap ini sebelumnya melakukan negosiasi dan penawaran dengan PT. Sinar Mitra Jaya yang selanjutnya mengeluarkan “nota pembelian” ayam kepada para penangkap untuk secara langsung sendiri datang dan menangkap ayam dalam kandang sesuai nilai dalam “nota penjualan/pembelian” tersebut.

Pedagang pengumpul sebagai pedagang kecil yang jangkauan usahanya di daerah pedesaan dalam satu atau beberapa kecamatan, modal yang dimilikinya juga relatif terbatas. Dalam menjalankan usahanya pedagang pengumpul bersifat aktif mencari dan

menghubungi sumber-sumber penawaran dari satu tempat ke tempat lainnya bahkan dari satu rumah peternak ke rumah peternak lainnya. Penggunaan telepon genggam telah sangat membantu para pedagang pengumpul melakukan kontak dengan pihak PT. Sinar Mitra Jaya, yang sebagian besar sudah menjadi pelanggan tetap. Pengalaman para pedagang pengumpul dalam menjalin komunikasi yang intens dengan PT. Sinar Mitra Jaya membentuk suatu bentuk hubungan kemitraan pelanggan. Mukson *et.al.* (2005) mengatakan bahwa pertemuan penjual dan pembeli memungkinkan terjadinya interaksi sosial. Dalam kegiatan transaksi jual beli setiap individu baik penjual maupun pembeli akan melakukan hubungan sosial yang dipengaruhi oleh konteks sosial budaya yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Proses interaksi yang terjadi baik itu berupa kegiatan jual beli maupun kegiatan yang lain akan memunculkan bentuk-bentuk interaksi. Bentuk interaksi tersebut yaitu asosiatif maupun disosiatif, dimana interaksi asosiatif dapat membentuk suatu persatuan yang dapat menimbulkan hubungan-hubungan sosial yang membentuk jejaring sosial diantara mereka. Sedangkan interaksi disosiatif suatu bentuk interaksi yang dapat menimbulkan perpecahan diantara pelaku pasar yang dapat memutuskan hubungan-hubungan yang telah terjalin baik dalam transaksi jual beli maupun kegiatan pasar yang lainnya.

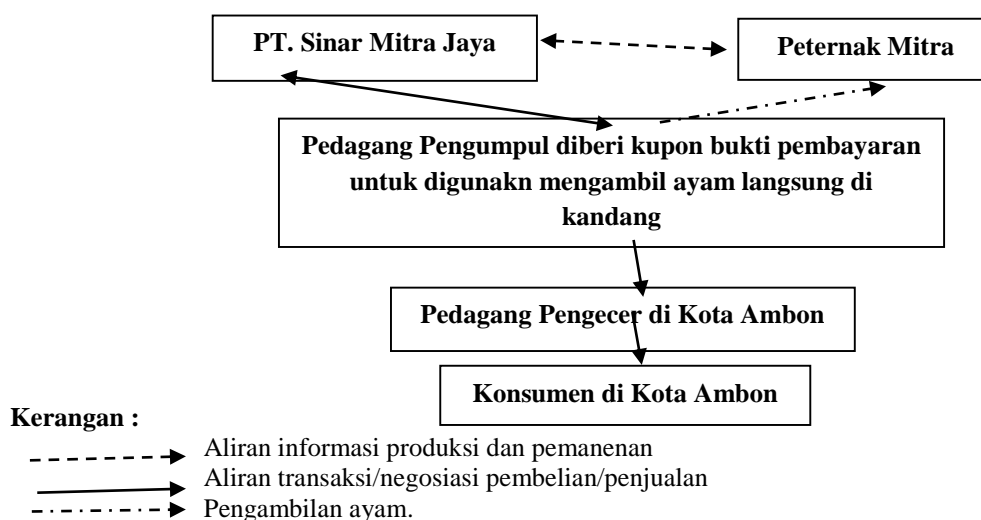
Pedagang pengumpul lebih banyak berfungsi sebagai perantara (makelar) pembelian ayam untuk kepentingan para pedagang pengecer di pasar Kota Ambon. Menurut Emhar *et al.* (2014), makelar dalam pemasaran ternak identik dengan jasa perantara yang masih tradisional, dalam arti pelakunya masih perseorangan, tidak memiliki sistem administrasi yang baku dan rapi, serta tidak bernaung dalam sebuah perusahaan yang legal. Peran makelar pun lebih banyak

selesai pada tahap mempertemukan penjual dan pembeli, termasuk di dalamnya yang terjadi dalam perdagangan ayam broiler di pasar Kota Ambon.

Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual produk secara langsung kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi dirinya sendiri beserta keluarganya. Responden pedagang pengecer yang diwawancarai berjumlah 10 orang, 90 % berpendidikan SMA, kisaran umur 25–70 tahun dan sudah berprofesi sebagai pedagang pengecer selama lebih dari 10 tahun. Rata-rata jumlah ayam yang dibeli per hari atau sekali angkut sebanyak 175 ekor. Pedagang pengecer biasanya berkedudukan di daerah pusat konsumen dan mereka punya tempat penjualan khusus yang berupa toko atau warung atau kios di pasar eceran, baik dimiliki sendiri atau menyewa pada pihak lain. Sebagaimana para pedagang tukang potong ayam sekaligus penjual, para pengecer ini pun sangat berpengalaman dalam mata rantai pemasaran yang menguntungkannya. Pedagang pengecer di pasar tradisional Kota Ambon merupakan bagian dari jasa perdagangan yang mempunyai peranan penting terhadap aktivitas pemasaran.

Peranan pedagang pengecer di Kota Ambon khususnya pada aktivitas pemasaran daging ayam sudah berlangsung cukup lama dan mampu memenuhi permintaan daging ayam baik dalam jumlah, bentuk maupun waktu yang diinginkan oleh pihak konsumen. Aktivitas pemasaran daging ayam yang dilaksanakan oleh pedagang pengecer di pasar tradisional Kota Ambon didukung oleh adanya kelancaran dalam pemasaran daging ayam. Secara ringkas peta rantai nilai (*value chain map*) ayam broiler dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta Rantai Nilai (*Value Chain Map*) Ayam Broiler

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa rantai nilai dari usaha peternakan ayam broiler pola kemitraan antara PT. Sinar Mitra Jaya Cabang Maluku dan Papua dengan peternak mitra terdiri dari (a) PT. Sinar Mitra Jaya sebagai lembaga penyedia sarana produksi ternak (saprotrak), sekaligus lembaga pendukung (pemberi bimbingan teknis kepada peternak), dan lembaga pemasaran ayam broiler, (b) peternak sebagai lembaga produksi ayam potong, (c) pedagang pengumpul sebagai lembaga perantara pemasaran ayam broiler, (d) pedagang pengecer sebagai pedagang tingkat akhir pemasaran, dan (e) konsumen di pasar Kota Ambon. Meskipun menguntungkan namun masih terdapat permasalahan terutama di rantai produksi (peternak mitra) berupa ketidakpuasan peternak terkait harga patokan pembelian ayam oleh PT. Sinar Mitra Jaya yang rendah dari peternak yang kemudian dijual lebih tinggi kepada pedagang pengumpul. Juga waktu panen yang tidak sekaligus sehingga peternak mesti menanggung resiko membayar tenaga kerja untuk mengurus sisa ayam yang belum terjual, serta menghadapi resiko kematian ayam menunggu waktu penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2017). *Kota Ambon Dalam Angka*. Ambon: Badan Pusat Statistik Kota Ambon.
- BPS. (2019). *Provinsi Maluku Dalam Angka*: Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku.
- Davis, C. G. (2015). *Factors Influencing Global Poultry Trade. International Food and Agribusiness Management Review, International Food and Agribusiness Management Association*, 18 (A), 1-12.
- Dharmawan, R., Prayogi, H. S., & Nurgartiningih, V. M. A. (2016). Penampilan produksi ayam pedaging yang dipelihara pada lantai atas dan lantai bawah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan (Indonesian Journal of Animal Science)*, 26(3), 27-37.
- Emhar, A., Aji, J. M. M., & Agustina, T. (2014). Analisis rantai pasokan (supply chain) daging di Kabupaten Jember. *Jurnal Berkah Ilmiah Pertanian*, 1, 53-61.
- Fitriani, A., Bakar, A., & Susanto, H. (2014). Analisis kelayakan usaha peternakan ayam buras di Kota Bandung. *Reka Integra: Jurnal Teknik Industri*, 2(2), 133-144.
- Kamara, T. (2009). *Menghitung Indeks Performa Ayam Broiler*. Universitas Padjajaran. Bandung.
- Mukson, S. I., Santosa, H., Setiyawan, & Suryanto, B. (2005). Analisis Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kabupaten Kendal Jawa Tengah. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner*. Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro Semarang.
- Novita, I., & Rochman, N. (2019). Analisis Manajemen dan Kinerja Kelembagaan Rantai Pasok Usaha Ayam Ras Pedaging. *Jurnal Pertanian*, 10(1), 30-36.
- Rahayu, I. H. S, Darwati, S., & Mu'iz, A. (2019). Morfometrik ayam broiler dengan pemeliharaan intensif dan akses free range di daerah tropis. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, 7(2), 75-80.
- Rahmatin, N., Sucipto, S., & Lestari, E. R. (2019). Analisis Rantai Nilai Berbagai Usaha Ayam Broiler di Kabupaten Jombang, Jawa Timur. *Jurnal Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 8(3), 183-196.
- Saptana, S., Maulana, M., & Ningsih, R. (2017). Produksi dan pemasaran komoditas broiler di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 14(2), 152-164.
- Saptana, S., & Sartika, T. (2014). Manajemen Rantai Pasok Komoditas Telur Ayam. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 11(1), 14-20.
- Soedjana, T. D. (2011). Peningkatan Konsumsi Daging Ruminansia Kecil dalam rangka Diversifikasi Pangan Daging Mendukung PSDK 2014. *In Workshop Nasional Diversifikasi Pangan Daging Ruminansia Kecil 2011 Puslibang Peternakan* (pp.17-26). Jakarta : Kementrian Pertanian.
- Susanti, E. D., Dahlan, M., & Wahyuning, D. (2016). Perbandingan produktivitas ayam broiler terhadap sistem kandang terbuka (open house) dan kandang tertutup (closed house) di UD Sumber Makmur Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ternak*, 7(1), 11-17.
- Talib, C., Inounu, I., & Bamualim, A. (2007). Restrukturisasi peternakan di Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 5(1), 1-14.
- Turesna, G., Andriana, A., Rahman, S. A., & Syarip, M. R. N. (2020). Perancangan dan pembuatan sistem monitoring suhu ayam, suhu dan kelembaban kandang untuk meningkatkan produktifitas ayam broiler. *Jurnal Tiarsie*, 17(1), 33-40.