

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Broiler merupakan salah satu ternak yang memiliki prospek yang cukup baik dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan daging dan telah banyak diusahakan dalam skala kecil maupun besar. Keunggulan broiler dibandingkan jenis ternak lain terdapat pada karakteristik broiler yang memiliki ciri khas pertumbuhan cepat, efisiensi penggunaan ransum, masa panen singkat, dan daging berserat lunak. Hal tersebut menjadikan usaha peternakan ayam broiler sebagai usaha yang handal, karena memberikan sumbangan terhadap peningkatan pendapatan, lapangan pekerjaan, pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat dan penopang sektor industri (Amalia dkk, 2013). Menurut data statistik Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember dalam publikasi Kabupaten Jember Dalam Angka 2018 pada tahun 2016 produksi daging broiler di Kabupaten Jember sebesar 16.998.335 kg pada tahun 2017 sebesar 16.804.626 kg dan pada tahun 2018 sebesar 17.475.053 kg dengan rata-rata harga karkas pada tahun 2014 sebesar Rp. 28.976 per kg, pada tahun 2015 meningkat 3,47% menjadi Rp. 29.981 per kg, dan pada tahun 2016 meningkat 4,51% menjadi Rp. 31.334 per kg. Dari data tersebut dapat diketahui juga jika konsumsi daging ayam broiler di Kabupaten Jember dipastikan akan terus meningkat setiap tahunnya mengingat beberapa pertimbangan seperti bertambahnya populasi penduduk dan dapat diketahui jika harga karkas broiler di Kabupaten Jember juga mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Setelah mengalami proses pemanenan, broiler siap untuk dipasarkan. Di Indonesia ayam broiler biasanya dipasarkan dalam beberapa bentuk, salah satunya adalah dalam bentuk karkas, yaitu bagian tubuh ayam broiler yang disembelih lalu dikeluarkan isi perut, kaki, leher, kepala, bulu, darah. Di dalam proses pemasaran karkas broiler akan terbentuk suatu rantai atau jalur yang disebut saluran pemasaran. Saluran pemasaran adalah setiap rangkaian perusahaan atau orang yang ikut serta dalam menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Prayitno

dkk, 2014). Di dalam proses pemasaran membutuhkan biaya pemasaran. Biaya pemasaran akan semakin tinggi tinggi sejalan dengan semakin panjangnya saluran pemasaran sehingga mempengaruhi jumlah keuntungan dari masing-masing Lembaga pemasaran. Biaya pemasaran dapat diukur menggunakan margin pemasaran. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang yang diterima produsen (Hanafie, 2010). Besaran margin pemasaran tergantung pada perubahan biaya pemasaran, keuntungan pedagang perantara, harga konsumen akhir, dan harga yang diterima produsen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Berapakah besar margin pemasaran dan keuntungan pemasran karkas broiler di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana tingkat efisiensi saluran pemasaran karkas broiler di Kabupaten Jember?
3. Apa faktor yang mempengaruhi besar margin pemasaran karkas broiler di Kabupaten Jember?

## **1.3 Tujuan**

1. Mengetahui besar margin pemasaran dan keuntungan pemasaran karkas broiler di Kabupaten Jember.
2. Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran karkas broiler di Kabupaten Jember.
3. Menganalisis faktor yang mempengaruhi besar margin pemasaran karkas broiler di Kabupaten Jember.

## **1.4 Manfaat**

1. Sebagai tambahan informasi untuk mengetahui besar margin pemasaran, keuntungan pemasaran, tingkat efisiensi pemasaran, dan faktor-faktor yang mempengaruhi besar margin pemasaran karkas broiler di Kabupaten Jember.