

**ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN ITIK PEDAGING**  
*(Anas plathrynchos)*  
**(STUDI KASUS: DESA KOTA RANTANG, KECAMATAN  
HAMPARAN PERAK KABUPATEN DELI SERDANG)**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**AHMAD GUNAWAN**  
**NPM: 1404300034**  
**PROGRAM STUDI: AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2018**

**ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN ITIK PEDAGING  
(*Anas plathrynchos*)  
(STUDI KASUS: DESA KOTA RANTANG, KECAMATAN  
HAMPARAN PERAK KABUPATEN DELI SERDANG)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**AHMAD GUNAWAN  
1404300034  
AGRIBISNIS**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) Pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing



Mailina Harahap, S.P., M.Si.  
Ketua



Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si.  
Anggota

Disahkan Oleh :  
Dekan,

  
Ir. Asritanarni Munar, M.P.



Tanggal Sidang : 18/10/2018

## PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Ahmad Gunawan  
NPM : 1404300034


Judul Skripsi : Analisis usaha dan Pemasaran Itik Pedaging (*Anas planchrynchos*)  
(Studi Kasus : Desa Kota Rantang Kecamatan Hampan Perak  
kabupaten Deli Serdang)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programming yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiatisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah di peroleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Oktober 2018

Yang Menyatakan

  
AHMAD GUNAWAN

## RINGKASAN

**AHMAD GUNAWAN** (NPM:140430034) dengan judul skripsi “**ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN ITIK PEDAGING (*Anas platyrhynchos*)**”. Dengan studi kasus : Desa Kota Rantang, Kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini dibimbing oleh Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si., selaku ketua komisi pembimbing dan Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si., selaku anggota komisi pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pendapatan yang diterima oleh peternak, dan selama ini layak kah usaha tersebut dijalankan. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode sensus dimana seluruh populasi peternak itik dijadikan sampel, untuk itu diambil sluruhnya yaitu sebanyak 15 sampel. Metode pengambilan sampel dilakukan secara purposive. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif, R/C dan B/C serta margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian Rata-rata total penerimaan yang di dapat oleh peternak sebesar Rp. 19.611.422,- dengan rata-rata pengeluaran untuk biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp. 9.871.917,- sehingga peternak Itik Pedaging mendapatkan pendapatan rata-rata yaitu sebesar Rp 9.739.509,- Per periode panen. Jumlah rata-rata R/C yang diperoleh para peternak yaitu sebesar 1,9 yang berarti sesuai dengan kriteria pengujian  $R/C > 1$ , Maka usahatani Itik Pedaging tersebut layak untuk diusahakan oleh peternak. Sedangkan dari hasil perhitungan *benefit cost ratio* dapat dilihat bahwa nilai B/C sebesar 1=1 Maka usaha ternak Itik Pedaging dalam uji B/C ratio dikategorikan usaha ternak Itik Pedaging yang berada pada titik impas dimana jika diusahakan tidak mengalami kerugian maupun tidak mengalami keuntungan. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa ada 2 saluran pemasaran yang terjadi. Yang pertama yaitu Peternak pedagang pengecer → Konsumen. Yang kedua yaitu Peternak → Pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen. Share margin yang diterima yaitu sebesar 66,66% pada tingkat peternak dan 33,33% pada tingkat pedagang pada saluran pemasaran I dan 64,64% pada tingkat peternak dan 36,36% share margin yang diterima pedagang pada saluran pemasaran II. Sedangkan untuk *farmer's share* didapat nilai pada saluran pemasaran yang pertama yaitu sebesar 66,66% sedangkan untuk saluran pemasaran yang kedua didapat sebesar 64,64%. Dengan membandingkan total biaya pemasaran dengan nilai produksi itik pedaging yang dipasarkan. Jika  $EP < 33\%$  maka sistem pemasaran itik pedaging dinilai efisien. Dan persentase yang paling rendah terdapat pada saluran pemasaran yang kedua dengan nilai persentase sebesar 15% dan dinyatakan yang paling efisien.

**Kata Kunci: Peternak, Pendapatan, Kelayakan, Pedagang, Saluran Pemasaran, Share Margin, Farmer's Share, Efisiensi Pemasaran.**

## **RIWAYAT HIDUP**

Ahmad Gunawan, lahir di Tenggulun 12 Mei 1995 dari pasangan Bapak Siswan dan Ibu Suginah penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara.

1. Tahun 2007, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri Tenggulun, Kecamatan Tenggulun, Kabupaten Aceh Tamiang, Provinsi Aceh.
2. Tahun 2010, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 6 Kejuruan Muda, Kabupaten Aceh Tamiang, Provinsi Aceh.
3. Tahun 2013, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 5 Kejuruan Muda, Kabupaten Aceh Tamiang, Provinsi Aceh.
4. Tahun 2014, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.
5. Tahun 2014, mengikuti PKKMB Fakultas Pertanian dan MASTA Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian.
6. Tahun 2016, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Kebun Air Batu Asahan.
7. Tahun 2018, melakukan Penelitian Skripsi di Desa Kota Rantang, Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara.

Organisasi dan pengalaman yang pernah diikuti :

1. Ketua Remaja Masjid Nurul Huda Dusun Sesiro Desa Simpang Kiri Kecamatan Tenggulun, Kabupaten Aceh Tamiang Periode 2011-2013.
2. Wakil Ketua OSIS SMA Negeri 5 Kejuruan Muda Periode 2011/2012.

3. Ketua OSIS SMA Negeri 5 Kejuruan Muda Periode 2012/2013.
4. Departemen Bidang Tabligh dan Kajian Keislaman Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Periode amaliyah 2015/2016.
5. Ketua Bidang Tabligh dan Kajian Keislaman Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Periode amaliyah 2015/2016.
6. Ketua Bidang Al-Islam dan Kemuhammadiyah Himpunan Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Periode Tahun 2015/2016.
7. Ketua Bidang Riset dan Pengembangan Kelimuan Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Periode amaliyah 2016/2017.
8. Ketua Bidang Administrasi Himpunan Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Periode tahun 2016/2017.
9. Sekretaris Bidang Hubungan Masyarakat Himpunan Mahasiswa Tamiang-Medan Periode 2018/2019.
10. Pengurus Forum Mahasiswa kecamatan Tenggulun.
11. Mengikuti Lomba Cerdas Cermat Pemahaman Qanun Syariat Islam tingkat SMA se-Kabupaten Aceh Tamiang tahun 2012.
12. Menghadiri Seminar Nasional dan Kemah Bakti Nasional Ikatan Senat Mahasiswa Pertanian Indonesia di Universitas Medan Area Medan pada tahun 2017.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Analisis Usaha dan pemasaran Itik Pedaging (*Anas plathrynchos*) (Studi Kasus : Desa Kota Rantang Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang)**” Skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat dalam rangka menyelesaikan program Sarjana Pertanian di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak bantuan dari pihak lain, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua tersayang bapak Siswan dan Ibu Suginah yang telah mendidik dan memberikan semangat berupa dukungan, do'a dan materi kepada penulis serta para keluargaku tercinta.
2. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. selaku ketua pembimbing penulis dalam menyusun Skripsi, yang terus dan selalu membimbing penulis.
3. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis, sekaligus sebagai anggota komisi pembimbing, yang terus dan selalu membimbing penulis.
5. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P. selaku sekretaris Program Studi Agribisnis.
6. Para dosen yang ada di fakultas pertanian terkhusus program studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kepada Seluruh Pegawai Biro Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi selama proses perkuliahan di fakultas pertanian.
8. Kepala Desa Kota Rantang dan para peternak Itik di Desa kota Rantang yang telah membantu penulis dalam penelitian ini.

9. Bapak Edi Salim Chaniago, S.Pd., M.Pd. Alm. Bapak Indra Gunawan, S.Pd. dan Keluarga besar SMA Negeri 5 Kejuruan Muda yang telah membantu dan mendukung serta memberi motivasi penulis untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.
10. Abangda Reyza Suwanto Sitorus S.P., Oloan ad Nurul lubis, S.P., Faisal Sofianza, S.P., Angga Dwi Sahputra, S.P., Choky Pradana Damanik, S.P., kakanda Mentari Oniva Mulya, S.P., serta Khujafathul Husna, S.P. yang telah banyak memberi bimbingan dan arahan serta semangat dalam penyelesaian Skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan Rahmandani, Rahmad, Riski, Keluarga besar agribisnis 1 2014, Permadiksi UMSU, yang telah banyak mendukung dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Seluruh kader Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas pertanian dan Himpunan Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta Himpunan Mahasiswa Tamiang.
13. Tim pertamanan UMSU, Bapak Aswin Bancin, S.E., M.Pd., Abangda Akbar Habib, S.P., M.P., abangda Reyza Suwanto Sitorus, S.P., abangda Oloan ad Nurul Lubis, S.P., Fendi Setiawan, S.P., Yatiman, S.P., Muhammad Heriansyah, Mar'i Lase, Azmi Nuzul Hada dan Tondy Maulana.

Akhirnya hanya kepada Allah semua ini diserahkan. Keberhasilan seseorang tidak akan berarti tanpa adanya proses dari kesalahan yang dibuatnya, karena manusia adalah tempatnya salah dan semua kebaikan merupakan anugrah dari Allah Swt. Semoga masih ada kesempatan penulis untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dan semoga amal baik mereka diterima oleh Allah Swt. Aamiin.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga kemudahan dan kelancaran senantiasa mengiringi setiap langkah dalam penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan orang-orang yang mengikuti sampai hari akhir nanti.

Usaha dan upaya untuk senantiasa melakukan yang terbaik atas setiap kerja yang menjadikan akhir dari pelaksanaan penelitian yang terwujud dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “Analisis Usaha Dan Pemasaran Itik Pedaging (*Anas plathrynchos*), (Studi Kasus: Desa Kota Rantang, Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang)” Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya karya ini hanya memberikan kontribusi bagi para peternak Itik dan maupun bagi almamater, namun begitu besar memberikan kemanfaatan bagi penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis berharap dibalik kekurang sempurnanya karya ini masih ada manfaat yang bisa diberikan baik bagi penulis sendiri, bagi mahasiswa lain dapat menjadi tambahana referensi, dan bagi pembaca semoga bisa dijadikan tambahan pengetahuan.

Medan, Oktober 2018  
Penulis

**Ahmad Gunawan**  
**1404300034**

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	6
Tujuan Penelitian.....	7
Kegunaan Penelitian.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
Tinjauan Umum Itik Pedaging .....	8
Faktor Produksi Itik Pedaging .....	9
Pemasaran.....	11
Penerimaan .....	15
Biaya Produksi .....	15
Pendapatan.....	16
Kelayakan Usaha.....	17
PenelitianTerdahulu.....	19
Kerangka Pemikiran .....	21
METODE PENELITIAN .....	23
Metode Penelitian.....	23
Metode Penentuan Lokasi .....	23

Metode Penentuan Sampel .....	23
Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	24
Metode Analisis Data .....	24
Definisi Operasional.....	28
Batasan Operasional.....	30
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	31
Letak dan Luas Wilayah .....	31
Keadaan Penduduk.....	31
Prasarana Umum.....	32
Karakteristik Peternak Sampel Usaha Ternak Itik Pedaging .....	33
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	35
Total Biaya Produksi Itik Pedaging.....	35
Penerimaan Usahatani Itik Pedaging.....	37
Pendapatan Peternak Itik Pedaging .....	37
Kelayakan Usaha Peternakan Itik Pedaging .....	38
Saluran Pemasaran .....	41
KESIMPULAN DAN SARAN .....	48
Kesimpulan .....	48
Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA .....	50

## DAFTAR TABEL

### Nomor Judul Halaman

1. Populasi Ternak Itik per Kabupaten/Kota di Sumatera Utara tahun 2013 .....	4
2. Populasi dan Produksi Ternak Itik di Kabupaten Deli Serdang per Kecamatan Tahun 2014 .....	5
3. Distribusi Penduduk Berdasarkan Dusun .....	32
4. Distribusi Mata Pencaharian Pokok Penduduk.....	32
5. Sarana dan Prasarana Umum .....	33
6. Karakteristik Peternak Itik Pedaging di Desa Kota Rintang.....	33
7. Biaya Tetap yang Dikeluarkan Oleh Peternak .....	36
8. Biaya Variabel yang Dikeluarkan Oleh Peternak.....	36
9. Total Biaya Yang Dikeluarkan Peternak.....	37
10. Rata-rata Jumlah Ternak, Harga dan Penerimaan Itik Pedaging.....	37
11. Pendapatan Peternak Itik Pedaging .....	38
12. Perolehan Nilai R/C dan B/C .....	40
13. Biaya Pemasaran dan Share Margin pemasaran Itik Pedaging .....	44
14. Farmer's Share Pada Saluran Pemasaran Itik Pedaging 1 dan 2.....	46
15. Efisiensi Pemasaran Itik Pedaging Pada saluran Pemasaran I dan II	46

## DAFTAR GAMBAR

### Nomor Judul Halaman

- |    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | Skema Kerangka Pemikiran Produksi itik pedaging..... | 22 |
| 2. | Alur Pemasaran Itik Pedaging .....                   | 41 |

## DAFTAR LAMPIRAN

### Nomor Judul Halaman

1. Karakteristik Peternak Sampel Usaha Ternak Itik Pedaging.....	53
2. Rincian Biaya Tenaga Kerja Pemeliharaan Itik pedaging .....	54
3. Biaya Penggunaan Bibit itik Pedaging.....	55
4. Penggunaan dan Biaya Pakan (Pelet) Usaha Ternak Itik Pedaging .....	56
5. Biaya Obat-obatan Usaha Ternak Itik .....	58
6. Biaya Perkandangan usaha ternak Itik .....	59
7. Biaya Alat-alat Usaha Ternak Itik.....	60
8. Total Biaya Penyusutan Perkandangan dan Alat-alat.....	62
9. Biaya Sewa Lahan Ternak Itik Pedaging.....	63
10. Biaya Penerangan Itik Pedaging .....	64
11. Biaya Produksi Usaha Ternak Itik Pedaging .....	65
12. Penerimaan Usaha Ternak Itik pedaging .....	66
13. Total Pendapatan Usaha Ternak itik Pedaging.....	67
14. Pengujian R/C dan B/C 68 .....	68
15. Karakteristik pedagang Pengumpul itik Pedaging .....	69
16. Karakter pedagang pengecer itik pedaging .....	70
17. Analisis Biaya pemasaran itik pedaging pada Pedagang pengumpul ..	71
18. Analisis Biaya pemasaran Pedagang Pengecer SP 1 dan 2 .....	72

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Perkembangan usaha ternak unggas di Indonesia relatif lebih maju dibandingkan usaha ternak yang lain. Hal ini tercermin dari kontribusinya yang cukup luas dalam memperluas lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan terutama sekali dalam pemenuhan kebutuhan makanan bernilai gizi tinggi. Salah satu usaha perunggasan yang cukup berkembang di Indonesia adalah usaha ternak itik. Meskipun tidak sepopuler ternak ayam, itik mempunyai potensi yang cukup besar sebagai penghasil telur dan daging. Jika dibandingkan dengan ternak unggas yang lain, ternak itik mempunyai kelebihan diantaranya adalah memiliki daya tahan terhadap penyakit.

Salah satu bidang pertanian yang potensial untuk dikembangkan adalah peternakan. Hewan ternak memberikan sumber protein hewani untuk konsumsi masyarakat. Itik merupakan hewan ternak yang potensial untuk dikembangkan. Untuk itu dibutuhkan pemeliharaan yang optimal sehingga mampu memberikan manfaat yang lebih bagi para peternak.

Itik merupakan salah satu unggas yang dipelihara oleh peternak yang ada di Indonesia yang berperan sebagai sumber pendapatan. Dalam upaya untuk mengembangkan usaha ternak itik pedaging, disamping untuk mencapai target produksi, juga perlu diupayakan peningkatan pendapatan peternak. Pendapatan peternak meningkat dapat membuka peluang bagi peternak untuk mengembangkan usaha ternaknya, yaitu dengan cara menambahkan skala usaha atau mengembangkan usaha di luar usaha ternak itik pedaging. Peluang usaha di bidang ternak itik cukup terbuka sebagai alternatif usaha

peternakan. Usaha ini sebenarnya cukup memiliki potensi yang besar untuk mendatangkan keuntungan. Selain manajemen produksi yang baik diperlukan pula manajemen pemeliharaan yang bagus supaya produk yang dihasilkan berkualitas baik, serta harus memiliki sistem pemasaran yang baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya daerah di Indonesia yang berpotensi untuk dijadikan lokasi pengembangan peternakan itik.

Pembangunan peternakan merupakan bagian integral dari pembangunan sektor pertanian yang berperan penting sebagai penghasil pangan, produk utama subsektor peternakan seperti daging, susu, dan telur sebagai sumber bahan pangan yang bernilai gizi tinggi dan banyak dikonsumsi masyarakat untuk memenuhi protein hewani. Perunggasan termasuk salah satu subsektor peternakan yang penting dalam pembangunan pertanian. Hal ini disebabkan karena kebutuhan konsumsi masyarakat Indonesia untuk memenuhi protein hewani sebagian besar didapat dari unggas. Secara tidak langsung perunggasan membantu pembangunan kualitas bangsa karena dengan konsumsi protein yang baik dapat mempengaruhi tingkat kesehatan dan kecerdasan seseorang. Industri perunggasan memberikan efek ganda yang sangat besar dalam sektor pertanian, karena hampir seluruh bahan baku pakan terdiri dari hasil pertanian seperti jagung, dedak, bungkil kelapa sawit/kopra, tepung galek, sebagai sumber makanan bagi perunggasan (Wakhid, 2010).

Produk peternakan merupakan suatu barang yang menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat Indonesia saat ini. Sebagian produk peternakan diolah dan diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi. Salah satu kebutuhan pangan yang berasal dari peternakan adalah daging itik. Tumbuhnya kesadaran



masyarakat untuk mengkonsumsi pangan sumber protein membuat permintaan terhadap daging itik meningkat. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya rumah makan pinggir jalan sampai restoran yang menyajikan menu khusus daging itik dengan variasi masakan yang cukup beragam. Semakin banyaknya tempat makan yang menyediakan menu daging itik berdampak pada meningkatnya permintaan terhadap daging itik (Windhayarti, 2010).

Budidaya itik potensial bagi masyarakat Indonesia sebagai bahan pangan maupun untuk industri. Budidaya itik telah dilakukan sejak lama oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan kebutuhan masyarakat akan protein hewani maka budidaya itik pedaging mulai dilirik oleh masyarakat sebagai salah satu sumber protein hewani. Jika sebelumnya masyarakat memenuhi kebutuhan tersebut hanya dari ayam dan ikan, kini bertambah dari itik. Terbukti, kandungan gizi daging itik tak kalah dibandingkan dengan daging ayam. Bahkan kandungan energi, kalsium serta vitamin A dan B pada itik lebih tinggi dari pada ayam. Masyarakat beranggapan bahwa daging itik memiliki cita rasa yang khas dengan rasa lebih gurih dari daging ayam (Feily dan Bagus, 2012).

Aspek lain dari mekanisme produksi pertanian adalah aspek pemasaran. Pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen kepada konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Peranan lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku sarat karakteristik aliran barang yang digunakan. Oleh karena itu dikenal istilah saluran pemasaran. Fungsi saluran pemasaran ini sangat penting, khususnya untuk melihat tingkat harga masing-masing lembaga pemasaran (Soekartawi, 2002).

Peluang investasi ternak itik cukup menarik minat masyarakat untuk membuka usaha ini. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyak dibangunnya usaha ternak itik baik yang peternakan rakyat maupun perusahaan peternakan.

Berikut sebaran populasi Itik di Provinsi Sumatera Utara.

**Tabel 1. Populasi Ternak Itik per Kabupaten/Kota di Sumatera Utara tahun 2013**

No	Kabupaten/Kota	Populasi Ternak (ekor)
1	Nias	1.710
2	Mandailing Natal	28.334
3	Tapanuli Selatan	19.846
4	Gunung Sitoli	1.709
5	Tebing Tinggi	8.146
6	Toba Samosir	38.216
7	Labuhan Batu	17.237
8	Asahan	45.334
9	Simalungun	64.891
10	Dairi	9.837
11	Karo	25.259
12	<b>Deli Serdang</b>	<b>319.168</b>
13	Langkat	181.250
14	Sibolga	739
15	Tanjung Balai	6.690
16	Pakpak Bharat	2.124
17	Pematang Siantar	3.305
18	Serdang Bedagai	238.901
19	Batu Bara	42.177
20	Medan	100.379
21	Binjai	12.911

Sumber: BPS SUMUT Sensus Pertanian 2013

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah populasi ternak itik di Kabupaten Deli Serdang sebesar 319.168 ekor. Deli Serdang merupakan daerah dengan urutan pertama yang memiliki Jumlah Itik yang cukup banyak dibandingkan daerah lainnya di Sumatera Utara. Dilihat dari hal tersebut peluang pengembangan ternak itik juga berkembang di Kabupaten Deli Serdang. Dimana usaha tersebut secara ekonomi cukup menguntungkan untuk diusahakan.

Ternak itik pedaging adalah salah-satu jenis ternak yang menghasilkan daging. Dengan luas wilayah yang ada di Kabupaten Deli Serdang memungkinkan banyaknya usaha di sektor Pertanian. Berikut jumlah populasi dan Produksi Daging Itik per kecamatan di Kabupaten Deli Serdang

**Tabel 2. Populasi dan Produksi Daging Itik di Kabupaten Deli Serdang per Kecamatan Tahun 2014**

No	Kecamatan	Banyaknya Itik (Ekor)	Produksi Daging Itik (Kg)
1	Gunung Meriah	3.074	608
2	S.T.M Hulu	2.064	3.152
3	Kutalimbaru	19.220	14.162
4	Sibolangit	12.462	4.064
5	Pancur Batu	2.936	633
6	Namo Rambe	31.826	21.587
7	Biru-biru	4.464	792
8	S.T.M Hilir	3.648	2.766
9	Bangun Purba	2.158	215
10	Galang	2.887	6.548
11	Tanjung Morawa	10.412	5.045
12	Patumbak	5.935	1.926
13	Deli Tua	14.196	5.904
14	Sunggal	1.602	372
15	<b>Hamparan Perak</b>	<b>56.913</b>	<b>38.979</b>
16	Labuhan Deli	16.718	9.462
17	Percut Sei Tuan	59.188	12.228
18	Batang Kuis	7.994	1.335
19	Pantai Labu	57.282	6.353
20	Beringin	40.055	7.173
21	Lubuk Pakam	2.261	3.417
22	Pagar Merbau	6.156	5.442
Jumlah Total		363.451	152.163

Sumber: BPS Kabupaten Deli Serdang Tahun 2014

Dari tabel 1.2. dapat dilihat jumlah itik di Kecamatan Hamparan Perak berjumlah 56.913 ekor dan memiliki jumlah produksi daging itik terbesar di Kabupaten Deli Serdang dengan jumlah produksi yaitu sebanyak 38.979 Kg. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa di Kecamatan Hamparan Perak merupakan daerah yang memiliki jumlah produksi daging itik terbesar, meskipun jika dilihat

jumlah itik yang di ternakkan lebih banyak di Kecamatan Percut Sei Tuan, namun jumlah daging yang di produksi lebih tinggi di Kecamatan Hamparan Perak.

Di Desa Kota Rintang, Kecamatan Hamparan Perak, usaha ternak itik yang dilakukan oleh peternak didaerah tersebut sebagian besar merupakan sebagai mata pencaharian sampingan. Peternakan itik dilakukan secara semi intensif, itik dipelihara secara terkurung/dikandangkan hanya 2 Minggu lamanya dan ini hanya pada masa DOD (*Day Old Duck*) dan setelah itu dilepaskan dari kandangnya, dengan tujuan mendapatkan hasil yang maksimal dan pemeliharaan yang efisien. Yaitu dengan memanfaatkan areal persawahan pascapanen. Pemberian pakan yang baik, menggunakan bibit itik yang berkualitas/ unggul, serta manajemen pemeliharaan ternak yang baik yang dilakukan oleh peternak untuk dapat menghasilkan produksi daging yang baik. Dengan usaha ternak itik yang baik dapat memberikan hasil produksi yang baik pula, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa usaha ternak itik memberikan pendapatan yang cukup besar terhadap pendapatan peternak untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Peternak itik di daerah penelitian memiliki jumlah ternak itik rata-rata 900 ekor. Oleh karena itu saya tertarik melakukan penelitian tentang **“ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN ITIK PEDAGING (*Anas platyrhynchos*) (Studi Kasus: Desa Kota Rintang, Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang)”**.

#### **Rumusan Masalah**

1. Berapa besar Pendapatan dari usaha ternak Itik Pedaging didaerah penelitian?
2. Apakah usaha ternak Itik Pedaging layak untuk diusahakan secara ekonomis didaerah penelitian?

3. Bagaimana saluran distribusi, share margin dan farmer share pemasaran daging itik didaerah penelitian?
4. Bagaimana efisiensi pemasaran daging itik didaerah penelitian?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pendapatan yang diterima peternak itik pedaging pada daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui layak atau tidaknya usaha ternak itik pedaging untuk diusahakan secara ekonomis pada daerah penelitian.
3. Untuk mengetahui saluran distribusi, share margin dan farmer share pemasaran daging itik pada daerah penelitian.
4. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran daging itik.

### **Kegunaan Penelitian**

1. Sebagai bahan informasi bagi para peternak Itik Pedaging.
2. Untuk Menambah wawasan dan pengetahuan tentang usaha ternak itik pedaging.
3. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata 1 pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Sebagai bahan informasi bagi mahasiswa lainnya untuk penelitian selanjutnya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Tinjauan Umum Itik Pedaging

Itik merupakan salah satu ternak yang cukup dikenal oleh masyarakat, terutama produksi telurnya. Selain produksi telur, dagingnya juga mudah diperoleh dengan harga yang terjangkau menurut ukuran pendapatan masyarakat pedesaan. Ternak itik merupakan salah satu perunggasan yang cukup berkembang di Indonesia meskipun tidak sepopuler ternak ayam dan mempunyai potensi sebagai penghasil telur dan daging. Jika dibandingkan dengan ternak unggas yang lain, ternak itik mempunyai kelebihan diantaranya adalah memiliki daya tahan yang cukup baik terhadap penyakit, oleh karena itu usaha ternak itik memiliki resiko relative kecil sehingga sangat potensial untuk dikembangkan (Nugraha, dkk. 2013).

Secara *zoologi* taksonomi itik sebagai berikut :

Kingdom : Animalia  
Filum : Chordata  
Kelas : Aves  
Ordo : Anseriformis  
Famili : Anatidae  
Genus : Anas  
Spesies : *Anas plathrynchos*

Penyebaran dan pengembangan ternak itik di wilayah Indonesia seperti Kalimantan Selatan, Sumatera, Sulawesi, dan Bali. Menurut sejarah perkembangan itik, pemerintah Kolonial Belanda yang tercatat memiliki andil dalam penyebaran itik di Indonesia yakni melalui kontrak yang mereka

mungkinan di Sumatera pada tahun 1920, khususnya di daerah Deli dan Lampung. Saat ini ternak itik banyak terpusat di beberapa daerah seperti Sumatera (Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Utara dan Sumatera Selatan), pulau Jawa (Cirebon, Jawa Barat, Brebes, Tegal (Jawa Tengah) dan Mojosari (Jawa Timur), Kalimantan (HSU- Kalimantan Selatan), Sulawesi Selatan serta Bali.

### **Faktor Produksi Daging Itik**

Tujuan akhir dari suatu usaha peternakan itik pedaging adalah produksi daging yang optimal. Pada sistem peternakan intensif, itik dikandangkan dengan segala kebutuhannya dipenuhi dan dilayani oleh peternak (Rasyaf, 2002). Terdapat beberapa faktor produksi yang mempengaruhi hasil produksi daging itik antara lain:

#### **a. Tenaga Kerja**

Yang dimaksud dengan angkatan kerja (*labor force*) adalah penduduk yang bekerja dan penduduk yang belum bekerja, namun siap untuk bekerja atau sedang mencari pekerjaan pada tingkat upah yang berlaku. Kemudian penduduk yang bekerja adalah mereka yang melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa untuk memperoleh penghasilan, baik bekerja penuh maupun tidak bekerja penuh. Tenaga kerja ini adalah penduduk yang berusia antara 15 sampai 64 tahun (Suryana, 2000).

#### **b. Luas Kandang**

Permasalahan dari pemeliharaan itik secara intensif yang perlu diperhatikan adalah masalah tatalaksana. Diantara penempatan itik dalam satuan luas kandang. Semakin kecil tingkat satuan luas kandang akan mengakibatkan pertumbuhan terhambat dan tingkat satuan luas kandang yang terlalu besar tidak

efisien dalam dalam pemakaian kandang. Soesantoso (2002) menyatakan bahwa kepadatan kandang yang tinggi atau rendah akan memberikan respon yang kurang baik pada pertumbuhan atau segi ekonomisnya. Kandang yang terlalu padat akan mengganggu performa ternak, sebaliknya jika kepadatan kandang rendah secara ekonomis akan merugikan. Jumlah yang terlalu banyak setiap petak kandang akan menyebabkan mudah timbulnya gangguan diantara ternak itu sendiri. Luas lantai kandang hendaknya disesuaikan dengan jumlah dan umur itik yang akan dipelihara (Suharno, 2006).

#### c. Pakan Itik

Bahan pakan yang dipergunakan dalam menyusun ransum pada itik belum ada aturan bakunya, yang terpenting ransum yang diberikan kandungan nutrisinya dalam ransum sesuai dengan kebutuhan itik. Pemberian pakan itik disesuaikan dengan kebutuhan gizinya sesuai dengan tahapan pertumbuhan maupun masa produksinya. Kebutuhan gizi tersebut harus dipenuhi oleh peternak karena ternak itik yang dipelihara secara terkurung tergantung sepenuhnya pada pakan yang diberikan. Ransum dasar dianggap telah memenuhi standar kebutuhan ternak apabila cukup energi, protein, serta imbalan asam- amino yang tepat. Ransum adalah bahan pakan yang telah diramu dan biasanya terdiri dari berbagai jenis bahan dengan komposisi tertentu. Ransum itik umumnya terbuat dari bahan nabati dan hewani (Sudaro dan Siriwa, 2000).

#### d. Iklim

Iklim sangat berpengaruh terhadap hewan ternak baik terhadap kesehatan dan produksi ternak. Iklim dapat mengakibatkan ternak mengalami stress dapat dilihat dari tingkah laku dari ternak itu sendiri. Faktor eksternal dan internal



merupakan faktor yang dapat menyebabkan stres pada ternak. Faktor internal terdiri dari: penyakit, vaksinasi dan penyapihan. Sedangkan pada faktor eksternal terdiri dari cuaca, makanan dan lingkungan.

e. Jumlah Ternak

Jumlah ternak adalah seluruh hewan ternak itik yang menjadi usaha peternakan yang sangat berpengaruh terhadap produksi daging yang dihasilkan dalam berproduksi. Maka, semakin besar jumlah ternak akan semakin besar pula produksi yang dihasilkan dan sebaliknya jika jumlah ternak kecil maka produksi yang di dapatkan juga sedikit.

**Pemasaran**

Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang dan jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Contohnya, seorang manusia membutuhkan air dalam memenuhi kebutuhan dahaganya. Jika ada segelas air maka kebutuhan dahaganya akan terpenuhi. Namun manusia tidak hanya ingin memenuhi kebutuhannya namun juga ingin memenuhi keinginannya yaitu misalnya segelas air merek Aqua yang bersih dan mudah dibawa. Maka manusia ini memilih Aqua botol yang sesuai dengan kebutuhan dalam dahaga dan sesuai dengan keinginannya yang juga mudah dibawa (Kotler, 2001).

Menurut Stanton (2001), definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan – kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang

atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana – rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Aspek lain dari mekanisme produksi pertanian adalah aspek pemasaran. Pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen kepada konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Peranan lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku sarat karakteristik aliran barang yang digunakan. Oleh karena itu dikenal istilah saluran pemasaran. Fungsi saluran pemasaran ini sangat penting, khususnya untuk melihat tingkat harga masing-masing lembaga pemasaran (Soekartawi, 2002).

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba. Komoditi pertanian yang dihasilkan petani akan digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga diperlukan adanya proses distribusi produk.

Distribusi produk akan menghubungkan petani dengan konsumen yang membutuhkan produk tersebut. Proses pendistribusian tersebut terangkai dalam

sistem pemasaran. Pemasaran adalah suatu runtutan kegiatan atau jasa yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk dari titik produsen ke titik konsumen. Dari definisi ini paling tidak ada tiga hal yang perlu menjadi perhatian. Yang pertama yaitu kegiatan yang disebut sebagai jasa adalah suatu fungsi yang dilaksanakan dalam kegiatan pemasaran. Fungsi ini bertujuan untuk mengubah produk berdasarkan bentuk (*form*), waktu (*time*), tempat (*place*) atau kepemilikan (*possession*). Yang kedua adalah titik produsen atau petani. Yang ketiga adalah titik konsumen. Tujuan dari suatu pemasaran adalah menyampaikan produk ke konsumen akhir sebagai transaksi akhir (Anindita, 2004).

Secara umum saluran pemasaran dapat dibedakan atas dua saluran yaitu: saluran pemasaran secara langsung dan saluran pemasaran melalui perantara. Jika pemasaran dilakukan secara langsung, harga yang diterima produsen sama dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Dengan demikian produsen akan mendapatkan harga yang wajar sementara konsumen mempunyai daya beli yang tinggi, disamping itu juga konsumen mendapatkan produk dalam keadaan yang segar, sedangkan pemasaran yang melalui perantara akan melibatkan pedagang lain (Kotler, 2003).

Efisiensi pemasaran sangat penting bagi peternak maupun pelaku pemasaran agar mampu mencapai keuntungan yang maksimal. Cara mengetahui indikator efisiensi pemasaran yaitu dengan melihat margin dan *farmer's share* yang diperoleh dari setiap saluran pemasaran. Permasalahannya adalah para peternak belum mengetahui berapa besar *farmer's share* yang mereka peroleh dan bagaimana bentuk salurannya hingga ke tangan konsumen sehingga mengindikasikan bahwa keuntungan usaha peternak belum mencapai maksimal.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bentuk-bentuk saluran pemasaran telur itik dari Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan, Kota Medan, dan menghitung persentase biaya, margin, keuntungan, dan *farmer's share* pada setiap saluran pemasaran sehingga dapat ditentukan saluran pemasaran mana yang paling efisien.

Menurut Soekartawi (2002), efisiensi pemasaran akan terjadi kalau:

- a. Biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi.
- b. Persentase perbedaan harga yang dibayarkan produsen dan konsumen tidak terlalu tinggi.
- c. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran.
- d. Adanya kompetisi pasar yang sehat.

Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga (Rahardi, 2000).

Tingkat efisiensi tataniaga juga dapat diukur melalui besarnya rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga. Rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga didefinisikan sebagai besarnya keuntungan yang diterima atas biaya tataniaga yang dikeluarkan. Semakin meratanya penyebaran rasio keuntungan terhadap biaya maka dari segi operasional sistem tataniaga akan semakin efisien (Limbong dan Sitorus, dalam Purba 2005).

Perusahaan yang sistem pemasaran dianggap efisien apabila memenuhi

2 syarat yaitu :

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil produsen sampai ke konsumen dengan biaya serendah-rendahnya.
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang.

### **Penerimaan**

Menurut soekartawi (1994) untuk menganalisis pendapatan usahatani diperlukan dua keterangan pokok yaitu keadaan penerimaan dan pengeluaran selama jangka waktu yang ditentukan. Penerimaan usahatani adalah hasil perkalian dari jumlah produksi total dan harga satuan. Penerimaan adalah total nilai produk yang dijalankan yang merupakan hasil perkalian antara jumlah fisik *output* dengan harga atau nilai uang yang diterima dari penjualan pokok usahatani tersebut. Penerimaan usahatani dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TR = Y \cdot P_y$$

Dimana:

TR = Total Penerimaan

Y = Jumlah Produksi

$P_y$  = Harga

### **Biaya Produksi**

Biaya produksi dapat di definisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang kan digunakan untuk menciptakan barang- barang yang diproduksi.

Secara singkat komponen- komponen biaya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Biaya tetap total

Biaya tetap total (*Total fixed cost*) adalah biaya yang tidak dipengaruhi oleh hasil produksi atau untuk setiap tingkat hasil (output).

2. Biaya Variabel

Biaya variabel (*Variable cost*) adalah biaya yang berubah- ubah disebabkan oleh adanya perubahan jumlah hasil. Semakin tinggi tingkat hasil maka semakin besar biaya variabel yang dikeluarkan.

3. Biaya Marginal

Biaya marginal (*Marjinal cost*) adalah biaya untuk memproduksi dan menjual tambahan satu unit produk yang terakhir.

Biaya total dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

Dimana:

TC = Total Biaya

FC = Biaya Tetap (*fixed cost*)

VC = Biaya Variabel

### **Pendapatan**

Suatu kegiatan perekonomian yang bergerak dalam sektor apapun dalam penentuan tingkat produksi akan memperhitungkan tingkat pendapatan yang akan dihasilkan dalam suatu produksi. Dengan efisiensi biaya produksi maka akan mencapai profit/ keuntungan yang maksimum karena profit merupakan salah satu tujuan penting dalam suatu usaha.

Pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya.

Pendapatan/keuntungan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

$\pi$  = Pendapatan Usahatani (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya Produksi (Rp)

(Soekartawi, 1994).

### **Kelayakan Usaha**

Beragam-macam peluang dan kesempatan yang ada dalam kegiatan dunia usaha, telah menuntut perlu adanya penilaian sejauh mana manfaat (*benefit*) yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha/proyek, disebut dengan studi kelayakan bisnis. Dengan demikian studi kelayakan yang juga sering disebut dengan *feasibility study* merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha/proyek yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan usaha/ proyek yang akan dilaksanakan memberikan manfaat (*benefit*) baik dalam arti *financial benefit* maupun arti *social benefit*. Layaknya suatu gagasan usaha/proyek dalam arti financial benefit, hal ini tergantung dari segi penilaian. Studi kelayakan ini bertujuan untuk menilai kelayakan suatu usaha/proyek dan hasil dari penilaian kelayakan ini merupakan suatu pertimbangan apakah usaha/proyek tersebut layak atau tidak diusahakan (Ibrahim, 2009).

Tentang kelayakan usaha ternak itik pedaging yaitu selisih antara penerimaan dengan semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha ternak itik pedaging (Soekartawi, 1995). Dengan rumusan sebagai berikut :

#### 1. Return Cost Rasio (Rasio R/C)

Dikenal dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya :

$$R / C = \frac{\text{Total penerimaan}}{\text{Total biaya}}$$

Keterangan :

R = Penerimaan (Rp)

C = Biaya (Rp)

Jika  $R/C > 1$  maka usaha ternak itik pedaging layak untuk diusahakan.

Jika  $R/C = 1$  usaha ternak itik pedaging di titik impas.

Jika  $R/C < 1$  maka usaha ternak itik pedaging tidak layak untuk diusahakan.

#### 2. Benefit Cost Rasio ( B/C)

B/C Rasio merupakan perhitungan yang digunakan untuk memperoleh gambaran tentang perbandingan antara manfaat dengan biaya yang diperoleh dalam usaha ternak Itik pedaging. Semakin besar angka pembanding dengan kriteria minimal 1, Maka kemampuan usaha untuk pemberian manfaat atas setiap rupiah pada usaha ternak Itik pedaging akan semakin besar (potensial) (Suratiyah<sup>h</sup> 2015).

$$B/C = \frac{\text{total pendapatan}}{\text{total biaya}}$$

Keterangan :

B = Pendapatan (Rp)

C = Biaya (Rp)



Jika  $B/C$  Maka usaha ternak Itik pedaging menguntungkan

Jika  $B/C = 1$  maka usaha ternak Itik pedaging berada di titik impas

Jika  $B/C <$  Maka usaha ternak Itik pedaging tidak menguntungkan (rugi).

### **Penelitian Terdahulu**

Rahmi Helmi (131109261) tahun 2013 dengan judul skripsi “Analisis Pendapatan Peternak Itik Pedaging (Study Kasus: Desa Mattongan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran skala usaha beternak itik pedaging yang menguntungkan. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan analisis kuantitatif deskriptif, analisis data menggunakan statistik deskriptif dengan menggunakan pengelompokkan, penyederhanaan dan penyajian data dalam bentuk tabel biasa atau tabel persentasi. Sampel ditentukan secara purposif dengan pertimbangan bahwa peternak yang memelihara ternak itik pedaging selama 1 periode dalam 70 hari yang dilakukan secara intensif yaitu 22 sampel. Lokasi penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive). Dari penelitian diperoleh hasil bahwa pendapatan rata-rata peternak itik di daerah penelitian adalah Rp 5.156.211.42 – Rp. 36.542.962.96, mulai dari yang memiliki jumlah itik terkecil yaitu sebanyak 500 ekor sampai yang memiliki jumlah itik terbesar yaitu sebanyak 3000 ekor.

Yahya Syahidulhaq, 2012. Dengan judul Analisis Pemasaran Itik di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini bertujuan (1) Mengetahui pola saluran pemasaran itik di Kabupaten Sukoharjo (2) Mengetahui tugas dan fungsi lembaga pemasaran itik di Kabupaten Sukoharjo (3) Mengkaji biaya, margin dan keuntungan pemasaran itik di Kabupaten Sukoharjo (4) Mengkaji efisiensi pemasaran itik di Kabupaten Sukoharjo. Metode dasar penelitian yang digunakan

adalah deskriptif analisis. Teknik penelitian yang digunakan adalah metode survey. Penelitian dilakukan di Kabupaten Sukoharjo yang diambil secara sengaja (*purposive*), dengan pengambilan desa sebagai lokasi sampel penelitian menggunakan metode *purposive* yaitu Kecamatan Gatak. Metode pengambilan peternak sampel secara sampel acak sederhana (*simple random sampling*), sedangkan pengambilan responden lembaga pemasaran dengan metode *snowball sampling*. Data yang diambil data primer dan data sekunder dengan teknik observasi, wawancara, dan angket. Hasil penelitian menunjukkan ada 8 (delapan) saluran itik pedaging di Kabupaten Sukoharjo yaitu, saluran I: Peternak → Pedagang Pengumpul → Konsumen, saluran II: Peternak → Jagal → Konsumen, saluran III: Peternak → Pedagang Pengumpul → Jagal → Konsumen, saluran IV: Peternak → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen, saluran V: Peternak → Pedagang Pengecer → Jagal → Konsumen, saluran VI: Peternak → Pedagang Pengecer → Konsumen, saluran VII: Peternak → Agen → Konsumen, dan saluran VIII: Peternak → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Agen → Konsumen. Biaya pemasaran saluran pemasaran I Rp 864.7 per ekor, saluran II Rp 2463.5 per ekor untuk itik afkir dan Rp 2422.6 per ekor untuk itik 3 bulan, saluran III Rp 2889.5 per ekor, saluran IV Rp 1379.85 per ekor, saluran V sebesar Rp 1336.06 per ekor, saluran VI Rp 820.2 per ekor, saluran VII Rp 676.67 dan saluran pemasaran VIII sebesar 1692.67. Keuntungan pemasaran saluran pemasaran I Rp 2135.3 per ekor, saluran II Rp 536.5 per ekor untuk itik afkir dan Rp 577.4 per ekor untuk itik 3 bulan, saluran III Rp 3110.5 per ekor, saluran IV Rp 3120.15 per ekor, Saluran V Rp. 2669.5 per ekor, saluran VI Rp 4179.79 per ekor, saluran VII Rp 1323.33 per ekor dan saluran VIII Rp

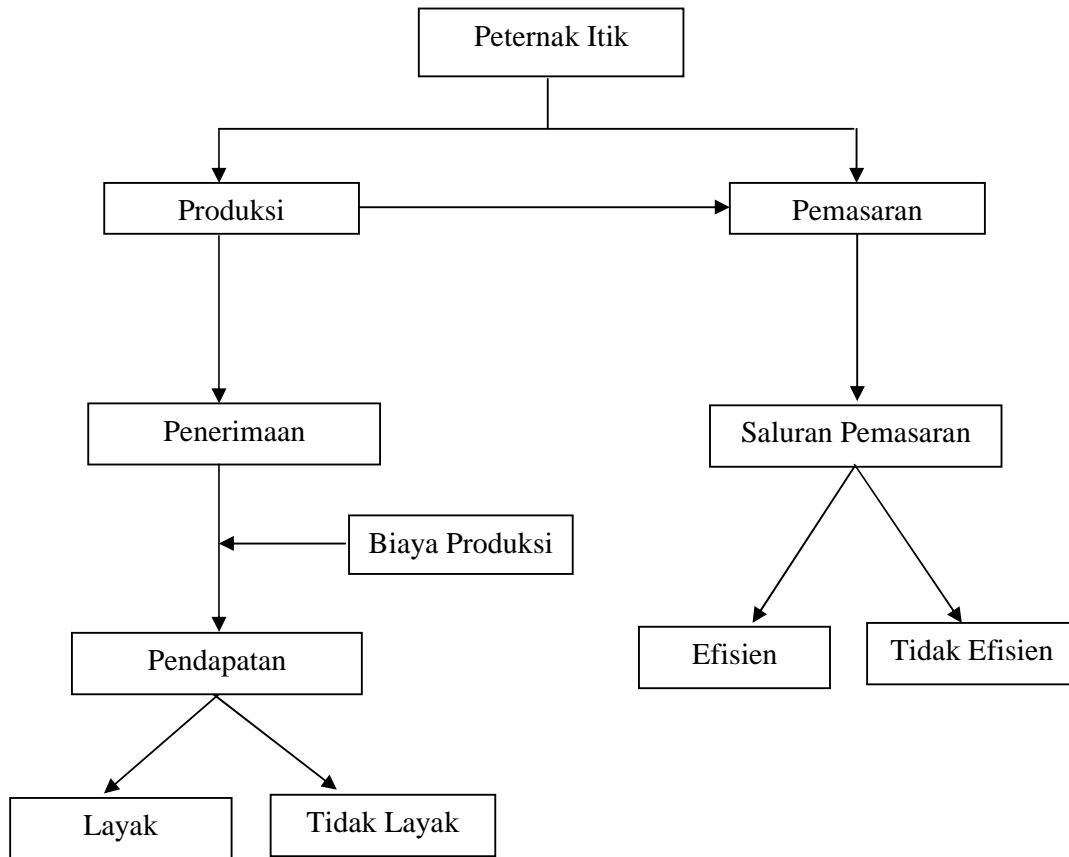
5307.33 per ekor. Margin pemasaran saluran I dan II sebesar Rp 3000 per ekor, saluran III Rp 6000 per ekor, saluran IV Rp 4500 per ekor, saluran V Rp 4000 per ekor, saluran VI Rp 5000 per ekor, saluran VII sebesar Rp 2000 per ekor dan saluran pemasaran VIII sebesar Rp 7000 per ekor. Saluran pemasaran yang paling efisien dari segi ekonomi yaitu saluran pemasaran VII karena mempunyai margin pemasaran paling rendah (Rp 2000 per ekor) dan nilai *Farmer's Share* yang paling tinggi (94.29 %).

### **Kerangka Pemikiran**

Peternakan itik di Desa Kota Rintang Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang merupakan daerah yang memiliki banyak populasi ternak itik pedaging. Di daerah tersebut para peternak banyak mengusahakan pemeliharaan ternak itik sebagai penghasil daging sebagai tambahan pendapatan. Pemeliharaan peternakan itik dilakukan dengan melihat prospek yang baik untuk pengembangan ternak itik serta keinginan dan harapan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dan usaha terus berkembang secara pesat.

Usaha ternak itik dilakukan di daerah penelitian dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan produksi daging yang diinginkan. Yaitu dengan memanfaatkan areal persawahan pasca panen. Di dalam usaha ternak itik pedaging ini juga perlu dilihat kelayakannya untuk mengetahui apakah usaha tersebut layak atau tidak dijalankan sebagai usaha yang mampu memenuhi kebutuhan keluarga. Juga perlu dilihat dalam saluran distribusi, share margin dan *farmer's share* serta apakah selama ini pemasaran itik pedaging ini efisien atau tidak dengan menghitung efisiensi pemasarannya.

Secara sistematis kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1. Sekema Krangka Pemikiran**

—————> Menyatakan Hubungan

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (case study). Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung permasalahan yang timbul disuatu daerah dimana keadaannya belum tentu sama dengan daerah lain dalam kurun waktu tertentu. Dalam studi kasus, penelitian yang akan akan diteliti lebih terarah pada sifat tertentu dan tidak berlaku umum. Menurut Hanafi (2010), metode ini dibatasi oleh kasus, lokasi, tempat, serta waktu tertentu dan tidak bisa disimpulkan pada daerah tertentu atau kasus lain.

### **Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive* yaitu memilih subyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat tertentu yang sudah diketahui sebelumnya dan dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Berdasarkan hal tersebut dipilih lokasi penelitian di Desa Kota Rantang Kecamatan Hampan Perak Kabupaten Deli Serdang. Dengan pertimbangan bahwa berdasarkan data Badan Pusat Statistik Deli Serdang Tahun 2014, Kecamatan Hampan Perak merupakan kecamatan yang memiliki produksi daging dan telur itik terbesar di Kabupaten Deli Serdang dengan jumlah itik sebanyak 56.913 ekor, yang terdiri dari Ternak itik petelur dan pedaging.

### **Metode Penentuan Sampel**

Sampel dari penelitian adalah peternak itik Pedaging yang berada di Desa Kota Rantang, Kecamatan Hampan Perak. Dari pra survey yang telah dilakukan diketahui bahwa jumlah populasi peternak itik pedaging dilokasi

penelitian adalah 15 peternak. Berdasarkan hal tersebut, maka sampel ditentukan dengan metode sensus artinya seluruh populasi dijadikan sampel yaitu sebanyak 15 peternak.

### **Metode dan Teknik Pengumpulan Data**

Metodologi penelitian merupakan tahapan yang diperlukan dalam pemecahan masalah, agar diketahui pokok persoalan yang sedang dihadapi, sehingga dapat ditentukan pemecahan masalah yang tepat dalam menghadapi persoalan tersebut.

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini terdiri dari:

#### 1. Data primer

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung dengan para responden melalui daftar pertanyaan (Kuisisioner) yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.

#### 2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dari kepustakaan, BPS dan juga dari instansi- instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **Metode Analisis Data**

Untuk Menyelesaikan Rumusan Masalah Ke Satu (1) dalam mengetahui besar biaya usahatani dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel.

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

$TC = Total Cost/Total$  biaya (Rp)

$FC = Fixed Cost/$  Biaya tetap (Rp)

$VC = Variable Cost/$  Biaya variabel (Rp)

Untuk mengetahui besar penerimaan usahatani dihitung dengan rumus:

$$\mathbf{TR = Y \cdot Py}$$

Dimana: TR = Penerimaan usahatani (Rp)

Y = Jumlah Produksi (Kg)

Py = Harga y (Rp/Kg)

Untuk mengetahui besar pendapatan bersih usahatani dapat diketahui dengan menghitung selisih antara penerimaan dengan total biaya, yaitu:

$$\mathbf{\pi = TR - TC}$$

Dimana:

$\pi$  = Pendapatan Usahatani (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya Produksi (Rp)

(Soekartawi, 1994).

Untuk menyelesaikan rumusan masalah yang kedua (2) Tentang kelayakan usaha ternak itik pedaging yaitu selisih antara penerimaan dengan semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha ternak itik pedaging (Soekartawi, 2011).

#### 1. Return Cost Rasio (Rasio R/C)

Dikenal dengan perbandingan antara penerimaan dengan biaya :

$$R / C = \frac{\text{Total penerimaan}}{\text{Total biaya}}$$

Keterangan :

R = Penerimaan (Rp)

C = Biaya (Rp)

Jika  $R/C > 1$  maka usaha ternak itik pedaging layak untuk diusahakan.

Jika  $R/C = 1$  usaha ternak itik pedaging di titik impas.

Jika  $R/C < 1$  maka usaha ternak itik pedaging tidak layak untuk diusahakan.

#### 2. Analisis Benefit Cost Rasio (B/C)

Di kenal dengan perbandingan antara pendapatan dengan biaya :

$$B/C = \frac{\text{total pendapatan}}{\text{total biaya}}$$

Keterangan :

B = Pendapatan (Rp)

C = Biaya (Rp)

Jika  $B/C > 1$  Maka usaha ternak Itik pedaging menguntungkan

Jika  $B/C = 1$  maka usaha ternak Itik pedaging berada di titik impas

Jika  $B/C < 1$  Maka usaha ternak Itik pedaging tidak menguntungkan (rugi).

Untuk menyelesaikan rumusan masalah yang ketiga (3) tentang bagaimana sistem pemasaran.



b. saluran pemasaran usahatani, melihat dari margin pemasaran menurut (Sutarno, 2014). dengan rumusan sebagai berikut.

Untuk menghitung Margin Pemasaran digunakan rumus :

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$$

Keterangan :

$M_{ji}$  = Margin pada pemasaran

$P_{si}$  = Harga jual pada pemasaran

$P_{bi}$  = Harga beli pada pemasaran

Untuk menghitung Share Margin digunakan rumus :

$$S_m = \frac{M_p}{p_k} \times 100 \%$$

Keterangan :

$S_m$  = Distribusi Margin dihitung dalam persen

$M_p$  = Margin yang diterima produsen dan pedagang

$P_k$  = Harga yang dibayar oleh konsumen akhir

Untuk menyelesaikan rumusan masalah yang ke empat (4) Tentang efisien Pemasaran usaha tani menurut (Saefuddin, 1983) dalam (Susanto, 2007). Dengan rumusan sebagai berikut.

1. Yaitu pertama menghitung *farmer's share*, digunakan perhitungan dengan rumus :

$$FS = \frac{HP}{HK} \times 100\%$$

Di mana :

FS = Farmer's Share

HP = Harga Produsen (Rp/Kg)

HK = Harga beli Konsumen Akhir (Rp/Kg)

2. Untuk menghitung efisiensi pemasaran menggunakan rumus :

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Di mana :

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Ekor)

NP = Total Nilai Produk Yang dipasarkan (Rp/Ekor)

Efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah dari pada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran.

Jika :

Ep yang nilainya paling kecil = paling efisien

### **Defenisi Operasional**

Agar tidak terjadi kesalahpahaman atas pengertian dalam penelitian ini, maka digunakan defenisis dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Sampel adalah peternak itik di Desa Kota Rantang Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang.
2. Usaha ternak itik pedaging adalah usaha yang dilakukan untuk meningkatkan dan memenuhi kebutuhan keluarga.
3. Total biaya adalah semua pengeluaran yang dikeluarkan dalam usaha ternak itik pedaging yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel diukur dalam satuan (Rp).
4. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecil nya tidak tergantung pada volume produksi memiliki nilai yang relative tetap setiap tahunnya dan diukur dalam satuan rupiah (Rp).

5. Harga adalah nilai jual produk daging/ekor dalam satuan rupiah (Rp).
6. Penerimaan adalah sejumlah uang yang diterima oleh produsen dari suatu proses produksi, penerimaan di dapatkan dari hasil perkalian dari jumlah produksi total dan harga satuan dalam satuan rupiah (Rp)/bulan.
7. Pendapatan adalah keuntungan bersih dari penjualan itik pedaging yaitu selisih antara penerimaan dengan biaya produksi dalam satuan rupiah (Rp)/musim.
8. Tenaga kerja adalah orang yang bekerja untuk membantu kegiatan dalam proses produksi itik pedaging. Tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga.
9. Pakan adalah makanan yang diberikan kepada ternak itik yang terbuat dari bahan nabati dan hewani dalam satuan (Kg) dalam pemberian sekali produksi.
10. Pemasaran itik adalah mengalirnya barang produksi khusus itik dari produsen ke konsumen yang dapat terjadi karena adanya lembaga pemasaran.
11. Konsumen adalah pembeli terakhir dalam saluran pemasaran itik pedaging.
12. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli itik dari peternak serta mengumpulkannya kemudian dijual ke lembaga pemasaran lainnya.
13. Agen adalah pedagang yang tidak memiliki barang dagangan. Agen membeli atau menjual barang atas nama atau untuk orang lain.
14. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual dalam jumlah kecil atau per satuan secara langsung kepada konsumen akhir.

15. Harga itik di tingkat peternak adalah harga yang diterima peternak ketika menjual itik, dinyatakan dalam rupiah per ekor.

#### **Batasan Operasional**

1. Responden dalam penelitian ini adalah peternak itik pedaging.
2. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari s/d selesai.
3. Analisis usaha ternak itik pedaging yang dilakukan oleh responden adalah kegiatan usaha ternak itik pedaging yang dilakukan pada bulan Agustus sampai Oktober 2017 untuk satu kali produksi.
4. Harga yang dipakai adalah harga yang berlaku pada Oktober 2017.
5. Pemasaran Itik yang diteliti adalah pemasaran itik yang terdapat di Desa Kota Rantang Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang.

## DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

### Letak Dan Luas Desa

Desa Kota Rintang berada di Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang provinsi Sumatera Utara yang berjarak 5 km dengan Pemerintah Kecamatan. Desa Kota Rintang memiliki luas wilayah 650 ha yang terbagi atas; wilayah permukiman/pekarangan 150 ha, persawahan 450 ha, perkebunan 50 ha, dan terbagi atas 7 dusun. Secara geografis batas wilayah Desa Kota Rintang berbatasan dengan:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Puluh Manan
- Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Bulu Cina
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Bulu Cina dan Desa Kota Datar
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Kelambir/Desa Lama

### Keadaan Penduduk

Desa Kota Rintang memiliki 5.350 jiwa penduduk dengan 1.507 kepala Keluarga yang mayoritas masyarakatnya adalah suku Jawa dan Suku Banjar. Sebagian besar masyarakat di Desa ini bekerja pada sector pertanian yakni padi sawah yang dapat dilihat dari luasnya lahan persawahan di Desa Kota Rintang.

**Tabel 3. Distribusi Penduduk Berdasarkan Dusun**

No	Nama Dusun	Jumlah Penduduk			Jumlah
		Kepala keluarga	Laki-Laki	Perempuan	
1	Dusun I	336	612	637	1.249
2	Dusun II	62	112	115	227
3	Dusun III	15	30	25	55
4	Dusun IV	197	361	370	731
5	Dusun V	289	452	487	939
6	Dusun VI	318	572	534	1.106
7	Dusun VII	290	550	493	1.043
	<b>Total</b>	<b>1.507</b>	<b>2.689</b>	<b>2.661</b>	<b>5.350</b>

Sumber : Data skunder Kantor Desa Kota Rintang, 2016

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jumlah Kepala keluarga (KK) sebanyak 1.507 KK , jumlah penduduk laki-laki sebanyak 2.689 orang dan jumlah penduduk perempuan adalah 2.661 orang.

Karakteristik penduduk menurut mata pencaharian pokok:

**Tabel 4. Distribusi mata pencaharian pokok penduduk**

No	Jenis Pekerjaan	Laki-Laki	Perempuan
1	Petani	900	988
2	Buruh Tani	296	293
3	Buruh Migran	184	183
4	Pegawai Negeri Sipil	24	16
5	Pengrajin Industri Rumah Tangga	3	12
6	Pedagang Keliling	7	3
7	Peternak	137	-
8	Nelayan	4	-
9	Bengkel	16	-
10	Bidan Swasta	-	4
11	Pembantu Rumah Tangga	-	6
12	TNI	7	-
13	Polisi	10	-
14	Pengusaha Kecil menengah	5	-
15	Karyawan Perusahaan Swasta	8	2
16	Karyawan Perusahaan Pemerintah	4	-
<b>Jumlah</b>		<b>2.925</b>	<b>2.685</b>

*Sumber Data Sekunder : Kantor Desa Kota Rintang, 2013*

Dari data diatas dapat kita lihat bahwa mayoritas penduduk desa Kota Rintang bekerja menjadi petani atau buruh tani.

### **Prasarana Umum**

Prasarana desa akan mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat desa tersebut. Jika sarana dan prasarana di suatu desa memadai, maka akan membantu mempercepat laju perkembangan masyarakat. Berikut adalah data sarana dan prasarana yang ada di Desa Kota Rintang:

**Tabel 5. Sarana dan Prasarana umum**

No	Uraian	Jumlah
1	Masjid	4
2	Mushalah	3
3	Lapangan sepak Bola	1
4	Lapangan Badminton	1
5	Puskesmas Pembantu	1
6	Poliklinik/Balai pengobatan	2
7	Posyandu	3
8	Rumah Bersalin	2
9	Sekolah SMA	1
10	Sekolah SMP	2
11	SD	4
12	TK	5
13	MDA	2
14	Perpustakaan Desa	1
15	Kantor Desa	1
16	Aula Balai Desa	1
	<b>Jumlah</b>	<b>35</b>

*Data Sekunder: Kantor Desa Kota Rantang, 2013*

#### **Karakteristik Peternak Sampel Usaha Ternak Itik Pedaging**

Sampel untuk penelitian ini berjumlah 15 orang. Sampel adalah peternak yang melakukan usaha ternak itik pedaging di Desa Kota Rantang. Karakteristik peternak sampel yang dimaksud adalah mengenai jumlah ternak yang diusahakan oleh peternak, umur, pendidikan, pengalaman beternak, jumlah tanggungan keluarga peternak tersebut. Adapun karakteristik peternak sampel di daerah penelitian dapat dilihat pada tabel 9 berikut ini:

**Tabel 6. Karakteristik Peternak Itik Pedaging Di Desa Kota Rantang**

No	Uraian	Rata-rata
1	Jumlah ternak (ekor)	1.036,6
2	Umur (tahun)	41,26
3	Pendidikan (tahun)	8,8
4	Jumlah tanggungan (jiwa)	2,6
5	Pengalaman (tahun)	2,8

*Sumber: Data Primer Diolah 2018*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata ternak itik yang diusahakan di Desa Kota Rantang adalah 1.037 ekor. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata peternak itik di daerah penelitian sudah memiliki usaha ternak yang

cukup besar. Untuk rata-rata umur peternak itik adalah 41 tahun, artinya bahwa peternak sampel masih berada pada kelompok usia produktif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peternak tersebut berpotensi untuk mengelola usaha ternak itik dengan baik. Untuk jenjang pendidikan formal rata-rata peternak itik adalah 19 tahun atau tamat SMP (Sekolah Menengah Pertama). Tingkat pendidikan mempengaruhi wawasan, pengetahuan serta cara berfikir dan bertindak peternak dalam mengelola usaha ternaknya. Untuk jumlah tanggungan peternak itik memiliki rata-rata 3 jiwa. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap pengeluaran peternak. Semakin banyak jumlah tanggungan maka semakin banyak pula pengeluaran yang ditanggung peternak tersebut. Sedangkan untuk pengalaman peternak sampel dalam usaha ternak itik rata-rata adalah 6 tahun. Dengan demikian menunjukkan bahwa peternak memiliki pengalaman, pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang baik dalam mengelola usaha ternak itik tersebut.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan di lapangan dapat diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh peternak itik berbeda satu sama lainnya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya jumlah ternak itik yang dipelihara dalam usaha ternak itik tersebut. Juga diketahui bagaimana saluran distribusi, *share margin*, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran dari usaha ternak itik pedaging tersebut.

### 1. Total Biaya Produksi Itik Pedaging

Total biaya produksi adalah seluruh total pengeluaran peternak yang dilimpahkan peternak untuk usahatani selama 1 periode (Rp/periode). Total Biaya Produksi usaha ternak itik pedaging ini rata-rata sebesar Rp. 9.871.917,- total keseluruhan biaya tetap dan biaya variabel yang terlampir pada lampiran 11.

Sebagai pelaksana usahatani setiap peternak mengharapkan produksi yang besar untuk menghasilkan pendapatan yang besar pula. Dalam proses produksi dikeluarkan biaya-biaya yang mendukung terjadinya proses produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variabel cost*) dimana penggunaannya habis dalam satu masa produksi. Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan yang jumlahnya relatif tetap selama masa produktif. Peternak harus tetap membayarnya dalam hal ini biaya tetap meliputi biaya penyusutan alat, sedangkan biaya variabel adalah biaya meliputi biaya sarana produksi ternak (sapronak).

#### **Biaya tetap (*fixed cost*)**

Keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi (input) yang tidak dapat diubah jumlahnya. Untuk keseluruhan biaya tetap yang dikeluarkan oleh peternak dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 7. Biaya Tetap Yang dikeluarkan Oleh Peternak**

No	Biaya Tetap	Rataan Biaya
1	Penyusutan Kandang dan Alat	Rp. 567.610
2	Biaya Penerangan	Rp. 5.666
3	Sewa Lahan ½ Rante	Rp. 150.000
4	Tenaga Kerja	Rp. 2.461.866
Jumlah		Rp. 3.185.142

Sumber: Data Primer diolah 2018.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya tetap yang dikeluarkan oleh peternak rata-rata yaitu sebesar Rp. 3.185.142,- dan biaya yang paling besar dikeluarkan oleh peternak ialah biaya tenaga kerja rata-rata yaitu sebesar Rp. 2.461.866,-.

#### **Biaya Variabel (*Total Cost*)**

Biaya variabel digunakan dalam kegiatan peternakan Itik Pedaging Di Desa kota Rantang Kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deli Sedang terdiri atas biaya bibit, pakan dan obat-obatan. Sebagaimana dijelaskan pada tabel 8 berikut:

**Tabel 8. Biaya Variabel yang dikeluarkan Oleh Peternak**

No	Biaya Variabel	Rata-rata Biaya
1	Biaya Bibit	Rp. 4.067.333
2	Biaya Pakan	Rp. 2.567.667
3	Biaya Obat-obatan	Rp. 20.666
Jumlah		Rp. 6.655.666

Sumber: Data Primer Diolah 2018.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya variabel yang dikeluarkan oleh peternak pada setiap musimnya rata-rata yaitu sebesar: Rp. 6.655.666,- dan biaya variabel yang paling banyak dikeluarkan oleh peternak yaitu biaya untuk membeli bibit rata-rata yaitu sebesar Rp. 4.067.333,-.

#### **a. Total**

Biaya Total yang dikeluarkan oleh peternak setelah biaya tetap ditambah dengan biaya variabel. Untuk mengetahui jumlah keseluruhannya yaitu dengan

menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Untuk total seluruh biaya yang dikeluarkan oleh peternak dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

**Tabel 9. Total Biaya Yang Dikeluarkan Peternak**

No	Jenis Biaya	Keterangan
1	Biaya Tetap	Rp. 3.185.142
2	Biaya Variabel	Rp. 6.655.666
	Jumlah	Rp. 9.871.917

*Sumber: Data Primer diolah 2018.*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa total pengeluaran peternak dalam usaha ternak itik pedagingnya rata-rata yaitu sebesar Rp. 9.871.917,- dimana terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan.

## 2. Penerimaan Usahatani Itik Pedaging

Penerimaan peternak Itik pedaging yaitu harga jual dikali jumlah produksi. Selama satu priode (Rp/priode). Adapun total penerimaan peternakan Itik pedaging di Desa Kota Rantang adalah :

**Tabel 10. Rata-rata jumlah ternak, harga dan penerimaan Itik pedaging.**

Jumlah Ternak	Harga Ayam	Penerimaan
(Ekor/Priode)	(Rp/ekor)	(Rp/ priode)
919,3	Rp. 21.333	Rp 19.611.426

*Sumber: Data Primer Diolah, 2018*

Dari tabel 8 diatas dapat dilihat bahwa jumlah ternak Itik pedaging rata-rata 913 ekor/priode dengan harga jual Rp 21.333,-/ekor maka didapatkan total penerimaan itik pedaging sebesar Rp 19.611.426/priodenya.

## 3. Pendapatan Peternak Itik Pedaging

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan bersih peternak yaitu selisih antara total penerimaan terhadap total biaya yang dikeluarkan oleh peternak (Rp/Priode). Dimana total penerimaan adalah total hasil yang diterima dari penjualan Itik yaitu total produksi dikalikan harga jual selama satu priode (Rp/priode). Sedangkan total biaya adalah keseluruhan biaya yang

dikeluarkan peternak dan dilimpahkan peternak untuk usahatannya selama satu priode (Rp/priode).

**Tabel 11. Pendapatan Peternak itik Pedaging**

No	Keterangan	Biaya
1	Penerimaan	Rp. 19.611.426
2	Total Biaya	Rp. 9.871.917
	Jumlah	Rp. 9.739.509

*Sumber Data Primer Diolah, 2018.*

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa rata-rata total pendapatan yang di dapat oleh peternak sebesar Rp. 9.739.509,- dengan rata-rata pengeluaran untuk biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp. 9.871.917,- sehingga peternak Itik Pedaging mendapatkan pendapatan bersih rata-rata sebesar Rp. 9.739.509,- per periode panen. Dalam usaha ternak itik ini ada banyak kematian yang terjadi diakibatkan oleh santapan hewan lainnya yaitu seperti Biawak, dan Burung Elang. Kemudian juga karena ketika dilepas diareal persawahan diinapkan atau tidk dibawa kembali pulang ke kandang.

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan dari usahatani Itik Pedaging layak untuk di usahakan dilihat dari aspek keuangan.

#### **4. Kelayakan Usaha Peternakan Itik Pedaging**

Suatu usaha di katakan layak untuk di usahakan jika peternak memproleh keuntungan yang maksimal dari usahatannya yang dikelola. Manajemen usaha yang baik sangat dibutuhkan dalam pelaksanaan apabila kesemuanya dapat dikelola dengan baik maka usahatannya tersebut layak dan efisien untuk diusahakan. Secara garis besar peternak Itik pedaging di Kota Rintang, Kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deli Serdang, memiliki modal dan lahan sendiri. Jika dilihat dari aspek keuangan pendapatan bersih yang didapat oleh peternak cukup menjanjikan yaitu sebesar Rp 10.806.190,-/panen. Hal ini

dikarenakan dalam mengusahakan Itik Pedaging para peternak bersungguh-sungguh dan sangat antusias terhadap usahataninya.

**a. Revenue Cost Ratio (R/C)**

Pada usaha dapat dikatakan layak diusahakan apabila pengusaha merupakan keuntungan dari usaha yang dilakukannya. Untuk mengetahui apakah budidaya ternak Itik Pedaging di daerah penelitian sudah layak atau tidak, maka dapat di analisis dengan menggunakan analisis R/C dan B/C Ratio dengan kriteria hasil sebagai berikut :

Dengan menggunakan data primer yang diolah diperoleh hasil yaitu :

Total Penerimaan = Rp. 19.611.426

Total biaya = Rp. 9.871.917

$$\begin{aligned} \text{Maka R/C ratio} &= \frac{\text{Rp.19.611.426}}{\text{Rp.9.871.917}} \\ &= 1,9 \end{aligned}$$

**b. Benefit Cost Ratio (B/C)**

B/C Merupakan perhitungan yang digunakan untuk memperoleh gambaran tentang perbandingan antara manfaat dengan biaya yang dikeluarkan dalam usahataninya.

Dengan menggunakan data primer yang telah diolah maka diperoleh hasil yaitu :

Total Pendapatan = Rp. 9.739.509

Total biaya = Rp. 9.871.917

$$\begin{aligned} \text{Maka B/C ratio} &= \frac{\text{Rp. 9.739.509}}{\text{Rp. 9.871.917}} \\ &= 1 \end{aligned}$$

Dari data diatas, maka dapat dilihat nilai R/C dan B/C adalah seperti yang tercantum pada tabel berikut :

**Tabel 12. Perolehan Nilai R/C dan B/C**

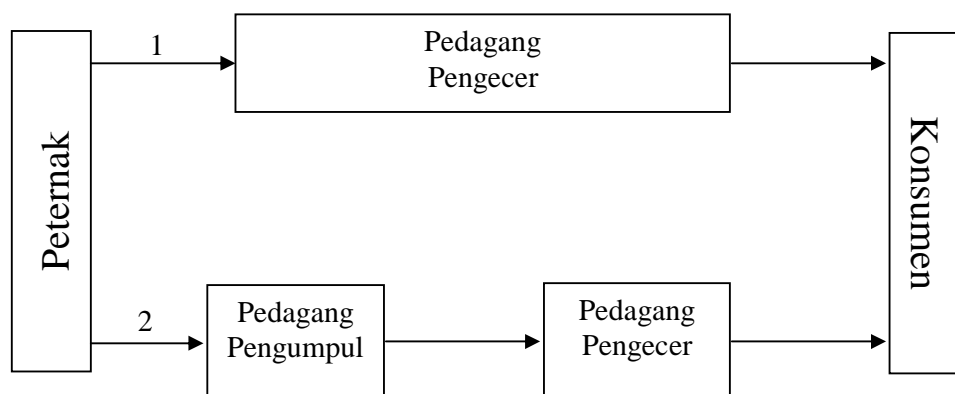
Keterangan	Jumlah
R/C	1,9
B/C	1

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Dari tabel 9 diatas dapat dikatakan bahwa nilai R/C sebesar  $1,9 > 1$ , dengan interpretasi bahwa usahatani Itik Pedaging di Desa Kota Rantang Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara ini Layak untuk diusahakan. Nilai B/C sebesar  $1=1$ , dengan interpretasi bahwa usahatani Itik Pedaging di Desa Kota Rantang Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara ini berada pada titik impas dimana tidak menguntungkan dan juga tidak merugikan untuk di usahakan. Berdasarkan data diatas maka dapat di simpulkan bahwa rumusan masalah ke satu dan dua yaitu usahatani Ternak Itik Pedaging di Desa Kota Rantang Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara dikatakan Layak berdasarkan kriteria R/C dan tidak menguntungkan berdasarkan kriteria B/C.

## 5. Saluran Pemasaran

Pada dasarnya, antara peternak dan pelaku pemasaran saling bergantung satu dengan yang lain. Kedua pihak sama-sama menjalankan usaha berdasarkan *profit motive* dengan bertumpu pada kemampuan usaha masing-masing. Bagi peternak, menentukan saluran pemasaran merupakan hal *vital* karena akan berpengaruh terhadap bentuk saluran pemasaran tersebut. Bentuk saluran pemasaran akan mempengaruhi biaya, keuntungan, dan efisiensi pemasaran. Secara keseluruhan pihak-pihak yang berperan dalam memasarkan itik pedaging kepada konsumen di wilayah Medan, Palembang dan Lubuk Linggau adalah sebagai berikut :



**Gambar 2. Alur Pemasaran Itik Pedaging**

Jika disesuaikan dengan klasifikasi Kotler (2013), maka saluran pemasaran 1 termasuk dalam saluran pemasaran tingkat satu, yaitu saluran pemasaran yang melibatkan 1 perantara penjualan/pelaku pemasaran (SP 1: Pedagang pengecer), dimana pada daerah penelitian ketika melakukan penjualan, peternak langsung menjual kepada agen pengecer yang mengambil langsung dari para peternak. Sedangkan pemasaran 2 termasuk dalam saluran pemasaran tingkat dua, yaitu saluran pemasaran yang melibatkan dua perantara penjualan/pelaku pemasaran (SP 2: Pedagang Pengumpul dan Pengecer), dimana didaerah penelitian ada agen pengumpul yang datang dan membeli ternak itik mereka, namun tidak langsung dijual kepada konsumen seperti rumah makan, melainkan menjual kembali ke pedagang pengecer.

#### **a. Peternak**

Peternak merupakan pihak yang memproduksi itik pedaging sekaligus menjadi orang pertama yang melakukan kegiatan penjualan itik pedaging di setiap saluran pemasaran. Pada penelitian ini peternak menjual itiknya kepada pedagang

pengumpul dan pedagang pengecer. Sistem transaksi dilakukan langsung di lokasi peternak secara *cash* (tunai), juga secara bertahap. Itik yang dijual rata-rata berumur 2,5-3 bulan. Satuan penjualan itik per ekor tersebut didasari oleh pertimbangan peternak terhadap jumlah produksi itik yang dihasilkan. Jika penjualan itik dilakukan berdasarkan satuan per kilogram, peternak akan memperoleh harga jual yang tidak tetap karena bobot itik yang dihasilkan cenderung berbeda-beda.

#### **b. Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli itik pedaging dari peternak kemudian dijual kembali kepada pedagang pengecer. Jumlah pedagang pengumpul pada saat penelitian adalah sebanyak dua orang. Pada saluran pemasaran 2, Pedagang pengumpul tersebut menjual itik pedaging kepada pedagang pengecer dengan harga Rp. 24.000,- /ekor dan dalam keadaan hidup. Jumlah itik pedaging yang dijual kepada pedagang pengecer yaitu kisaran 150-300 ekor/hari.

#### **c. Pedagang Pengecer**

Pedagang pengecer merupakan pelaku pemasaran yang berinteraksi langsung dengan pihak konsumen. Secara umum, pedagang pengecer menjual itik pedaging kepada konsumen dalam bentuk karkas. Pedagang pengecer pada saluran pemasaran 1 dan 2 berjumlah 3 orang. Rata-rata harga jual daging itik pada masing-masing pedagang pengecer yaitu Rp. 30.000,-/ekor. Pedagang pengecer menjual daging itik kepada pengusaha rumah makan bebek yang ada disepertaran Kota Medan dan Deli Serdang sebanyak 100-150 ekor dalam sekali



penjualan. Juga ada pedagang pengecer yang menjual daging itik sampai ke luar kota, seperti, Palembang dan Lubuk Linggau.

#### **d. Margin Pemasaran**

Besaran margin pemasaran yang pada setiap saluran pemasaran itik lokal pedaging dipengaruhi oleh masing-masing harga yang berlaku di tiap peternak dan pelaku pemasaran. Harga penjualan itik pedaging pada penelitian ini berdasarkan harga rata-rata dari sejumlah peternak dan pelaku pemasaran. Besaran margin pemasaran itik lokal pedaging secara rinci ditunjukkan pada Tabel 13.

**Tabel 13. Biaya Pemasaran dan Share Margin Pemasaran Itik Pedaging Tahun 2018**

No	Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Margin pemasaran	Biaya Jual/Beli (Rp/ekor)	Biaya pemasaran	Share Margin
a.	Saluran I				66,66%
	1. Harga Jual Peternak		21.333		
	2. Biaya Pemasaran Pengecer				
	*Harga Beli Pengecer				
	*Transportasi			1.000	
	*Biaya Tenaga Kerja			4.000	33,33%
	*Packing			1.000	
	*Biaya Penyimpanan			500	
	*Total Biaya			<u>6.500</u>	
	3. Harga Jual		32.000		
	4. Profit Penjualan			4.167	
	5. Harga Beli Konsumen		32.000		
	6. Margin Pemasaran	10.667			
b.	Saluran II				64,64%
	1. Harga Jual Peternak		21.333		
	2. Biaya Pemasaran Pengumpul				
	*Harga beli pengumpul				
	*Transportasi			250	
	*Biaya Tenaga Kerja			500	
	*Biaya Penyimpanan			100	
	*Total Biaya			<u>850</u>	
	3. Harga Jual		24.000		
	4. Profit Penjualan			1.817	
	5. Margin Pemasaran	2.667			36,36%
	6. Biaya Pemasaran Pengecer				
	*Harga Beli Pengecer		24.000		
	*Transportasi			500	
	*Biaya Tenaga Kerja			2.500	
	*Packing			1.000	
	*Biaya Penyimpanan			100	
	*Total Biaya			<u>4.100</u>	
	7. Harga Jual		33.000		
	8. Profit Penjualan			4.900	
	9. Margin Pemasaran	8.000			

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Dari Tabel 13 diatas dapat dilihat bahwa share margin yang diterima yaitu sebesar 66,66% pada saluran pemasaran I dan 64,64% pada saluran pemasaran II. Pada saluran I share margin yang diperoleh 66,66% hal ini dikarenakan peternak menjual langsung kepada pedagang pengecer yang menjual itik pedaging dalam

bentuk karkas. Pada saluran pemasaran ke II Itik pedaging dijual melalui perantara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, barulah sampai ke tangan konsumen yaitu pengusaha rumah makan yang menjual menu daging itik disepertaran Kota Medan, dan Deli Serdang.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya pemasaran masing-masing tiap lembaga berbeda, mulai dari biaya transportasi, packing, bahkan sampai kepada biaya tenaga kerja. Dalam kegiatan ini biaya pedagang pengecer pada saluran pemasaran I membeli itik pedaging rata-rata yaitu sebanyak 250 ekor dari peternak. Untuk biaya nya tersendiri yang dimulai dari biaya transportasi sampai dengan biaya penyimpanan yaitu sebesar Rp.6.500,-.

Sedangkan untuk saluran pemasaran yang kedua, pedagang pengumpul mengeluarkan biaya sebesar Rp. 850,- yang meliputi biaya transportasi, tenaga kerja dan penyimpanan. Untuk pedagang pengecer pada saluran pemasaran yang kedua mengeluarkan biaya sebesar Rp.4.100,-.

#### **e. *Farmer's Share***

*Farmer's Share* merupakan persentase bagian yang diperoleh peternak itik pedaging dari harga yang berlaku pada pedagang pengecer. Besar kecilnya *farmer's share* ditentukan oleh panjang saluran pemasaran dan besarnya harga jual yang berlaku pada pedagang pengecer. Teknik perhitungan *farmer's share* adalah dengan menghitung harga ditingkat peternak dibagi dengan harga ditingkat pedagang pengecer itik pedaging lalu dikalikan 100%. Perolehan hasil dari perhitungan *farmer's share* pada saluran pemasaran I dan II dapat dilihat pada tabel 14.

**Tabel 14. Farmer's Share pada saluran pemasaran itik pedaging 1 dan 2.**

No	Pelaku	Harga Jual (Rp/ekor)		Farmer's Share	
		I	II	I	II
1.	Peternak	21.333	21.333	66,66%	64,64%
2.	Pedagang Pengecer	32.000	33.000	33,33%	36,36%

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

#### b. Efisiensi Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam penelitian, apabila aspek ini berjalan cukup baik, maka sama-sama akan merasa diuntungkan para pelaku pasar. Artinya pemasaran yang baik akan membawa dampak yang positif terhadap peternak, pedagang dan konsumen.

Untuk mengetahui apakah sistem pemasaran yang dilakukan pada saluran pemasaran I dan II sudah efisien atau belum, maka dapat dihitung tingkat efisiensi (EP) dari pemasaran. Menurut Roesmawati (2011) dapat dinyatakan efisiensi jika EP 0-33% maka sistem pemasaran itik pedaging dinilai efisien, dan jika EP 34-67 dapat dinyatakan kurang efisien sedangkan jika EP 68-100% maka dinyatakan tidak efisien. Perhitungan efisiensi pemasran itik pedaging dapat dilihat pada tabel 12 berikut.

**Tabel 15. Efisiensi pemasaran itik pedaging pada saluran pemasaran I dan II**

Saluran Pemasaran	Efisiensi Pemasaran (EP)
Saluran I	$(6.500 : 32.000) \times 100\%$ $0,203 \times 100\%$ 20,3%
Saluran II	$\{(850 + 4.100) : 8.500\} \times 100\%$ $(4.950 : 33.000) \times 100\%$ $0,15 \times 100\%$ 15% (Efisien)

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Dari tabel 12 dapat dilihat bahwa biaya pemasaran pada saluran I Rp.6.500,-/ekor dan biaya pemasaran pada saluran II sebesar Rp.4.950,-/ekor. Dalam hal ini biaya pemasaran pada saluran I lebih besar daripada biaya

pemasaran pada saluran pemasaran ke II. Hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan pada saluran pemasaran I lebih besar dikarenakan biaya transportasi dan tenaga kerja yang lebih mahal. Dengan membandingkan total biaya pemasaran dengan nilai produksi itik pedaging yang dipasarkan. Jika  $EP < 33\%$  maka sistem pemasaran itik pedaging dinilai efisien.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa efisiensi pada saluran pemasaran I sebesar 20,3%. Sedangkan pada saluran pemasaran yang kedua yaitu sebesar 15% ini menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I dan II efisien. Dimana saluran pemasaran II lebih efisien daripada saluran pemasaran I dengan nilai efisiensi yaitu 15%.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata total penerimaan yang di dapat oleh peternak sebesar Rp. 19.611.422,- dengan rata-rata pengeluaran untuk biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp. 9.871.917,- sehingga peternak Itik Pedaging mendapatkan pendapatan rata-rata yaitu sebesar Rp 9.739.509,- Per periode panen.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa jumlah rata-rata R/C yang diperoleh para peternak yaitu sebesar 1,9 yang berarti sesuai dengan kriteria pengujian  $R/C > 1$ , Maka usahatani Itik Pedaging tersebut layak untuk diusahakan oleh peternak. Sedangkan dari hasil perhitungan *benefit cost ratio* dapat dilihat bahwa nilai B/C sebesar 1=1 Maka usaha ternak Itik Pedaging dalam uji B/C ratio dikategorikan usaha ternak Itik Pedaging yang berada pada titik impas dimana jika diusahakan tidak mengalami kerugian maupun tidak mengalami keuntungan.
3. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa ada 2 saluran pemasaran yang terjadi. Yang pertama yaitu Peternak → pedagang pengecer → Konsumen. Yang kedua yaitu Peternak → Pedagang pengumpul → pedagang pengecer-konsumen. Share margin yang diterima yaitu sebesar 66,66% pada tingkat peternak dan 33,33% pada tingkta pedagang pada saluran pemasaran I dan 64,64% pada tingkat peternak dan 36,36% share margin yang diterima pedagang pada saluran pemasaran II. Sedangkan untuk farmer's share

didapat nilai pada saluran pemasaran yang pertama yaitu sebesar 66,66% sedangkan untuk saluran pemasaran yang kedua didapat sebesar 64,64%.

4. Dengan membandingkan total biaya pemasaran dengan nilai produksi itik pedaging yang dipasarkan. Jika EP <33% maka sistem pemasaran itik pedaging dinilai efisien. Dan persentase yang paling rendah terdapat pada saluran pemasaran yang kedua dengan nilai persentase sebesar 15% dan dinyatakan yang paling efisien.

### **Saran**

1. Peternak perlu membuat kandang permanen agar ketika masa DOD (Day Old Duck) itik pedaging tidak banyak yang mati.
2. Peternak perlu mengetahui lokasi pasar agar mampu menentukan harga jual itik pedaging yang ideal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindita. 2004. *Dasar- Dasar Pemasaran Hasil Pertanian*, Buku Diktat Ajar, Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.
- Feily dan Bagus Harianto. 2012. *40 Hari Panen Itik Raja Itik Pedaging Unggul*. Jakarta: P.T AgroMedia Pustaka.
- Hanafi, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Hendri Metro Purba. 2005. *Analisis Pendapatan dan Faktr-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Cabang Usahatani Padi Ladang di Kabupaten Kerawang*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Ibrahim, H.M. Yacob. 2009. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Jilid 3*. PT. Perhanhalindo, Jakarta.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Nugraha, dkk. 2013. *Kualitas Telur Itik Yang Dipelihara Secara Terkurung Basah dan Kering Di Kabupaten Cirebon*. Jurnal Ilmiah Peternakan 112 : 726-734. Fakultas Pertanian Universitas Jendral Soedirman Purwokerto.
- Rahardi, F. I. Satyawibawa dan R. N. Setyowati. 2000. *Agribisnis Peternakan*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahmi Helmi, 2013. *Analisis Pendapatan Peternak Itik Pedaging (Studi Kasus: Desa Mattongan)*. [Skripsi]. Makassar. Fakultas Peternakan. Universitas Hasanuddin.
- Rasyaf, M. 2002. *Beternak Ayam Pedaging*. Edisi Revisi. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Roesmawati, H. 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. Jurnal Agrobisnis.
- Soekartawi, 1994. *Teori Ekonomi Produksi, dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglass*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi, 2002. *Teori Ekonomi Produksi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.



- Soekartawi, 2011. *Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaro, Y. dan A. Siriwa, 2000. *Ransum Ayam dan Itik*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Suharno. 2006. *Beternak Itik Intensif*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Suratiyah, 2015. *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Suryana. 2000. *Ekonomi Pembangunan : Problematika dan Pendekatan*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Susanto, 2007. *Teori Pemasaran*. Press : Bogor.
- Sutarno, 2014. *Analisis Margin Pemasaran Para Ahli Pemasaran*. Jakarta: Press.
- Wakhid, A. 2010. *Buku Pintar Beternak dan Bisnis Itik*. AgroMedia Pustaka, Jakarta.
- Windhayarti, S. 2010. *Beternak Itik Tanpa Air*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Yahya Syahidulhaq, 2012. *Analisis Pemasaran Itik di Kabupaten Sukoharjo*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

## Lampiran 1. Karakteristik Peternak Sampel Usaha Ternak Itik Pedaging

No	Nama Sampel	Luas Kandang (M <sup>2</sup> )	Jumlah Bibit (Ekor)	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Pengalaman (Tahun)
1	Faisal	105	1.200	40	12	4	3
2	Pandi	90	1.000	60	6	1	2
3	Rusli	44	800	42	12	3	17
4	Fajar Sidik	40	300	27	9	-	1
5	Suherman	44	800	44	12	3	2
6	Selamet	50	900	42	6	4	2
7	Suprianto	35	700	40	6	2	2
8	Suriyono	90	1000	35	12	5	1
9	Ardiansyah	125	2.500	38	6	3	3
10	Mulyadi	105	1.200	40	6	3	3
11	Sugiono	105	1.200	37	6	1	1
12	Sairin	105	1.300	40	9	-	1
13	Sutoyo	32	600	37	9	3	1
14	Yono	105	1.200	46	12	4	2
15	Sunarto	45	850	51	9	3	2
	<b>Jumlah</b>	<b>11.120</b>	<b>15.550</b>	<b>619</b>	<b>132</b>	<b>39</b>	<b>43</b>
	<b>Rataan</b>	<b>74,6</b>	<b>1.036,6</b>	<b>41,26</b>	<b>8,8</b>	<b>2,6</b>	<b>2,86</b>

Data Primer Diolah, 2018

## Lampiran 2. Rincian Biaya Tenaga Kerja Pemeliharaan Itik Pedaging

No	TK (Orang)	Waktu Kerja per Hari (Jam)	Waktu Kerja per Musim (Jam)*	Jumlah HK per Musim (Jam)**	Biaya per HK (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	1	3	270	33,8	80.000	2.704.000
2	1	3	270	33,8	80.000	2.704.000
3	1	2,5	225	28,1	80.000	2.248.000
4	1	1,5	135	17	80.000	1.360.000
5	1	2,5	225	28,1	80.000	2.248.000
6	1	2,5	225	28,1	80.000	2.248.000
7	1	2,5	225	28,1	80.000	2.248.000
8	1	3	270	33,8	80.000	2.704.000
9	1	4	360	45	80.000	3.600.000
10	1	3	270	33,8	80.000	2.704.000
11	1	3	270	33,8	80.000	2.704.000
12	1	3	270	33,8	80.000	2.704.000
13	1	2	180	22,5	80.000	1.800.000
14	1	3	270	33,8	80.000	2.704.000
15	1	2,5	225	28,1	80.000	2.248.000
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>41</b>	<b>3.690</b>	<b>461,6</b>	<b>1.200.000</b>	<b>36.928.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>1</b>	<b>2,73</b>	<b>246</b>	<b>30,8</b>	<b>80.000</b>	<b>2.461.866</b>

Data Primer Diolah, 2018

Keterangan:

\*WKPM = WKpH X 90

\*\*JHKPM =  $\frac{TK \times WKpH \times 90}{8}$ 

Total Biaya = BpHK X JHKpM

## Lampiran 3. Biaya Penggunaan Bibit Itik Pedaging

<b>No</b>	<b>Jumlah Bibit (Ekor)</b>	<b>Harga Bibit per Ekor (Rp)</b>	<b>Total Biaya Bibit (Rp)</b>
1	1.200	4.000	4.800.000
2	1.000	3.500	3.500.000
3	800	4.000	3.200.000
4	300	4.000	1.200.000
5	800	4.000	3.200.000
6	900	4.000	3.600.000
7	700	4.000	2.800.000
8	1.000	3.700	3.700.000
9	2.500	3.700	9.250.000
10	1.200	4.000	4.800.000
11	1.200	3.800	4.560.000
12	1.300	4.000	5.200.000
13	600	4.000	2.400.000
14	1.200	4.500	5.400.000
15	850	4.000	3.400.000
<b>Jumlah</b>	<b>15.550</b>	<b>59.200</b>	<b>61.010.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>1.036,6</b>	<b>3.946</b>	<b>4.067.333</b>

Data Primer Diolah, 2018

## Lampiran 4. Penggunaan dan Biaya Pakan (Pelet) Usaha Ternak Itik Pedaging

No	Jumlah Bibit (Ekor)	Masa DOD (umur 1 – 14 hari)			
		Jumlah Pakan /hari (Kg)	Jumlah Pakan Keseluruhan (Kg)	Biaya Pakan per Kg (Rp)	Biaya (Rp)
1	1.200	17,8	250	7.000	1.750.000
2	1.000	21,4	300	7.000	2.100.000
3	800	14,2	200	7.000	1.400.000
4	300	3,5	50	7.000	350.000
5	800	14,2	200	7.000	1.400.000
6	900	17,8	250	7.000	1.750.000
7	700	14,2	200	7.000	1.400.000
8	1.000	10,7	150	7.000	1.050.000
9	2.500	39,2	550	7.000	3.850.000
10	1.200	21,4	300	7.000	2.100.000
11	1.200	10,7	150	7.000	1.050.000
12	1.300	35,7	500	7.000	3.500.000
13	600	7,1	100	7.000	700.000
14	1.200	26,7	375	7.000	2.625.000
15	850	15	210	7.000	1.470.000
<b>Jumlah</b>	<b>15.550</b>	<b>270</b>	<b>3.785</b>	<b>105.000</b>	<b>33.145.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>1.036,6</b>	<b>18</b>	<b>252</b>	<b>7000</b>	<b>2.367.500</b>

Data Primer Diolah, 2018

## Sambungan Lampiran 4. Pakan (Dedak padi) Usaha Itik Pedaging

No	Jumlah Bibit (Ekor)	Masa DOD (umur 7 – 14 Hari)			Biaya Pakan per Kg (Rp)	Biaya (Rp)	Pemakaian Pakan Pelet	Total Biaya Pakan (Rp)
		Jumlah Pakan/hari (Kg)	Jumlah Pakan Keseluruhan(Kg)					
1	1.200	50	350	2.000	700.000	1.750.000	2.450.000	
2	1.000	85,7	600	2.000	1.200.000	2.100.000	3.300.000	
3	800	51,4	360	2.000	720.000	1.400.000	2.120.000	
4	300	7,1	50	2.000	100.000	350.000	450.000	
5	800	57,1	400	2.000	800.000	1.400.000	2.200.000	
6	900	64,2	450	2.000	900.000	1.750.000	2.650.000	
7	700	57,1	400	2.000	800.000	1.400.000	2.200.000	
8	1.000	64,2	450	2.000	900.000	1.050.000	1.950.000	
9	2.500	71,4	500	2.000	1.000.000	3.850.000	4.850.000	
10	1.200	64,2	450	2.000	900.000	2.100.000	3.000.000	
11	1.200	50	350	2.000	700.000	1.050.000	1.750.000	
12	1.300	100	700	2.000	1.400.000	3.500.000	4.900.000	
13	600	28,5	200	2.000	400.000	700.000	1.100.000	
14	1.200	57,1	400	2.000	800.000	2.625.000	3.425.000	
15	850	50	350	2.000	700.000	1.470.000	2.170.000	
<b>Jumlah</b>	<b>15.550</b>	<b>858</b>	<b>6.010</b>	<b>30.000</b>	<b>12.020.000</b>	<b>26.495.000</b>	<b>38.515.000</b>	
<b>Rataan</b>	<b>1.036,6</b>	<b>57,2</b>	<b>400,6</b>	<b>2.000</b>	<b>801.333,3</b>	<b>1.766.333</b>	<b>2.567.667</b>	

Data Primer Diolah, 2018

## Lampiran 5. Biaya Obat-obatan Usaha Ternak Itik

No	Jumlah Bibit (Ekor)	Obat Doxyvet		
		Bungkus	Harga/Bungkus	Biaya (Rp)
1	1.200	5	5.000	25.000
2	1.000	4	5.000	20.000
3	800	3	5.000	15.000
4	300	2	5.000	10.000
5	800	3	5.000	15.000
6	900	4	5.000	20.000
7	700	3	5.000	15.000
8	1.000	4	5.000	20.000
9	2.500	8	5.000	40.000
10	1.200	5	5.000	25.000
11	1.200	4	5.000	20.000
12	1.300	5	5.000	25.000
13	600	3	5.000	15.000
14	1.200	5	5.000	25.000
15	850	4	5.000	20.000
<b>Jumlah</b>	<b>15.550</b>	<b>62</b>	<b>75.000</b>	<b>310.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>1.036,6</b>	<b>4,13333</b>	<b>5.000</b>	<b>20.666</b>

Data Primer Diolah, 2018

Lampiran 6. Biaya Perkandangan Usaha Ternak Itik

No	Jumlah Bibit (Ekor)	Jumlah Kandang (Unit)	Biaya per Kandang (Rp)	Daya Tanah (Tahun)	Biaya Penyusutan (Rp)
1	1.200	1	3.000.000	4	750.000
2	1.000	2	3.000.000	5	600.000
3	800	1	450.000	2	225.000
4	300	1	350.000	1	350.000
5	800	1	450.000	2	225.000
6	900	1	500.000	1	500.000
7	700	1	450.000	1	450.000
8	1.000	1	600.000	1	600.000
9	2.500	1	1.200.000	2	600.000
10	1.200	1	600.000	1	600.000
11	1.200	1	600.000	1	600.000
12	1.300	1	600.000	2	300.000
13	600	1	450.000	1	450.000
14	1.200	1	600.000	2	300.000
15	850	1	450.000	1	450.000
<b>Jumlah</b>	<b>15.550</b>	<b>16</b>	<b>13.300.000</b>	<b>27</b>	<b>7.000.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>1.036,6</b>	<b>1,06</b>	<b>886.666,6</b>	<b>1,8</b>	<b>466.667</b>

Data Primer Diolah, 2018



## Lampiran 7. Biaya Alat-alat Usaha Ternak Itik

No	Jumlah Bibit (Ekor)	Tempat Minum			Tempat Pakan				
		Biaya (Rp)	Jumlah (Unit)	Daya Tahan (Tahun)	Biaya Penyusutan (Rp)	Biaya (Rp)	Jumlah (Unit)	Daya Tahan (Tahun)	Biaya Penyusutan (Rp)
1	1.200	160.000	8	3	53.333	60.000	8	3	20.000
2	1.000	120.000	6	3	40.000	90.000	12	3	30.000
3	800	200.000	10	3	66.666	75.000	10	3	25.000
4	300	100.000	5	3	33.333	30.000	4	3	10.000
5	800	100.000	5	3	33.333	45.000	6	3	15.000
6	900	100.000	5	3	33.333	45.000	6	3	15.000
7	700	100.000	5	3	33.333	37.500	5	3	12.500
8	1.000	160.000	8	3	53.333	45.000	6	3	15.000
9	2.500	300.000	15	3	100.000	75.000	10	3	25.000
10	1.200	120.000	6	3	40.000	37.500	5	3	12.500
11	1.200	80.000	4	3	26.666	30.000	4	3	10.000
12	1.300	260.000	13	3	86.666	75.000	10	3	25.000
13	600	60.000	3	3	20.000	22.500	3	3	7.500
14	1.200	80.000	4	3	26.666	30.000	4	3	10.000
15	850	120.000	6	3	40.000	30.000	4	3	10.000
<b>Jumlah</b>	<b>15.550</b>	<b>2.060.000</b>	<b>103</b>	<b>45</b>	<b>646.662</b>	<b>727.500</b>	<b>97</b>	<b>45</b>	<b>242.500</b>
<b>Rataan</b>	<b>1.036,6</b>	<b>137.333</b>	<b>6,8</b>	<b>3</b>	<b>43.110</b>	<b>48.500</b>	<b>6,4</b>	<b>3</b>	<b>16.166</b>

Data Primer Diolah, 2018

Keterangan:

\*Tempat Minum: Rp. 20.000

\*Tempat pakan: Rp. 7.500

## Sambungan Lampiran 7.

No	Jumlah Bibit (Ekor)	Sekop				Cangkul			
		Biaya (Rp)	Jumlah (Unit)	Daya Tahan (Tahun)	Biaya Penyusutan (Rp)	Biaya (Rp)	Jumlah (Unit)	Daya Tahan (Tahun)	Biaya Penyusutan (Rp)
1	1.200	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
2	1.000	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
3	800	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
4	300	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
5	800	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
6	900	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
7	700	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
8	1.000	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
9	2.500	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
10	1.200	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
11	1.200	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
12	1.300	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
13	600	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
14	1.200	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
15	850	65.000	1	3	21.666	60.000	1	3	20.000
<b>Jumlah</b>	<b>15.550</b>	<b>975.000</b>	<b>15</b>	<b>45</b>	<b>325.000</b>	<b>900.000</b>	<b>15</b>	<b>45</b>	<b>300.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>1.036,6</b>	<b>65.000</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>21.666</b>	<b>60.000</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>20.000</b>

Data Primer Diolah, 2018

Keterangan:

\*Sekop: Rp. 65.000

\*Cangkul: Rp. 60.000

Lampiran 8. Total Biaya Penyusutan Perkandangan dan Alat-alat Usaha Ternak Itik Pedaging

<b>No</b>	<b>Biaya Penyusutan Kandang (Rp)</b>	<b>Biaya Penyusutan Alat-alat (Rp)</b>	<b>Total Biaya Penyusutan (Rp)</b>
1	750.000	114.999	864.999
2	600.000	71.666	671.666
3	225.000	133.332	358.332
4	350.000	84.999	434.999
5	225.000	89.999	314.999
6	500.000	89.999	589.999
7	450.000	87.499	537.499
8	600.000	109.999	709.999
9	600.000	166.666	766.666
10	600.000	94.166	694.166
11	600.000	78.332	678.332
12	300.000	153.332	453.332
13	450.000	69.166	519.166
14	300.000	78.332	378.332
15	450.000	91.666	541.666
<b>Jumlah</b>	<b>7.000.000</b>	<b>1.514.152</b>	<b>8.514.152</b>
<b>Rataan</b>	<b>466.667</b>	<b>100.943</b>	<b>567.610</b>

Data Primer Diolah, 2018

## Lampiran 9. Biaya Sewa lahan Ternak Itik Pedaging

<b>No</b>	<b>Jumlah Bibit (Ekor)</b>	<b>Biaya Sewa Lahan (Rp)</b>
1	1.200	150.000
2	1.000	150.000
3	800	150.000
4	300	150.000
5	800	150.000
6	900	150.000
7	700	150.000
8	1.000	150.000
9	2.500	150.000
10	1.200	150.000
11	1.200	150.000
12	1.300	150.000
13	600	150.000
14	1.200	150.000
15	850	150.000
<b>Jumlah</b>	<b>15.550</b>	<b>2.250.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>1.036,6</b>	<b>150.000</b>

Data Primer Diolah, 2018.

## Lampiran 10. Biaya penerangan Itik Pedaging

<b>No</b>	<b>Jumlah Bibit (Ekor)</b>	<b>Biaya Penerangan (Rp)</b>
1	1.200	-
2	1.000	25.000
3	800	-
4	300	-
5	800	-
6	900	-
7	700	-
8	1.000	-
9	2.500	-
10	1.200	30.000
11	1.200	-
12	1.300	-
13	600	-
14	1.200	30.000
15	850	-
<b>Jumlah</b>	<b>15.550</b>	<b>85.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>1.036,6</b>	<b>5.666</b>

Data Primer diolah, 2108.

## Lampiran 11. Biaya Produksi Usaha Ternak Itik Pedaging

No	Biaya Variabel				Biaya penerangan (Rp)	Biaya Sewa Lahan (Rp)	Biaya Tetap		Total Biaya
	Biaya Bibit (Rp)	Biaya Pakan (Rp)	Biaya Obat-Obatan (Rp)	Biaya TK (Rp)			Biaya Penyusutan Kandang (Rp)	Biaya Penyusutan Alat (Rp)	
1	4.800.000	1.750.000	25.000	2.704.000	-	150.000	750.000	114.999	10.293.999
2	3.500.000	2.100.000	20.000	2.704.000	25.000	150.000	600.000	71.666	9.170.666
3	3.200.000	1.400.000	15.000	2.248.000	-	150.000	225.000	133.332	7.371.332
4	1.200.000	350.000	10.000	1.360.000	-	150.000	350.000	84.999	3.504.999
5	3.200.000	1.400.000	15.000	2.248.000	-	150.000	225.000	89.999	7.327.999
6	3.600.000	1.750.000	20.000	2.248.000	-	150.000	500.000	89.999	8.357.999
7	2.800.000	1.400.000	15.000	2.248.000	-	150.000	450.000	87.499	7.150.499
8	3.700.000	1.050.000	20.000	2.704.000	-	150.000	600.000	109.999	8.333.999
9	9.250.000	3.850.000	40.000	3.600.000	-	150.000	600.000	166.666	17.656.666
10	4.800.000	2.100.000	25.000	2.704.000	30.000	150.000	600.000	94.166	10.503.166
11	4.560.000	1.050.000	20.000	2.704.000	-	150.000	600.000	78.332	9.162.332
12	5.200.000	3.500.000	25.000	2.704.000	-	150.000	300.000	153.332	12.032.332
13	2.400.000	700.000	15.000	1.800.000	-	150.000	450.000	69.166	5.584.166
14	5.400.000	2.625.000	25.000	2.704.000	30.000	150.000	300.000	78.332	11.312.332
15	3.400.000	1.470.000	20.000	2.248.000	-	150.000	450.000	91.666	7.829.666
<b>Jumlah</b>	<b>61.010.000</b>	<b>26.495.000</b>	<b>310.000</b>	<b>36.928.000</b>	<b>85.000</b>	<b>2.250.000</b>	<b>7.000.000</b>	<b>1.514.152</b>	<b>135.592.152</b>
<b>Rataan</b>	<b>4.067.333</b>	<b>1.766.333</b>	<b>20.667</b>	<b>2.461.866</b>	<b>5.666</b>	<b>150.000</b>	<b>466.667</b>	<b>100.943</b>	<b>9.871.917</b>

Data Primer Diolah, 2018

Lampiran 12. Penerimaan Usaha Ternak Itik Pedaging

No	Jumlah (Ekor)	Harga Jual Itik/Ekor (Rp)	Penerimaan (Rp)
1	1.000	21.000	21.000.000
2	850	20.000	17.000.000
3	740	25.000	18.500.000
4	250	22.000	5.500.000
5	750	20.000	15.000.000
6	850	21.000	17.850.000
7	670	21.000	14.070.000
8	750	20.000	15.000.000
9	2.000	20.000	40.000.000
10	1.000	20.000	20.000.000
11	900	20.000	18.000.000
12	1.200	27.000	32.400.000
13	500	20.000	10.000.000
14	1.300	22.000	28.600.000
15	830	21.000	17.430.000
<b>Jumlah</b>	<b>13.590</b>	<b>320.000</b>	<b>290.350.000</b>
<b>Rataan</b>	<b>906</b>	<b>21.333</b>	<b>19.356.666</b>

Data Primer Diolah, 2018

Lampiran 13. Total Pendapatan Usaha Ternak Itik Pedaging

No	Total Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Total Pendapatan (Rp)
1	21.000.000	10.293.999	10.706.001
2	17.000.000	9.170.666	7.829.334
3	18.500.000	7.371.332	11.128.668
4	5.500.000	3.504.999	1.995.001
5	15.000.000	7.327.999	7.672.001
6	17.850.000	8.357.999	9.492.001
7	14.070.000	7.150.499	6.919.501
8	15.000.000	8.333.999	6.666.001
9	40.000.000	17.656.666	22.343.334
10	20.000.000	10.503.166	9.496.834
11	18.000.000	9.162.332	8.837.668
12	32.400.000	12.032.332	20.367.668
13	10.000.000	5.584.166	4.415.834
14	28.600.000	11.312.332	17.287.668
15	17.430.000	7.829.666	9.600.334
<b>Jumlah</b>	<b>290.350.000</b>	<b>135.592.152</b>	<b>154.757.848</b>
<b>Rataan</b>	<b>19.356.666</b>	<b>9.039.477</b>	<b>10.317.190</b>

Data Primer Diolah, 2018

Keterangan:

\*Total Pendapatan = Total Penerimaan – Total Biaya



## Lampiran 14. Pengujian R/C dan B/C

No	Total Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Total Pendapatan (Rp)	R/C	B/C
1	21.000.000	10.293.999	10.706.001	2	1
2	17.000.000	9.170.666	7.829.334	1,8	0,8
3	18.500.000	7.371.332	11.128.668	2,5	1,5
4	5.500.000	3.504.999	1.995.001	1,5	0,5
5	15.000.000	7.327.999	7.672.001	2	1
6	17.850.000	8.357.999	9.492.001	2,1	1,1
7	14.070.000	7.150.499	6.919.501	1,9	0,9
8	15.000.000	8.333.999	6.666.001	1,7	0,7
9	40.000.000	17.656.666	22.343.334	2,2	1,2
10	20.000.000	10.503.166	9.496.834	1,9	0,9
11	18.000.000	9.162.332	8.837.668	1,9	0,9
12	32.400.000	12.032.332	20.367.668	2,6	1,6
13	10.000.000	5.584.166	4.415.834	1,7	0,7
14	28.600.000	11.312.332	17.287.668	2,5	1,5
15	17.430.000	7.829.666	9.600.334	2,2	1,2
<b>Jumlah</b>	<b>290.350.000</b>	<b>135.592.152</b>	<b>154.757.848</b>	<b>30.5</b>	<b>15.5</b>
<b>Rataan</b>	<b>19.356.666</b>	<b>9.039.477</b>	<b>10.317.190</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Data Primer Diolah, 2018

Keterangan:

$$*R/C = \frac{\text{Total penerimaan}}{\text{Total biaya}}$$

$$*B/C = \frac{\text{Total pendapatan}}{\text{Total biaya}}$$

Lampiran 15. Karakteristik Pedagang Pengumpul Itik Pedaging

No	Nama	Usia (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Volume Pembelian (Ekor/hari)	Harga Jual
1	Putra	35	9	1	250	24.000
2	Yono	30	12	2	250	24.000
<b>Jumlah</b>		<b>65</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>500</b>	<b>48.000</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>32,5</b>	<b>10,5</b>	<b>1,5</b>	<b>250</b>	<b>24.000</b>

Data Primer Diolah, 2018

## Lampiran 16. Karakteristik Pedagang Pengecer Itik Pedaging

No	Nama	Usia (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Volume Pembelian (Ekor/hari)	Harga Jual
1	Legino	40	12	2	250	33.000
2	Agung	37	9	1	150	33.000
3	Rudi Simamora	46	12	2	300	33.000
<b>Jumlah</b>		<b>65</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>700</b>	<b>99.000</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>32,5</b>	<b>10,5</b>	<b>1,5</b>	<b>233</b>	<b>33.000</b>

Data Primer Diolah, 2018

Lampiran 17. Analisis Biaya Pemasaran Itik Pedaging pada Pedagang Pengumpul Saluran Pemasaran 2

Sampel	Volume Pembelian	Harga Beli	Biaya Transportasi	Biaya Tenaga Kerja	Biaya Penyimpanan	Total Biaya	Harga Jual	Keuntungan
Pengumpul I	250	21.333	250	500	100	850	24.000	1.817
Pengumpul II	250	21.333	250	500	100	850	24.000	1.817
<b>Jumlah</b>	<b>500</b>	<b>42.666</b>	<b>500</b>	<b>1000</b>	<b>200</b>	<b>1700</b>	<b>48.000</b>	<b>3.688</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>250</b>	<b>21.333</b>	<b>250</b>	<b>500</b>	<b>100</b>	<b>850</b>	<b>24.000</b>	<b>1.817</b>

Data Primer Diolah, 2018

Lampiran 18. Analisis Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Saluran Pemasaran I dan II

Sampel	Volume Pembelian	Harga Beli	Biaya Transportasi	Biaya Tenaga Kerja	Biaya Penyimpanan	Packing	Total Biaya	Harga Jual	Keuntungan
Pengecer I	250	21.333	1000	4.000	500	1.000	6.500	32.000	4.167
Pengecer II	250	24.000	500	2.500	100	1.000	4.100	33.000	4.900
Pengecer III	250	24.000	500	2.500	100	1.000	4.100	33.000	4.900
<b>Jumlah</b>	<b>500</b>	<b>69.333</b>	<b>2.000</b>	<b>9.000</b>	<b>700</b>	<b>3.000</b>	<b>14.700</b>	<b>98.000</b>	<b>13.967</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>250</b>	<b>23.111</b>	<b>666,6</b>	<b>3.000</b>	<b>233,3</b>	<b>1.000</b>	<b>4.900</b>	<b>32.666</b>	<b>4.655</b>

Data Primer Diolah, 2018