

PENGEMBANGAN RANTAI PASOK DAGING AYAM SECARA TERPADU DI JAWA BARAT DAN JAWA TIMUR

Development of Integrated Supply Chains of Chicken Meat in West Java and East Java

Saptana*, Nyak Ilham

*Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian,
Jln. Tentara Pelajar No. 3B, Bogor 16111, Jawa Barat, Indonesia
Korespondensi penulis. E-mail: saptono_07@yahoo.co.id

Naskah diterima: 9 April 2020

Direvisi: 30 Mei 2020

Disetujui terbit: 17 Juni 2020

ABSTRACT

The main problem faced by the broiler industry from time to time was its vulnerability to various large and short-term shocks. This study aimed to assess and formulate policy recommendations for the development of the supply chain integration of chicken meat. The analytical methods used in this study were the supply chain, market integration, and price fluctuation analysis. The results of this study indicated that supply chain actors in live broiler commodities and chicken meat were still quite long and less competitive. The dominant position in determining prices in the chicken meat supply chain was integrator companies and collectors. Broiler market integration at the farm level in the production center in West Java and the retailer level in the City of Bandung was not well integrated with the Market Index Connection (IMC) value of 5.956 (not integrated) and in East Java was also not integrated but with better the IMC value of 1.654. The level of chicken meat price fluctuations was quite moderate, as indicated by the Coefficient of Variation (CV) value 6.82. Broiler prices at the producer level were more volatile than the price of chicken meat at the consumer level. Policy implications drawn from this study are the need to cut the very long supply chain, improve the market structure towards a more competitive one, increase market integration, and maintain stabilization of chicken meat prices.

Keywords: *chicken meat, market integration, price fluctuations, supply chain*

ABSTRAK

Permasalahan pokok yang dihadapi industri broiler dari waktu ke waktu adalah kerawanannya terhadap berbagai guncangan besar dan berjangka pendek. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menghasilkan rekomendasi kebijakan pengembangan rantai pasok daging ayam ras secara terpadu. Metode analisis yang digunakan adalah analisis rantai pasok, integrasi pasar, dan fluktuasi harga. Hasil penelitian ini menunjukkan pelaku rantai pasok pada komoditas broiler hidup dan daging ayam masih cukup panjang dan kurang kompetitif. Posisi dominan dalam penentuan harga pada rantai pasok daging ayam adalah perusahaan integrator dan pedagang pengepul. Integrasi pasar broiler di tingkat peternak di daerah sentra produksi di Jawa Barat dan di tingkat pedagang pengecer di Kota Bandung tidak terintegrasi dengan baik dengan nilai *Index Market Connection* (IMC) sebesar 5,956 (tidak terintegrasi), dan di Jawa Timur juga tidak integrasi namun dengan nilai IMC yang menunjukkan lebih baik, yaitu 1,654. Tingkat fluktuasi harga daging ayam cukup moderat, yang diindikasikan oleh nilai *Coefisien Variasi* (CV) 6,82. Harga broiler di tingkat produsen lebih fluktuatif dibandingkan harga daging ayam ras di tingkat konsumen. Implikasi kebijakan dari temuan penelitian ini adalah perlunya memotong rantai pasok yang terlalu panjang, memperbaiki struktur pasar ke arah struktur yang lebih kompetitif, meningkatkan keterpaduan pasar dan menjaga stabilisasi harga daging ayam.

Kata kunci: *daging ayam, fluktuasi harga, integrasi pasar, rantai pasok*

PENDAHULUAN

Daging ayam ras (*broiler*) merupakan bahan pangan berkualitas gizi tinggi dan relatif mudah diakses oleh konsumen, baik dari sisi ketersediaan, maupun keterjangkauan harga. Konsumen berpenghasilan rendah sekalipun

dapat memperoleh akses pangan lebih mudah untuk pemenuhan protein yang berasal dari daging ayam (Arifin 2016). Kemudahan akses tersebut di antaranya disebabkan pesatnya perkembangan industri perunggasan dan menyebar mendekati pusat-pusat konsumen (Ilham et al. 2017). Jika pasar ayam ras tidak terintegrasi dan gejolak harga jual ayam terlalu

tinggi, maka dapat merugikan peternak. Kerugian ini dalam bentuk harga jual broiler yang diterima lebih rendah dan masyarakat konsumen membayar harga beli daging ayam yang lebih tinggi dari seharusnya. Oleh karena itu, penting untuk membangun rantai pasok broiler dan daging ayam secara terintegrasi sehingga gejolak harga jual broiler dan daging ayam relatif terkendali.

Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2014 Jo Undang-Undang 18 Tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan mengamanatkan bahwa penyelenggaraan peternakan dan kesehatan hewan berasaskan kemanfaatan dan keberlanjutan, keamanan dan kesehatan, kerakyatan dan keadilan, keterbukaan dan keterpaduan, kemandirian, kemitraan, dan keprofesionalan. Untuk mewujudkan kemitraan usaha peternakan yang efisien, berdaya saing dan berkelanjutan, perlu dilakukan pembinaan dan pengawasan. Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2013 tentang Pemberdayaan Peternak bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan pembinaan kemitraan usaha peternakan yang sehat dan mencegah terjadinya eksploitasi terhadap peternak kecil. Peraturan Menteri Pertanian Nomor 13 Tahun 2017 tentang Kemitraan Usaha mengamanatkan terwujudnya kemitraan usaha peternakan dengan prinsip saling memerlukan, saling mempercayai, saling memperkuat, saling menguntungkan dan berkeadilan. Namun, dalam implementasinya masih menghadapi permasalahan pokok terutama terjadinya gejolak harga yang terus berulang. Permasalahan pokok meliputi aspek teknis, ekonomi, manajemen, dan kebijakan.

Kemampuan dan perkembangan pesat industri perunggasan, bukan berarti tanpa gejolak. Krisis moneter 1997–1998 dan kasus kejadian luar biasa flu burung 2004–2005 menyebabkan gejolak besar pada industri perunggasan nasional yang mengakibatkan banyak pelaku usaha mengalami gulung tikar (Saptana dan Sumaryanto 2010; Daryanto dan Saptana 2011). Hasil kajian yang dilakukan Huang et al. (2017) tentang langkah-langkah adopsi biosekuriti HPAI (*Highly Pathogenic Avian Influenza*) industri broiler di Cina menemukan bahwa hanya 47% peternak yang mengadopsi tindakan pengendalian terhadap burung liar dan hewan pengerat cukup efektif mencegah flu burung. Selain itu, sudah menjadi perilaku harga produk daging ayam ras cenderung fluktuatif antarwaktu, bahkan dalam jangka pendek sekalipun.

Pada sisi penawaran, faktor-faktor yang memengaruhi jumlah pasokan daging ayam adalah harga pakan, harga DOC (*Day Old Chick*), penjualan ayam petelur afkir dan kondisi cuaca atau iklim. Hasil penelitian (Aho 1998; Tangenjaya 2014) menunjukkan bahwa kemampuan daya saing industri broiler ditentukan oleh empat faktor utama, yaitu kemampuan untuk menghasilkan produk dengan biaya produksi yang rendah, integrasi usaha secara vertikal, penerapan teknologi maju, dan iklim usaha yang kondusif. Integrasi vertikal industri perunggasan dapat meningkatkan daya saing produk dalam rantai pasok secara keseluruhan.

Periode kenaikan harga broiler dan daging ayam ras sering terjadi menjelang bulan puasa dan lebaran atau hari-hari besar keagamaan lainnya. Waktu-waktu terjadi penurunan harga daging broiler terjadi dua bulan pascালেbaran. Fluktuasi harga broiler dan daging ayam tertinggi terjadi di kota Banda Aceh, Pontianak, Manado, Kendari, dan Maluku Utara yang bukan merupakan daerah sentra produksi; sedangkan harga daging ayam ras di Pulau Jawa, Kalimantan, Kupang, Mataram, Denpasar, Ambon, Palu, dan sebagian Sumatera relatif stabil karena merupakan daerah sentra produksi (Puska Dagri, Kemendag 2016).

Permasalahan pokok industri broiler hingga awal tahun 2000 relatif rawan terhadap berbagai guncangan besar dan berjangka pendek. Jika sebelum krisis ekonomi 1998 selisih harga daging ayam ras akibat guncangan hanya sekitar Rp100/kg dalam kisaran waktu tiga bulan, maka pada waktu pascakrisis ekonomi kondisi fluktuasi harga daging ayam semakin tinggi, guncangan besar dapat menyebabkan selisih harga Rp500-Rp1.000 per kg dalam jangka waktu hanya dua minggu (Ilham et al. 2018). Pada kondisi daya beli yang lemah, konsumen mensubstitusi protein asal daging ayam dengan tahu dan tempe yang memiliki harga lebih murah dan memiliki komponen protein yang cukup memadai bahkan dengan rasa cukup baik (Kurniawan et al. 2000).

Berdasarkan permasalahan yang ada, secara umum penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan rekomendasi kebijakan pengembangan rantai pasok daging ayam ras secara terpadu. Secara khusus tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis rantai pasok daging ayam dari tingkat produsen hingga konsumen, (2) menganalisis struktur pasar broiler dan daging ayam; (3) menganalisis integrasi pasar dan disparitas harga daging ayam, dan (4) menganalisis fluktuasi harga daging ayam bulanan.

METODOLOGI

Kerangka Pemikiran

Rantai pasok merupakan suatu konsep yang didalamnya terdapat sistem pengelolaan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi maupun aliran keuangan (Emhar et al. 2014). Hubungan antarpelaku rantai pasok yang berjalan baik dapat mendukung efektivitas rantai pasok secara keseluruhan, sebaliknya hubungan yang tidak berjalan dengan baik dapat mengganggu efektivitas rantai pasok secara keseluruhan (Janvier-James 2012). Konsep manajemen rantai pasok atau *Supply Chain Management* (SCM) merujuk pada manajemen keseluruhan proses produksi, distribusi, dan pemasaran dimana konsumen dihadapkan pada produk-produk yang sesuai dengan keinginannya dan produsen dapat memproduksi produk-produknya dengan jumlah, kualitas, waktu, dan lokasi yang tepat (Ilham et al. 2015; Marimin et al. 2013; dan Daryanto 2009). Hal ini berarti bahwa manajemen rantai pasok produk daging ayam ras adalah keseluruhan proses produksi broiler hidup dan daging ayam, distribusi dan pemasaran broiler hidup maupun daging ayam untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Terdapat beberapa alasan pentingnya penerapan manajemen rantai pasok pada komoditas broiler dan daging ayam (Saptana dan Daryanto 2013; Saptana dan Yofa 2016): pertama, kini dan ke depan konsumen yang menentukan terhadap atribut produk yang diinginkan. Permintaan konsumen semakin kompleks yang menuntut berbagai atribut produk yang lebih lengkap dan rinci, seperti atribut keamanan, atribut nutrisi, atribut nilai, atribut pengepakan, atribut lingkungan, atribut ketelusuran dan atribut kemanusiaan (Simatupang et al. 1998; Saptana dan Daryanto 2013; Saptana dan Yofa 2016). Bahkan di negara maju, khususnya di Uni Eropa (Daryanto 2009) dan di Thailand, telah memasukkan aspek kesejahteraan hewan dan kesejahteraan masyarakat veteriner (Ministry of Agriculture and Cooperatives Thailand 2009). Peternak sebagai produsen dan industri pengolahan hasil perunggasan berupaya untuk memenuhi keinginan atau permintaan konsumen, baik dalam jenis, bentuk, *styles*, *features*, bagaimana penyampaian apakah *quick order fulfillment* atau *fast delivery*, serta bagaimana kemasannya.

Sistem integrasi pada industri perunggasan tidak mencapai efisiensi tinggi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor (Fitriani et al.

2014; Puska Dagri Kemendag 2016; Saptana et al. 2016; Ilham et al. 2018): (a) terjadi integrasi yang bersifat semu, perusahaan perunggasan sebagai integrator membentuk semacam anak-anak perusahaan atau cabang usaha dengan manajemen secara terpisah; (b) bahan baku pakan ternak unggas tergantung impor yang harganya terus menerus mengalami peningkatan, karena persaingan (*food, feed, bio-fuel*, dan *fiber*) terlebih pada situasi rupiah mengalami depresiasi; (c) struktur pasar yang cenderung oligopolistik pada pasar input dan oligopsonistik pada pasar output, menyebabkan peternak membayar input produksi lebih mahal dari seharusnya dan menerima harga jual output lebih rendah dari seharusnya; dan (d) terjadi fenomena *excess profit* bagi pelaku usaha tertentu dan *marginal profit* bagi peternak mandiri. Struktur pasar unggas yang oligopolistik juga ditemukan di Malaysia, namun dengan tingkat konsentrasi sedang dan nilai koefisien Gini Indeks untuk setiap tingkat pasar, serta rata-rata untuk seluruh industri perunggasan 0,8193 (Mohamed et al. 2013).

Harga merupakan suatu nilai barang dan jasa yang mencerminkan keinginan konsumen membayar berdasarkan nilai utilitasnya dan curahan sumber daya yang digunakan produsen untuk menghasilkannya (Tomeck dan Robinson 1990; Hermanto dan Saptana 2017). Kebijakan perdagangan dan harga merupakan strategi yang paling umum dilakukan untuk merangsang dan mengendalikan arah pembangunan ekonomi suatu negara (Simatupang dan Dermorejo 2003). Secara empiris, biaya produksi memengaruhi pembentukan harga daging ayam, baik di Indonesia (Ilham et al. 2018) maupun di Asia Tenggara (Tangendjaja 2010). Artinya, naik dan turunnya biaya produksi pada usaha ternak ayam broiler di Indonesia maupun di Asia Tenggara berdampak terhadap naik turunnya harga produk daging ayam yang dihasilkan. *Input* yang signifikan memengaruhi biaya produksi yaitu faktor pakan kemudian DOC. Faktor lain yang menyebabkan fluktuasi harga adalah adanya pergeseran, baik meningkat maupun menurun, permintaan dan penawaran terhadap suatu produk (Samuelson dan Nordhaus 1993). Meningkatnya pendapatan masyarakat konsumen dapat menyebabkan meningkat pula permintaan daging ayam sehingga jika dalam kondisi pasokan stabil, harga akan mengalami peningkatan. Demikian juga sebaliknya, jika terjadi penurunan pendapatan dalam kondisi pasokan tetap, maka permintaan akan menurun, selanjutnya terjadi penurunan harga.

Hasil kajian Saptana et al. (2016) menunjukkan bahwa perkembangan harga

bulanan memiliki keterkaitan yang tinggi dengan hari-hari besar keagamaan, terutama Hari Raya Lebaran. Saat satu bulan sebelum bulan puasa, harga merambat naik hingga mencapai 10–20%, kemudian pada bulan puasa sedikit mengalami penurunan, dan kemudian melonjak lagi pada seminggu sebelum Lebaran hingga mencapai 20–30%, dan selanjutnya mengalami penurunan harga pasca-Hari Raya Lebaran. Sementara itu, pada hari-hari raya keagamaan lainnya, seperti Natal dan Tahun Baru serta Imlek, biasanya harga produk unggas mengalami peningkatan secara terbatas dan bersifat sangat temporal, kurang lebih 5–10%.

Harga daging ayam broiler, daging ayam buras, telur ayam broiler, dan pendapatan perkapita secara bersama-sama memengaruhi permintaan daging ayam di Kota Medan, sedangkan secara parsial hanya pendapatan perkapita yang berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan daging ayam di Kota Medan (Mawaddah et al. 2013). Menurut Saptana dan Daryanto (2013), sumber pertumbuhan dari sisi permintaan produk ayam ras pedaging ditentukan oleh faktor jumlah penduduk dan pertumbuhannya, tingkat pendapatan, preferensi konsumen, serta fenomena segmentasi pasar dan urbanisasi.

Pada sisi penawaran, dampak kenaikan harga pakan dan DOC dapat menyebabkan produsen merugi dan bermuara pada kebangkrutan hingga berhenti memproduksi. Jika

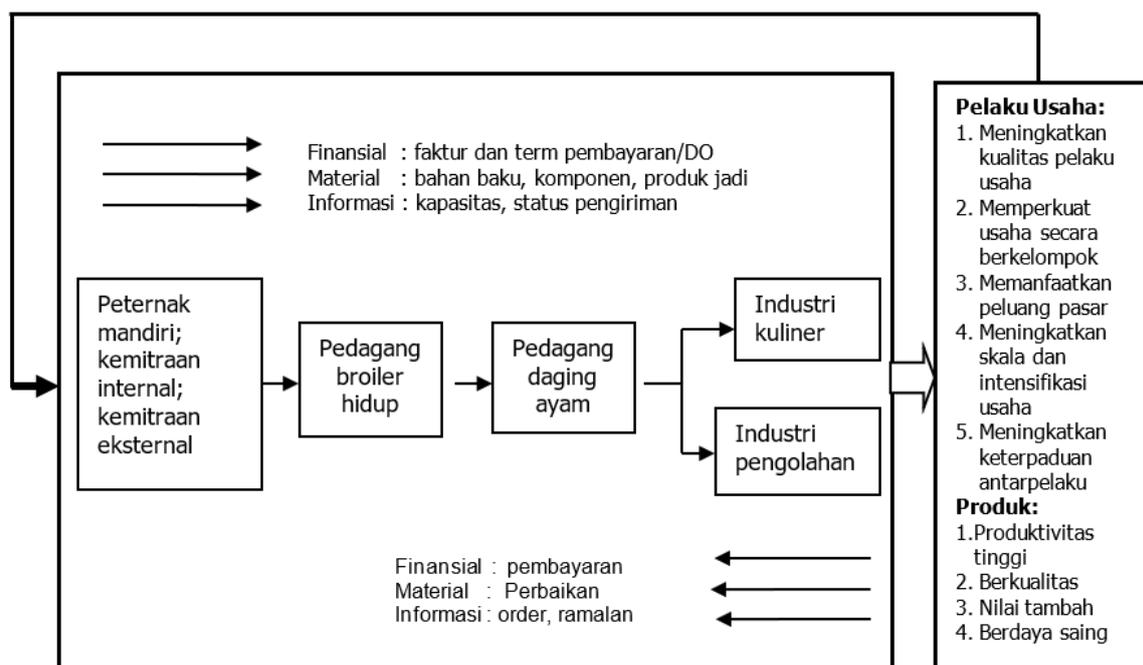
hal ini terjadi dalam jumlah tertentu, maka pasokan daging ayam akan menurun sehingga harga mengalami kenaikan. Menurut Arifin (2016), industri perunggasan nasional menghadapi tantangan baru yang semakin kompleks, mulai dari kelangkaan jagung, harga pakan yang sangat tinggi, harga DOC yang berfluktuasi, dan semakin menurunnya modal sosial di antara pelaku industri.

Perkiraan kenaikan permintaan pada waktu-waktu tertentu seperti hari besar keagamaan nasional (HKBN) merangsang pelaku usaha baru untuk memproduksi dan masuk pasar. Jika kondisi ini hanya mampu mengisi kenaikan permintaan maka secara teoritis tidak akan naik, namun secara psikis bisa saja tetap terjadi kenaikan harga. Berdasarkan pemikiran di atas, dapat dilakukan identifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kenaikan harga daging ayam ras.

Pada analisis ini dapat dilihat alur rantai pasok mulai dari produsen hingga konsumen akhir yang melibatkan berbagai kelembagaan pasar di dalamnya. Adapun gambaran rantai pasok komoditas broiler hidup dan daging ayam dari peternak hingga konsumen disajikan pada Gambar 1.

Ruang Lingkup Kegiatan

Komoditas daging ayam ras dalam kajian ini dikhususkan pada ayam ras pedaging (*broiler*).



Sumber: Diadaptasi dari Ilham et al. 2015

Gambar 1. Rantai pasok komoditas broiler dari tingkat peternak hingga konsumen

Data dan informasi yang digunakan mencakup deskripsi rantai pasok dari tingkat peternak hingga konsumen, deskripsi struktur pasar pada berbagai tingkat pelaku tata niaga, serta data harga broiler hidup dan daging ayam nasional, harga broiler hidup di daerah sentra produksi Jawa Barat dan Jawa Timur, serta data harga daging ayam di tujuan pasar utama.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi kajian ditetapkan pada daerah sentra produksi ayam broiler di Jawa Barat dan Jawa Timur. Pada daerah tersebut dicari informasi terkait produksi dan harga daging ayam ras yang terus mengalami kenaikan pasca-Hari Raya Idul Fitri hingga Idul Adha tahun 2018. Responden instansi pada kajian ini adalah: Staf Direktorat PPHP Peternakan, Ditjen PKH, Kementan; Dinas yang membidangi fungsi peternakan dan kesehatan hewan Kabupaten Cianjur, serta Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Malang. Responden lingkup peternak, perusahaan, pedagang yang diwawancarai adalah peternak mandiri ayam broiler di Kabupaten Cianjur, Sukabumi, dan Bandung sebanyak sepuluh peternak. Responden yang berasal dari pengusaha peternakan, *poultry shop*, dan pedagang pengepul dan pengecer. Pengusaha peternakan skala menengah dan besar berperan sebagai inti untuk wilayah Bandung, Cianjur, dan Sukabumi sebanyak tiga pelaku usaha dan sebanyak dua pelaku usaha di Kabupaten Malang dan Blitar. Perusahaan peternakan skala besar yang memiliki divisi kemitraan usaha sebanyak dua pelaku usaha yang berkedudukan di Bandung dan dua perusahaan berkedudukan di Surabaya. *Poultry Shop* masing-masing satu pelaku usaha di Kabupaten Cianjur dan Malang. Pedagang pengepul broiler hidup di masing-masing daerah sentra produksi sebanyak empat pelaku tata niaga, dan pedagang pengecer daging ayam di Pasar Wonokromo Surabaya, Pasar Caringin Bandung, dan Pasar Kosambi di Bandung.

Penelitian dilakukan pada bulan Juli–Desember tahun 2018. Analisis terkait harga dan integrasi pasar dilakukan dengan menggunakan data harian, baik harga broiler hidup di tingkat peternak maupun pedagang pengecer selama tahun 2018. Data harga broiler hidup di tingkat peternak diperoleh dari Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Peternakan Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan. Data harga daging ayam di tingkat pengecer diperoleh dari Puska Dagri Kementerian Perdagangan.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data dan informasi primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan beberapa informan kunci pengambil kebijakan di pusat maupun daerah; asosiasi peternak broiler/kelompok peternak dan peternak broiler; Divisi Kemitraan Perusahaan Inti dan *poultry shop* (PS); pedagang pengumpul dan pedagang besar antardaerah untuk broiler hidup, dan pedagang ritel daging ayam ras. Data dan informasi primer dikumpulkan dengan menggunakan instrumen panduan wawancara, FGD (*focus group discussion*), dan melalui survei terbatas. Informasi tentang distribusi dan jumlah responden disajikan pada Tabel 1 terutama ditujukan untuk mengkaji rantai pasok broiler dan daging ayam. Data sekunder dikumpulkan melalui berbagai dokumen dari Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Peternakan (PPHP), Ditjen Peternakan Kementan; Badan Pusat Statistik di pusat dan daerah sentra produksi, serta studi pustaka terkait kajian. Data sekunder terutama data harga broiler dan harga daging ayam diperoleh dari Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Ternak untuk melakukan analisis integrasi pasar dan fluktuasi harga. Data harga yang tersedia terbatas untuk di tingkat produsen dan konsumen, sehingga analisis integrasi pasar hanya dilakukan antara harga produsen dengan harga eceran di tujuan pasar utama. Data harga untuk analisis integrasi pasar dengan menggunakan data harian dari tahun 2014–2016.

Metode Analisis

Analisis Rantai Pasok

Analisis rantai pasok dilakukan secara deskriptif dengan mengikuti aliran produk broiler hidup dan daging ayam dari peternak hingga konsumen. Tahapan dalam analisis deskripsi pelaku rantai pasok daging ayam adalah sebagai berikut (Saptana dan Ilham 2017): (1) mengidentifikasi pelaku kunci dalam keseluruhan rantai pasok; (2) menganalisis kepentingan (*interest*) dan dampak potensial pada pelaku-pelaku usaha; (3) menganalisis tingkat pengaruh (*influence*) dan tingkat kepentingan (*importance*) pada masing-masing pelaku rantai pasok.

Integrasi Pasar

Perilaku pasar merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Terdapat tiga kriteria untuk melihat perilaku industri yaitu strategi harga, kondisi *entry*

Tabel 1. Distribusi dan jumlah responden contoh di Jawa Barat dan Jawa Timur, 2018

No.	Jenis responden	Jawa Barat	Jawa Timur	DKI Jakarta	Jumlah
1.	Asosiasi peternak/kelompok peternak	2	2	-	4
2.	Peternak ayam ras pedaging	15	15	-	30
3.	Divisi kemitraan usaha Perusahaan Inti dan Poutry Shop	3	3	-	6
4.	Pedagang pengumpul	3	3	-	6
5.	Pedagang besar antardaerah	3	3	-	6
6.	Pedagang pengecer	3	3	-	6
7.	Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan	2	2	-	4
8.	Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan	-	-	3	3
9.	Dinas Sosial Provinsi DKI Jakarta	-	-	3	3
	Total	31	31	6	68

dan tipe produk (Asmarantaka 2009). Secara lebih terperinci perilaku pasar mencakup (Asmarantaka 2009; Saptana dan Saliem 2015): (a) penentuan harga dan tingkat output secara bersama-sama (*price leadership*); (b) perilaku dalam kerja sama antarpelaku usaha dapat direfleksikan oleh pola interaksi dan koordinasi antarpelaku yang dapat diukur juga dengan menggunakan tingkat integrasi pasar; (c) kebijakan promosi produk, melalui pameran atau iklan; dan (d) *Predatory and Exclusionary*, strategi ini bersifat ilegal. Salah satu model yang dapat digunakan untuk melihat tingkat efisiensi harga adalah Model Ravallion (1986) sebagai berikut:

$$P_{it} = b_1 P_{it-1} + b_2 (P_{jt} - P_{jt-1}) + b_3 (P_{jt-1}) + e_t$$

$$P_{it} = b_1 P_{it-1} + b_2 (P_{jt} - P_{jt-1}) + b_3 (P_{jt-1}) + e_t$$

Koefisien $(1 + b_1)$ dan $(b_3 - b_1)$ menggambarkan berturut-turut kontribusi harga produk pangan periode sebelumnya di tingkat petani dan harga produk pangan periode sebelumnya di tingkat pasar pengecer terhadap harga produk pangan di tingkat petani saat ini. Jika $(1+b_1) = \beta_1$ dan $b_2 = \beta_2$, dan $(b_3-b_1) = \beta_3$, maka persamaan di atas dapat disederhanakan menjadi:

$$P_{it} = \beta_1 P_{it-1} + \beta_2 (P_{jt} - P_{jt-1}) + \beta_3 P_{jt-1} + e_t$$

Keterangan:

P_{it} = harga di tingkat peternak produsen pada waktu t

P_{it-1} = harga di tingkat peternak

produsen pada waktu t-1
 P_{jt} = harga di tingkat pengecer pada waktu t

P_{jt-1} = harga di tingkat pengecer pada waktu t-1

Untuk menangkap besarnya pengaruh kedua variabel tersebut terhadap harga di tingkat produsen, Timmer (1987) mengembangkan suatu indeks hubungan pasar yang dikenal dengan nama IMC (*Index of Market Connection*). IMC merupakan rasio dari koefisien dua variabel harga yang memengaruhi harga yang terjadi di tingkat petani, yaitu $(1 + b_1)/(b_3 - b_1)$ atau β_1/β_3 . Apabila nilai indeks IMC = 0 yaitu $b_1 = -1$, dikatakan pasar terintegrasi dan apabila indeks IMC = ∞ , yaitu jika $b_1 = b_3$, dikatakan pasar tidak terintegrasi.

Analisis Fluktuasi Harga

Untuk menganalisis fluktuasi harga daging ayam ras, digunakan data harga daging ayam ras bulanan selama kurun waktu lima tahun. Data diperoleh dari Direktorat PPHP, Ditjen PKH. Berdasarkan data tersebut dilakukan analisis fluktuasi harga per periode waktu. Perbedaan tahun ini untuk melihat pengaruh HBKN terhadap fluktuasi harga. Analisis fluktuasi harga dilakukan dengan koefisien variasi (CV). Semakin besar nilai CV menunjukkan fluktuasi yang semakin tinggi. Koefisien variasi dihitung dengan cara membagi nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata. Formulasinya adalah sebagai berikut:

$$CV = \frac{SD}{\bar{X}} \times 100\%$$

Data dan informasi yang diperoleh disajikan secara deskriptif dan didukung dengan teknik grafik. Melalui kedua analisis diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih dinamis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rantai Pasok Broiler dan Daging Ayam Ras

Rantai pasok dari peternak broiler hingga ke konsumen melibatkan 4–6 pelaku tataniaga (Gambar 2). Sumber ayam hidup dari peternak mandiri, peternak kemitraan internal (peternak dengan perusahaan integrator), dan peternak kemitraan eksternal (peternak kecil dengan peternak besar; peternak dengan *Poultry Shop*). Produksi dari peternak mandiri dijual secara bebas kepada siapapun, sedangkan peternak mitra secara keseluruhan ditampung oleh perusahaan inti. Sumber perolehan ayam hidup terbesar berasal dari perusahaan inti, karena 90% peternak di Jawa Barat adalah peternak yang bermitra dan hanya sekitar 10% merupakan peternak mandiri. Penjualan ayam hidup oleh perusahaan inti dilakukan dengan sistem menjual *Delivered Order* (DO) dengan harga yang ditentukan melalui kesepakatan bersama

melalui PINSAR yang selanjutnya disebut harga POSKO.

Selanjutnya pedagang pengepul (*broker*) sebagai pemegang DO dapat langsung mengambil ayam hidup ke kandang-kandang peternak yang telah ditunjuk oleh perusahaan inti atau menjual DO tersebut ke pedagang lainnya. Pedagang pengepul kemudian menjual ayam hidup dan atau karkas ke beberapa pedagang, yaitu pedagang agen di pasar tradisional, pedagang besar (*grosir*), serta pedagang pengecer dan *meat shop*. Selanjutnya, pedagang grosir menjual ayam kepada pedagang pengecer, *meat shop*, industri pengolahan, dan HOREKA.

Hasil kajian Muhammad dan Sumarau (2014) tentang evaluasi kinerja manajemen rantai pasok pada pemasok daging ayam di Manado menyimpulkan bahwa kinerja manajemen rantai pasok tergolong sudah baik, namun masih ada beberapa aspek yang perlu dilakukan perbaikan, yaitu: (a) untuk mengatasi keterlambatan pasokan broiler dan mencegah jika peternak tidak dapat memenuhi permintaan bahan pokok maka perlu adanya peternak cadangan sebagai pemasok alternatif; (b) meningkatkan kapasitas produksi dengan cara menambah pekerja di bagian produksi untuk meningkatkan produktivitas dan menekan waktu keterlambatan;



Keterangan : —————> = pasokan ayam hidup dan/atau karkas, dan DO.

-----> = permintaan atau upaya memperoleh DO

Gambar 2. Rantai pasok broiler dan daging ayam dari peternak hingga konsumen di Kabupaten Cianjur dan Bandung Jawa Barat, 2018

dan (c) menjaga permintaan daging ayam agar selalu terpenuhi dengan cara menyeimbangkan antara jumlah permintaan dan jumlah pasokan produk.

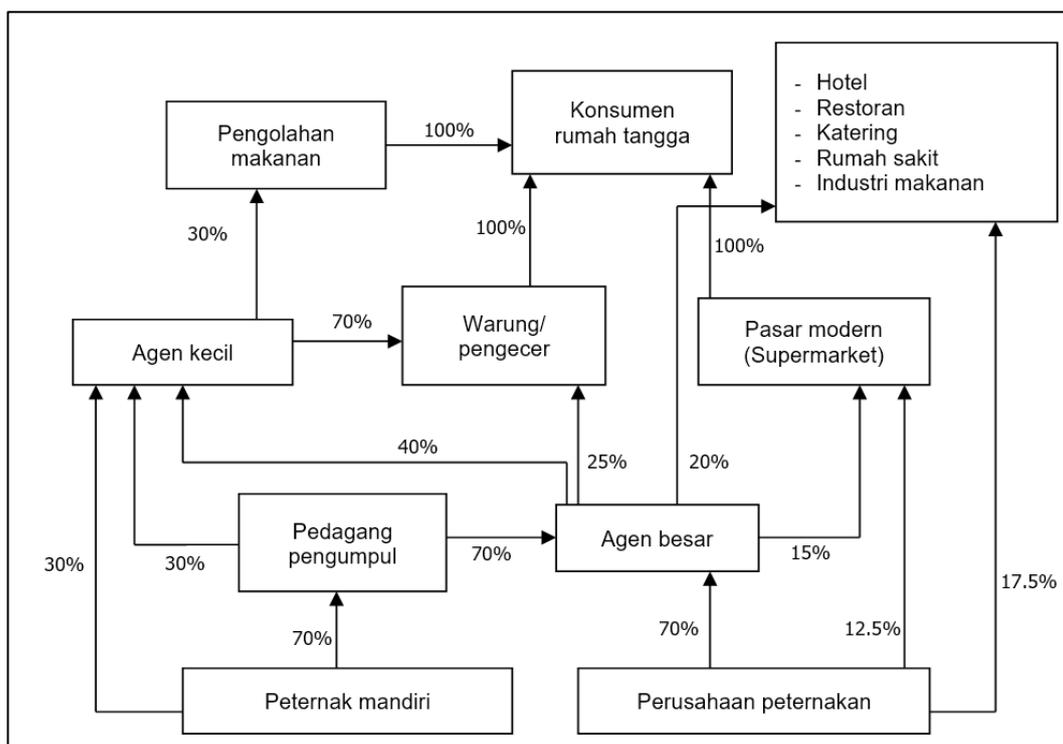
Gambar 3 menunjukkan peran agen besar dan agen kecil cukup dominan. Pelaku tata niaga ini memiliki akses ke peternak maupun ke berbagai tujuan pasar. Pasokan dalam bentuk broiler hidup dan daging ayam, untuk tujuan pasar tradisional, konsumen rumah tangga, dan sebagian lainnya pasar modern serta HOREKA (Hotel Restoran dan Katering). Dinamika bentuk hasil ternak di pasar tradisional ini tidak banyak mengalami perubahan, yaitu dalam bentuk broiler hidup dan daging ayam. Bentuk hasil ternak broiler untuk pasar modern dalam bentuk karkas maupun per bagian (*parting*) yang dikemas dalam kotak plastik ataupun sterofom.

Pertumbuhan yang pesat dalam industri broiler sejauh ini lebih banyak dinikmati oleh perusahaan multinasional (MNCs) berskala besar yang digerakkan oleh adanya keuntungan skala usaha dan penciptaan nilai tambah sistem rantai nilai dari hulu hingga hilir (Daryanto 2009). Secara empiris, di lapang gambaran tersebut merefleksikan beberapa hal pokok sebagai berikut: (1) penguasaan oleh perusahaan besar melalui budi daya sendiri, kemitraan usaha internal, dan terakhir melalui pengembangan kandang ayam tertutup (*close house*) skala

besar-besaran; (2) penguasaan pemodal besar yang berperan sebagai inti dalam kemitraan eksternal; dan (3) penguasaan peternak mandiri skala kecil, meskipun secara individu memiliki skala dari kecil hingga cukup besar.

Sebagian besar perusahaan peternakan skala besar melakukan integrasi vertikal dalam usahanya sehingga sering disebut sebagai perusahaan integrator. Integrasi adalah penguasaan atas seluruh atau sebagian besar jaringan rantai pasok dari industri dari hulu hingga hilir (*breeding farm*, perusahaan obat-obatan hewan, *feed mill*, budi daya, RPU, pengolahan), keseluruhan unit usaha berada dalam satu manajemen pengambilan keputusan. Meskipun secara empiris terjadi integrasi vertikal yang semu, masing-masing unit usaha dikelola oleh anak perusahaan secara terpisah, sehingga menimbulkan masalah marjin ganda pada setiap rantai pasoknya.

Beberapa argumen penting perusahaan peternakan melakukan integrasi vertikal, di antaranya adalah (Saragih 1998): (1) bisnis perunggasan (broiler) tergolong jenis bisnis berintensitas tinggi yang tingkat keberhasilannya bersandar pada ketepatan pengelolaan pada fase-fase pertumbuhan ayam ras; (2) produktivitas broiler sangat tergantung pada pakan, baik jumlah maupun mutunya, hal ini mengisyaratkan kebutuhan sinkronisasi



Gambar 3. Rantai pasok dan daging ayam dari peternak hingga konsumen di Kabupaten Blitar dan Malang, Jawa Timur, 2018

pengelolaan penyediaan pakan dengan fase-fase pertumbuhan ayam ras; dan (3) produk akhir (*final product*) dari industri broiler merupakan produk yang dihasilkan melalui tahapan-tahapan produksi mulai dari hulu hingga ke hilir, produk antara adalah makhluk biologis bernilai ekonomi tinggi.

Dengan karakteristik dasar yang demikian menuntut pengelolaan bisnis broiler dilakukan terintegrasi secara vertikal. Namun sayangnya, banyak peternak rakyat (peternak mandiri) yang berteriak dengan adanya integrasi vertikal ini. Dalam hal ini, peternak rakyat (peternak mandiri) akan menghadapi masalah ganda yaitu masalah pada pasar input sekaligus pasar output. Peternak, termasuk peternak rakyat (peternak mandiri), sebagai *price taker* pada pasar input (DOC, pakan, vitamin dan obat-obatan) terpaksa harus membayar harga input, khususnya pakan, yang terkadang tidak rasional. Harga pakan ternak lebih ditentukan oleh volatilitas harga bahan baku pakan penyusunnya, karena struktur pasar pakan ternak yang cenderung oligopolistik. Sementara itu, pada sisi output peternak rakyat (peternak mandiri) menghadapi struktur pasar yang oligopsonistik. Saat ini produksi broiler hidup dikuasai perusahaan besar melalui kemitraan internal (63%), sebagian lain dikuasai oleh pemodal melalui kemitraan eksternal (27%), dan peternak mandiri hanya menguasai pangsa pasar sangat kecil (10%) (Puskadagri Kemendag 2016).

Kondisi pasar yang demikian, antara lain disebabkan oleh (Saptana et al. 2016): (1) integrasi vertikal yang dijalankan perusahaan skala besar adalah integrasi vertikal yang semu, tujuan utama untuk mencapai efisiensi tertinggi tidak tercapai, anak perusahaan-anak perusahaan, peternak rakyat (peternak mandiri) menghadapi masalah marjin ganda; (2) struktur perusahaan peternakan yang melakukan integrasi vertikal adalah perusahaan yang oligopolistik, yang bagi perusahaan akan lebih menguntungkan melakukan kesepakatan-kesepakatan bisnis daripada melakukan persaingan dengan perang harga.

Perusahaan-perusahaan peternakan skala besar selain melakukan integrasi vertikal juga melakukan integrasi horisontal, yaitu penggabungan penguasaan perusahaan yang menghasilkan barang atau produk sejenis yang saling bersaing di pasar. Dalam batas-batas tertentu, integrasi horisontal dapat dilakukan tanpa penggabungan penguasaan perusahaan yang sejenis. Secara empiris, di lapangan hanya dalam bentuk asosiasi-asosiasi dalam mencapai kesepakatan-kesepakatan bisnis.

Namun, bisa saja terjadinya asosiasi-asosiasi tersebut hanya sebatas pertukaran informasi.

Asosiasi-asosiasi perusahaan pembibitan tergabung dalam wadah Gabungan Perusahaan Pembibitan Unggas (GPPU), Gabungan Perusahaan Makanan Ternak (GPMT), asosiasi dalam budi daya unggas dalam wadah Persatuan/perkumpulan Peternak Unggas Indonesia (PPUI) yang sekarang menjadi Persatuan Insan Perunggasan Rakyat Indonesia (PINSAR). Sebagai akibat dari keterkaitan dan hubungan yang saling memengaruhi, perusahaan oligopoli harus membuat perhitungan yang cermat menengahi reaksi dari perusahaan pesaing, apabila ia mengambil kebijakan menurunkan atau menaikkan harga.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam pasar oligopoli dimana perusahaan-perusahaan tidak melakukan kesepakatan di antara mereka, tingkat harga bersifat rigid (sukar berubah). Dalam pasar oligopolistik, akan sangat menguntungkan bagi semua perusahaan jika mereka bekerja sama melakukan kesepakatan-kesepakatan. Inilah yang disebut kartel. Hasil kajian data sekunder dan hasil kajian di lapangan dalam industri pakan ternak adalah struktur pasar oligopolistik terpimpin. Jika perusahaan pakan ternak besar melakukan perubahan harga, maka otomatis diikuti perusahaan-perusahaan pakan ternak skala usaha di bawahnya, meskipun dengan tingkat kenaikan harga yang berbeda-beda antarpabrik yang satu dengan yang lainnya.

Pada usaha ternak broiler, peternak mandiri menghadapi struktur pasar yang oligopsonistik, karena harga ditentukan oleh perusahaan inti, baik kemitraan internal maupun kemitraan eksternal. Harga ditentukan melalui harga patokan oleh PINSAR dengan apa yang dinamakan harga POSKO. Harga jual peternak mandiri, kemitraan internal dan kemitraan eksternal mengikuti harga patokan dari PINSAR atau harga POSKO. Pada saat volume produksi tidak dapat memenuhi permintaan pasar atau karena permintaan pasar kuat, maka perusahaan peternakan integrator yang menjadi inti dapat bertindak sebagai oligopolistik terhadap pedagang pengepul (broker). Sebaliknya, kalau terjadi *banjir* ayam di pasar maka pedagang pengepul broiler memiliki posisi yang lebih kuat dalam menekan harga. Pedagang grosir maupun pengecer mengacu dengan harga broiler hidup yang telah ditentukan melalui harga patokan atau harga POSKO ataupun hasil tawar menawar antara perusahaan peternakan dengan pedagang pengepul (broker).

Implikasinya adalah pentingnya mengembangkan kemitraan rantai pasok produk broiler secara terpadu yang bersifat saling membutuhkan, memperkuat, dan menguntungkan. Meskipun sudah ada payung hukum dari Undang-Undang No. 41 Tahun 2014 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan, Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2013 tentang Pemberdayaan Peternak, serta Permentan No. 13 Tahun 2017 tentang Kemitraan Usaha, namun belum mampu mengatasi permasalahan gejolak harga hasil unggas. Diperlukan payung hukum yang mengatur jalannya kemitraan rantai pasok terpadu dengan prinsip-prinsip sebagai berikut: (a) saling berkolaborasi, (b) saling terbuka (transparansi), (c) saling mempercayai (*mutual trust*), (d) saling berkomitmen, (e) saling berbagi informasi, dan (f) saling berbagi nilai tambah. Pemerintah berfungsi sebagai regulator, fasilitator, sekaligus mediator terhadap jalannya kemitraan rantai pasok secara terpadu. Dengan demikian, baik pemerintah maupun pemerintah daerah, harus memiliki akses dan kontrol terhadap jalannya kemitraan usaha yang belum sesuai dengan yang diharapkan.

Integrasi dan Disparitas Harga

Perilaku pasar broiler dan daging ayam dianalisis dengan integrasi pasar. Analisis integrasi pasar dilakukan tingkat peternak ke pedagang pengecer. Berdasarkan hasil analisis, integrasi pasar untuk komoditas broiler dari tingkat petani (peternak) ke pedagang pengecer (ritel) di Provinsi Jawa Barat diperoleh hasil estimasi sebagai berikut:

$$Pf_t = -617,841 + 0,851Pf_{t-1}^{***} + 0,143 (Pr_t - Pr_{t-1})^{***} + 0,101 Pr_{t-1}^{***}$$

$$R^2 = 0,958$$

$$IMC = 5,956 \text{ (tidak terintegrasi)}$$

Keterangan:

- Pf_t = harga di tingkat peternak saat ini
 Pf_{t-1} = harga di tingkat peternak periode sebelumnya
 Pr_t = harga di tingkat pedagang pengecer
 Pr_{t-1} = harga di tingkat pedagang pengecer periode sebelumnya
 *) = signifikan 10%
 **) = signifikan 5 %
 ***) = signifikan 1 %

Koefisien b_2 pada hasil estimasi menunjukkan seberapa jauh harga di tingkat pedagang pengecer daging ayam di Kota Bandung ditransmisikan ke tingkat peternak. Nilai b_2 yang diperoleh dari hasil estimasi di atas sebesar 0,143 atau jauh lebih kecil dari angka 1 (satu).

Hasil estimasi ini berarti bahwa dalam jangka pendek perubahan harga daging ayam di tingkat pedagang pengecer di Kota Bandung ditransmisikan secara tidak sempurna ke tingkat peternak.

Dari estimasi yang dilakukan juga diperoleh hasil bahwa kontribusi harga pada periode sebelumnya terhadap harga peternak yang berlaku sekarang kurang dari satu, baik pada tingkat peternak maupun pedagang pengecer. Pengaruh harga pada tingkat peternak sebelumnya di pasar lokal terhadap harga tingkat peternak di pasar lokal saat ini cukup besar yaitu sebesar 0,851. Sebaliknya, pengaruh harga pada pasar eceran daging ayam sebelumnya, terhadap harga broiler di tingkat peternak kontribusinya kurang dari satu yaitu sebesar 0,101. Hasil estimasi ini menunjukkan bahwa pengaruh harga di tingkat pedagang pengecer sebelumnya lebih kecil dibandingkan dengan harga broiler di tingkat peternak sebelumnya terhadap harga saat ini di tingkat peternak. Harga daging ayam di Bandung di tingkat eceran bukanlah penentu pembentukan harga di tingkat peternak.

Perbandingan antara koefisien pengaruh harga di tingkat peternak atau di pasar sebelumnya dengan pengaruh harga pasar eceran sebelumnya terhadap pembentukan harga di tingkat petani saat ini, menunjukkan tinggi rendahnya keterpaduan antara kedua pasar yang bersangkutan yang disebut indeks hubungan pasar atau IMC (*Index Market Connection*). Apabila nilai IMC semakin mendekati nol, itu berarti adanya keterpaduan pasar jangka panjang antara pasar di tingkat peternak dengan pasar di tingkat eceran.

Hasil perhitungan, diperoleh nilai IMC sebesar 5,956. Ini menunjukkan keterpaduan pasar broiler di Jawa Barat antara di tingkat peternak dan harga eceran tidak terintegrasi dengan baik. Tidak adanya keterpaduan pasar tersebut disebabkan harga broiler di Jawa Barat saat ini cenderung mengikuti harga Posko yang ditentukan PINSAR. Para pedagang membeli broiler ke peternak dengan berpatokan pada harga Posko sebagai harga acuan. Sementara itu, penentuan harga posko lebih ditentukan oleh biaya pokok produksi daging broiler, dimana besaran biaya pokok produksi broiler sangat ditentukan harga pakan ternak dan kekuatan oligopoli perusahaan peternakan skala besar.

Nilai R^2 pada analisis di atas diperoleh sebesar 0,958. Hal ini mengandung arti bahwa 98,80% variasi harga di tingkat peternak dapat dijelaskan variabel-variabel bebasnya

(*independent variabel*), sedangkan selebihnya sebesar 1,20% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Hasil analisis integrasi pasar untuk komoditas broiler dari tingkat petani (peternak) ke pedagang pengecer (ritel) di Provinsi Jawa Timur diperoleh hasil estimasi sebagai berikut:

$$Pf_t = 624,456 + 0,858 Pf_{t-1}^{***} + 0,519 (Pr_t - Pr_{t-1})^{***} + 0,064 Pr_{t-1}^{**}$$

$$R^2 = 0,945$$

$$IMC = 1,654 \text{ (relatif terintegrasi)}$$

Keterangan:

- Pf_t = harga di tingkat peternak saat ini
- Pf_{t-1} = harga di tingkat peternak periode sebelumnya
- Pr_t = harga di tingkat pedagang pengecer
- Pr_{t-1} = harga di tingkat pedagang pengecer periode sebelumnya
- *) = signifikan 10%
- ***) = signifikan 5 %
- ****) = signifikan 1%

Koefisien b_2 pada hasil estimasi menunjukkan seberapa jauh harga di tingkat pedagang pengecer daging ayam di Kota Surabaya ditransmisikan ke tingkat peternak. Nilai b_2 yang diperoleh dari hasil estimasi di atas diperoleh nilai sebesar 0,519 atau lebih kecil dari angka 1 (satu). Hasil estimasi ini berarti bahwa dalam jangka pendek perubahan harga daging ayam di tingkat pedagang pengecer di Kota Surabaya ditransmisikan secara tidak sempurna ke tingkat peternak.

Berdasarkan estimasi yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa kontribusi harga pada periode sebelumnya terhadap harga broiler di tingkat peternak yang berlaku sekarang juga kurang dari satu, baik pada tingkat peternak maupun pedagang pengecer. Pengaruh harga pada tingkat peternak sebelumnya di pasar lokal terhadap harga tingkat peternak di pasar lokal saat ini cukup besar yaitu sebesar 0,858. Sebaliknya, pengaruh harga pada pasar eceran daging ayam sebelumnya terhadap harga broiler di tingkat peternak, memiliki kontribusi kurang dari satu yaitu sebesar 0,064. Hasil estimasi ini menunjukkan bahwa pengaruh harga di tingkat pedagang pengecer sebelumnya lebih kecil dibandingkan dengan harga broiler di tingkat peternak sebelumnya terhadap tingkat harga saat ini di tingkat peternak. Harga daging ayam di Kota Surabaya di tingkat eceran bukanlah penentu pembentukan harga di tingkat peternak.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai IMC sebesar 1,654. Hal ini menunjukkan keterpaduan pasar broiler di Jawa Timur antara di tingkat peternak dan harga eceran tidak

terintegrasi dengan baik. Tidak adanya keterpaduan pasar tersebut disebabkan harga broiler di Jawa Timur saat ini sangat ditentukan dua faktor utama yaitu harga pasar dan juga harga Posko yang ditentukan PINSAR. Dimana para pedagang membeli broiler ke peternak dengan berpatokan pada harga pasar dan harga Posko sebagai harga acuan. Harga pasar ditentukan kekuatan pasokan dan permintaan, sedangkan penentuan harga posko lebih ditentukan oleh biaya pokok produksi daging broiler dan kekuatan oligopoli perusahaan peternakan skala besar.

Nilai R^2 pada analisis di atas diperoleh sebesar 0,945. Hal ini mengandung makna bahwa 94,50% variasi harga di tingkat peternak dapat dijelaskan variabel-variabel bebasnya (*independent variabel*), sedangkan selebihnya sebesar 5,50% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Semakin tinggi harga jual daging ayam, maka disparitas harga daging ayam semakin mengecil. Pada tahun 2018, saat rata-rata harga broiler hidup tinggi, rata-rata disparitasnya sebesar 67%. Sementara itu, pada tahun 2014, 2015, 2016, dan 2017 masing-masing besarnya mencapai 76%, 71%, 81%, dan 70%. Produsen dan pedagang menurunkan margin yang diterima saat harga meningkat dengan tujuan konsumen tetap membeli. Jika tidak demikian, permintaan konsumen menurun dan omset penjualan pedagang menjadi lebih jauh menurun sehingga bisa terjadi keuntungan total pedagang menurun. Gambar 4 menunjukkan disparitas harga broiler hidup dan harga daging ayam di tingkat nasional.

Disparitas harga antara di tingkat peternak dan atau pedagang pengepul di daerah sentra produksi broiler dengan harga daging ayam di tingkat pedagang grosir/pengecer di tujuan pasar utama dalam kondisi wajar, hal tersebut disebabkan faktor dinamika permintaan pasar. Namun jika disparitas terlalu besar bisa disebabkan permainan pedagang agen dan grosir di tujuan pasar utama dengan tujuan menimbulkan *panic saler*, sehingga terjadi perang harga dalam penjualan broiler hidup dan karkas ayam. *Panic saler* bisa juga tercipta dengan isu-isu masuknya broiler hidup dari luar Jawa, seperti Lampung, Medan, dan Padang. Gambar 4 menunjukkan disparitas yang wajar dan stabil dibanding waktu-waktu sebelumnya.

Fluktuasi Harga Broiler dan Daging Ayam

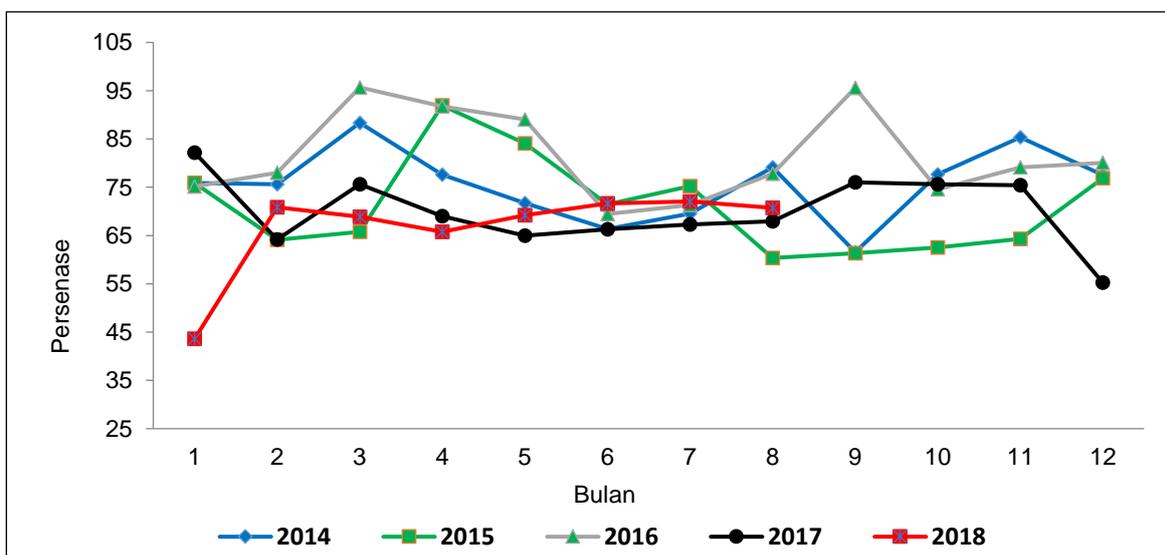
Tren harga tahunan dan bulanan disajikan untuk mempelajari apakah kenaikan harga disebabkan oleh hal-hal yang berulang atau ada faktor lain sebagai penyebabnya. Perkembangan

harga broiler hidup dan daging ayam ras periode lima tahun terakhir, baik di tingkat produsen maupun konsumen, menunjukkan terus terjadi peningkatan (Gambar 5). Besarnya perbedaan intersep kedua harga produk tersebut, selain disebabkan oleh margin pemasaran juga adanya perubahan bentuk dari broiler hidup ke daging ayam. Harga produsen masih berupa harga broiler hidup, sedangkan harga konsumen sudah berupa harga karkas atau daging ayam.

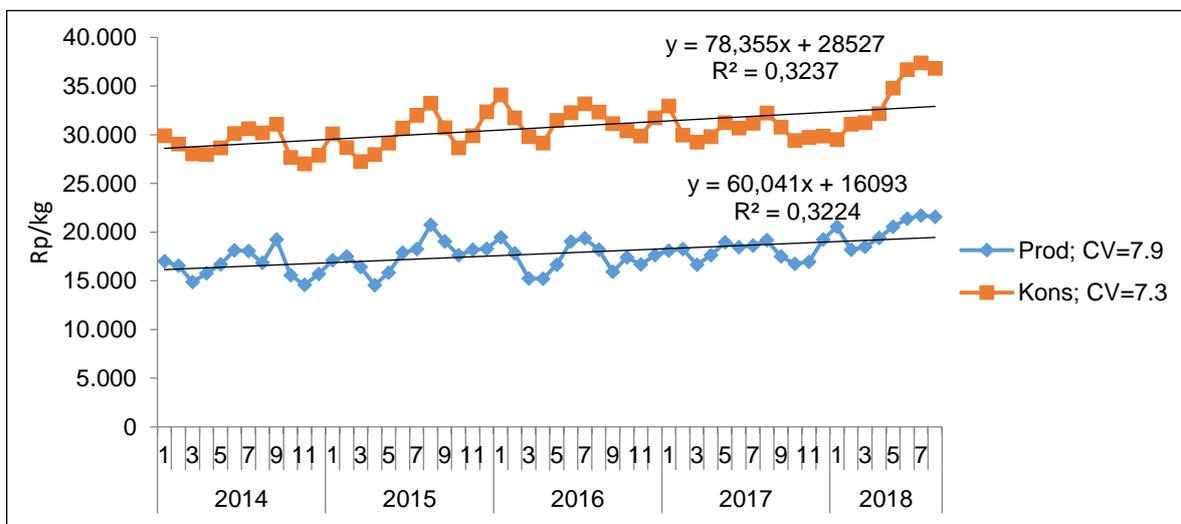
Kenaikan harga broiler hidup dan daging ayam dapat dilihat dari slope grafik. Laju kenaikan harga di tingkat konsumen lebih tinggi jika dibandingkan harga di tingkat produsen, masing-masing dengan slope 78,36 untuk harga konsumen dan 60,04 untuk harga produsen.

Fluktuasi harga broiler hidup di tingkat produsen sedikit lebih besar (CV=7,9) dibandingkan harga karkas di tingkat konsumen (CV=7,3). Pasokan broiler hidup dari berbagai sentra produsen, menyebabkan volume karkas ayam ras di pasar retail menjadi lebih banyak dan harganya relatif stabil.

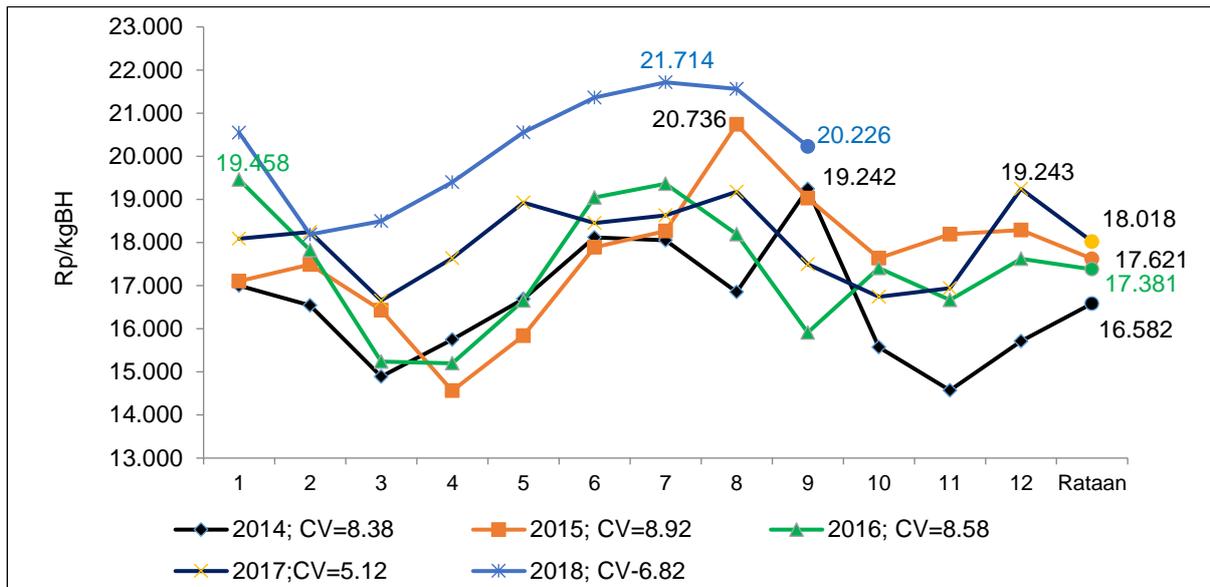
Jika dikaji lebih dalam dengan melihat harga bulanan pada setiap tahunnya, terlihat pola yang relatif sama, namun terdapat sedikit variasi antartahun (Gambar 6). Pada periode 2014–2018, rata-rata harga broiler hidup terus meningkat, kecuali pada tahun 2016 terjadi sedikit penurunan, namun kemudian meningkat kembali pada tahun 2017 hingga 2018. Fluktuasi harga broiler hidup lebih kecil pada tahun 2017



Gambar 4. Disparitas harga ternak dan daging ayam ras pedaging di tingkat konsumen dan produsen secara nasional, 2014–2018



Gambar 5. Perkembangan harga broiler hidup dan daging ayam lingkup nasional di tingkat produsen (Rp/kgBH) dan konsumen (Rp/kgBK), 2014–2018

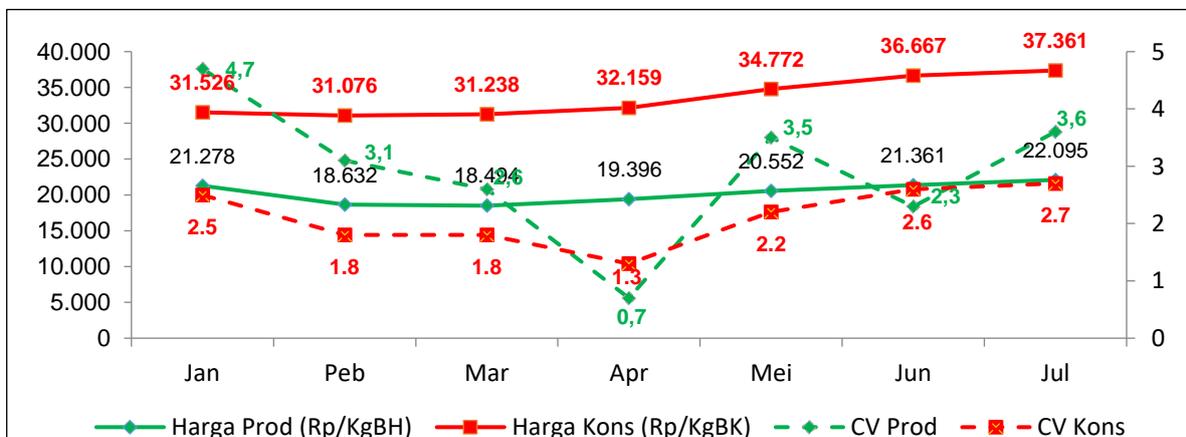


Gambar 6. Fluktuasi harga produsen ternak ayam (Rp/kgBH) bulanan lingkup nasional, 2014-2018

dan 2018 jika dibandingkan tahun sebelumnya (2014–2016).

Kenaikan harga broiler hidup terjadi pada waktu HBKN, terutama pada saat jelang puasa dan Lebaran selama lima tahun terakhir adalah: puasa – Lebaran 2018, 15 Mei–Juni; puasa – Lebaran 2017, 5 Mei–Jun; puasa – Lebaran 2016, 24 April–Mei; puasa – Lebaran 2015, 13 April–Mei; dan puasa – Lebaran 2014, 2 April–Mei. Kenaikan harga mulai terjadi menjelang bulan puasa, yang oleh masyarakat Jawa disebut “prepegan” dan oleh masyarakat Sunda disebut “munggahan”, dan cenderung berlanjut hingga setelah lebaran. Pada saat Natal dan Tahun Baru, harga daging ayam juga mengalami kenaikan, namun masih di bawah harga tertinggi yang pernah terjadi sebelumnya.

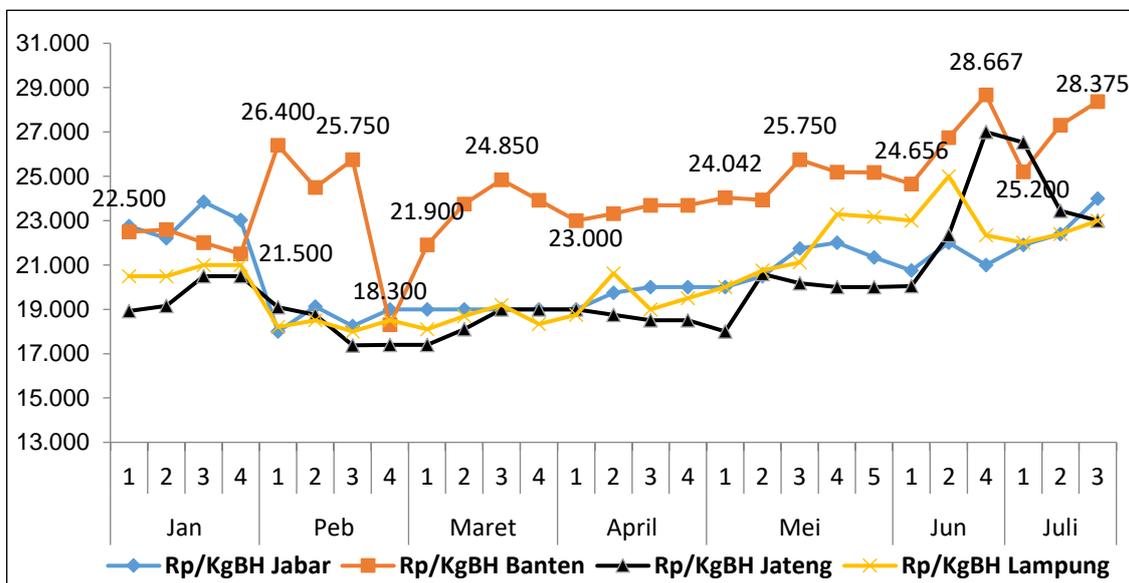
Perkembangan harga broiler hidup dalam lima tahun terakhir menunjukkan terjadi fluktuasi harga di tingkat produsen yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan harga daging ayam di tingkat konsumen. Pada tahun 2018, fluktuasi harga broiler hidup bulanan jauh lebih tinggi daripada harga daging ayam pada tingkat konsumen (Gambar 7). Nilai CV harga broiler hidup mingguan berkisar 0,7–4,7, sedangkan nilai CV harga mingguan daging ayam berkisar 1,3–2,7. Pola ini menunjukkan perilaku pasar ritail dengan volume barang dan pelaku pasar menjadi lebih banyak, sehingga harga cenderung bersaing dan stabil. Dapat dikatakan, pasar ritel daging ayam mendekati pasar persaingan sempurna pada kondisi normal dan mendekati pasar oligopoli jelang bulan puasa dan lebaran.



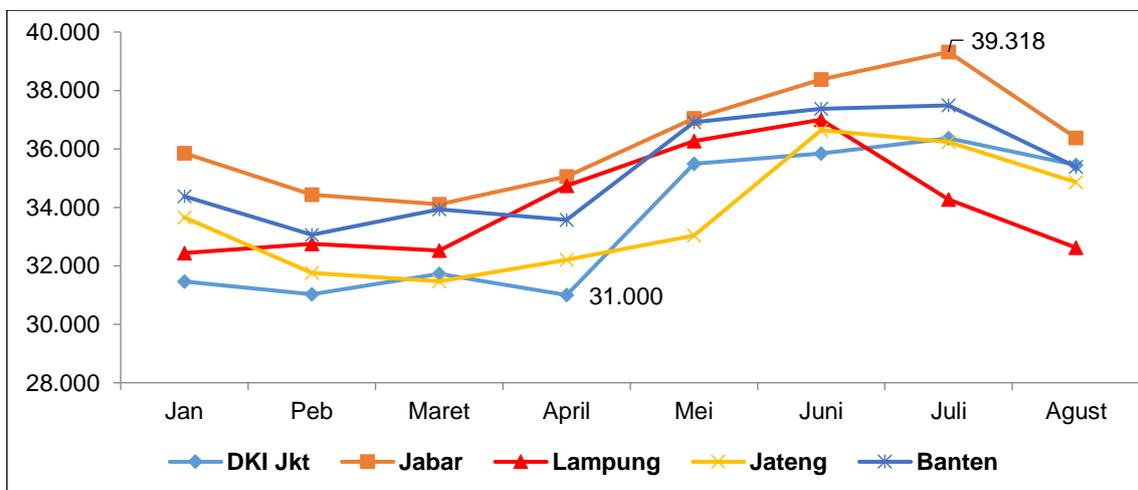
Gambar 7. Perkembangan rata-rata harga ayam (Rp/kgBH) dan daging ayam (Rp/kgBK) di tingkat produsen dan konsumen lingkup nasional, Januari–Juli 2018

Daerah produsen ayam ras pedaging tersebar di daerah Jawa, Sumatera, dan Kalimantan, dengan sentra produksi utama daerah Jawa Barat dan Jawa Timur (Ditjen PKH 2018). Daerah Jawa Barat merupakan daerah sentra produksi yang berdekatan dengan pusat konsumsi, sedangkan daerah Jawa Timur merupakan daerah sentra produksi yang berdekatan daerah sentra produksi bahan baku jagung. Perkembangan harga broiler hidup di daerah sentra yang dekat kawasan pasar utama Jabodetabek dapat dilihat pada Gambar 8. Perkembangan harga broiler hidup hingga bulan Juli 2018 cenderung meningkat, terutama saat jelang puasa dan Lebaran, sekitar bulan Mei dan Juni. Daerah sentra produksi ayam broiler tersebar luas dan sebagian besar ayam

diperdagangkan masih dalam bentuk broiler hidup. Distribusi ayam hidup dalam jarak tempuh yang membutuhkan waktu lama dapat berisiko meningkatkan angka kematian ayam. Namun demikian, dukungan infrastruktur jalan tol, memungkinkan ayam hidup dari Lampung, Jawa Tengah, dan Jawa Timur masuk ke pasar DKI Jakarta dan sekitarnya. Di samping itu, adanya pengembangan *cold storage* untuk ayam beku dan sebagian konsumen Jabodetabek sudah mulai terbiasa mengonsumsi daging ayam beku. Dua kondisi itu, meningkatkan pasokan broiler hidup dan daging ayam ke pasar DKI, sehingga harga eceran daging ayam di pasar DKI bisa lebih murah dari harga ayam di Lampung, Jawa Barat dan Banten (Gambar 9).



Gambar 8. Perkembangan rata-rata harga daging ayam (Rp/kgBH) mingguan di tingkat sentra produsen sekitar Jabodetabek, Jan–Juli 2018



Gambar 9. Perkembangan rata-rata harga eceran daging ayam di DKI Jakarta dan sentra produksi, Januari–Juli 2018

Harga daging ayam ras pada bulan Juli, Agustus, dan September 2018 sudah mulai menurun. Hal tersebut diduga dilakukan pengusaha skala besar dengan cara mengatur volume yang dijual ke pasar hingga harga terus naik mencapai puncak. Pengaturan tersebut dimungkinkan karena pengusaha skala besar di samping menguasai volume produksi, juga memiliki kemampuan menyimpan ayam beku dalam *cold storage*. Saat harga puncak tersebut, sebagian besar broiler hidup dan daging ayam dijual dan akhirnya terjadi kelebihan pasokan, yang kemudian harga menjadi turun. Dalam hal ini, perusahaan besar telah menikmati *profit margin* pada saat harga puncak. Dengan perkataan lain, penurunan harga tersebut disebabkan pasokan broiler hidup dan daging ayam beku dari perusahaan besar ke pasar meningkat. Perusahaan integrator sedang melakukan ekspansi budi daya melalui kandang *close house* budi daya sendiri dan kemitraan usaha, serta mengembangkan Rumah Potong Unggas (RPU) dan *cold storage* dengan kapasitas besar. Kapasitas RPU dan *cold storage* memiliki kapasitas sekitar 20–30%, suatu volume yang cukup besar dalam memengaruhi pasar broiler hidup dan daging ayam.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Kesimpulan

Pelaku rantai pasok pada komoditas broiler hidup dan daging ayam masih cukup panjang, kompleks, dan kurang kompetitif. Posisi dominan dalam penentuan harga pada rantai pasok broiler hidup dan ayam ras pedaging adalah perusahaan integrator dan pedagang pengepul (*broker*). Posisi perusahaan integrator semakin dominan dengan melakukan ekspansi budi daya melalui kandang *close house*, serta mengembangkan Rumah Potong Unggas (RPU) dan *cold storage* dengan kapasitas besar.

Integrasi pasar yang diindikasikan oleh harga broiler di tingkat peternak di daerah sentra produksi di Jawa Barat dan di tingkat pedagang pengecer di Kota Bandung tidak terintegrasi dengan baik, sedangkan kasus di Jawa Timur meskipun tidak terintegrasi tetapi lebih terintegrasi lebih baik. Tidak terjadinya integrasi pasar broiler tersebut disebabkan harga broiler di Jawa Barat saat ini cenderung mengikuti harga posko yang ditentukan PINSAR yang merupakan wadah perusahaan-perusahaan peternakan skala besar dalam penentuan harga bersama. Sementara itu, di Jawa Timur kekuatan

penawaran dan permintaan memiliki pengaruh yang lebih dominan, meskipun harga posko juga memiliki pengaruh terutama jika pasokan kurang. Pembentukan harga broiler hidup di tingkat produsen Jawa Barat sangat ditentukan oleh kekuatan oligopoli yang cenderung berbentuk oligopoli dipimpin perusahaan peternakan skala besar melalui penentuan harga posko oleh PINSAR, sedangkan di Jawa Timur mekanisme pasar memiliki pengaruh yang cukup besar.

Harga daging ayam ras lima tahun terakhir terus meningkat. Pada tahun 2018, rata-rata harga daging ayam lebih tinggi dibandingkan empat tahun sebelumnya dengan fluktuasi harga daging ayam fluktuasi lebih moderat. Harga broiler di tingkat produsen lebih fluktuatif dibandingkan harga daging ayam ras (karkas) di tingkat konsumen. Hal ini terkait bentuk produk dan pelaku usaha. Jika sudah masa panen, produsen tidak bisa menahan penjualan. Produsen ayam ras pedaging umumnya perusahaan inti dari suatu usaha kemitraan dengan jumlah pelaku lebih sedikit (oligopsonistik). Pada tingkat konsumen, pedagang eceran jauh lebih banyak dan produk dapat diolah lebih lanjut menjadi ayam beku dan produk olahan.

Implikasi Kebijakan

Pemangkasan rantai pasok komoditas broiler hidup dan daging ayam dari peternak produsen ke konsumen diyakini dapat meningkatkan harga broiler hidup di tingkat peternak dan menurunkan harga daging ayam di tingkat konsumen. Upaya peningkatan efisiensi rantai pasok daging ayam dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: (a) memotong rantai pasok relevan dilakukan pascapemotongan unggas, karena peran pedagang pengepul (*broker*) sulit tergantikan oleh pelaku usaha lain oleh pemerintah melalui kelembagaan Toko Tani Indonesia (TTI), Rumah Pangan Kita (RPK), dan kelembagaan lain, seperti koperasi sekunder; (b) pengembangan pasar tani produk peternakan, pengembangan program Toko Tani Indonesia (TTI), dan Rumah Pangan Kita (RPK) tidak hanya menyerap produk bahan pangan pokok beras tetapi juga mencakup bahan pokok penting lainnya tercakup produk hasil ternak terutama daging ayam; (c) hilirisasi industri pengolahan produk berbahan baku daging ayam, industri kuliner, serta pengembangan tujuan pasar daging ayam dan produk-produk turunannya.

Integrasi pasar dapat ditingkatkan dengan memperbaiki arus finansial, material, dan informasi dari pusat-pusat pasar konsumsi ke

daerah-daerah sentra produksi peternakan. Perlu mendorong investasi, baik untuk industri hulu maupun hilir, yang melibatkan BUMN, BUMD, PMDN, dan PMA sehingga terjadi iklim persaingan yang kondusif. Kemitraan usaha yang melibatkan peternak kecil perlu terus ditingkatkan, terutama dalam skala kawasan sentra produksi peternakan. Dengan demikian, akan terbangun keterpaduan antarpelaku dan keterpaduan proses produk.

Secara rutin terjadi kenaikan harga produk daging ayam menjelang puasa dan lebaran serta pascalebaran terkait dengan permintaan yang meningkat dan pasokan yang tidak mencukupi. Solusi yang dapat dilakukan adalah meningkatkan peran *cold storage* dan rantai dingin untuk peternak skala menengah dan kelompok peternak mandiri skala kecil. Kebijakan pendukung industri perunggasan melalui pengembangan jagung dan pengaturan impor jagung disesuaikan dengan produksi dan kebutuhan domestik.

Disarankan perlu adanya perubahan atas PP No. 6 Tahun 2013 tentang Pemberdayaan Peternak yang secara substansial harus lebih holistik dan komprehensif dalam mengatur jalannya kemitraan usaha sehingga mampu menstabilkan harga hasil ternak. Pemerintah dan pemerintah daerah harus terlibat dari saat perencanaan kemitraan usaha, mengawasi tentang isi kontrak hingga penandatanganan kontrak, mengawasi jalannya kemitraan di lapang antara perusahaan peternakan skala besar dengan peternak skala kecil, fasilitasi *coldstorage* untuk mengatur pasokan produk ke pasar, serta melakukan monitoring dan evaluasi sehingga mendapatkan umpan balik yang berguna untuk penyempurnaan kemitraan usaha pada masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Dr. Sudi Mardianto, Kepala Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian dalam mendanai kegiatan penelitian analisis kebijakan yang berjudul "Riviu Fluktuasi Harga Telur dan Daging Ayam Ras di Tengah Surplus Produksi". Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada saudara Ir. Fini Murfiani M.Si., Direktur Pengolahan dan Pemasaran Hasil Peternakan yang telah menyediakan data harga harian dan bulanan broiler dan daging ayam serta informasi yang diperlukan untuk kajian ini, dan Eni Sutristiani Lestari sebagai pengolah data yang telah

membantu dalam pengumpulan dan pengolahan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Aho P. 1998. How globalization of agriculture will affect the poultry and livestock industries of Southeast Asia. ASA Technical bulletin. PO 39. Singapore (SG): American Soybean Association.
- Asmarantaka RW. 2009. Pemasaran produk-produk pertanian dalam Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Arifin B. 2016 Feb 2. Membenahi kemelut industri perunggasan. Surat Kabar Harian: Bisnis Indonesia.
- Daryanto A. 2009. Dinamika daya saing industri peternakan. Bogor (ID): IPB Press.
- Daryanto A, Saptana. 2011. Dampak kebijakan Pemerintah DKI di bidang perunggasan terhadap ketersediaan ayam di DKI Jakarta. Anal Kebijakan Pertan. 9(3):219-236.
- Emhar A, Aji JMM, Agustina T. 2014. Analisis rantai pasokan (*supply chain*) daging sapi di Kabupaten Jember. Berkala Ilmiah Pertan. 1(3):53-61.
- Fitriani A, Daryanto HK, Nurmalina R, Susilowati SH. 2014. Struktur, perilaku dan kinerja industri broiler Indonesia: pendekatan model simultan. J Agro Ekon. 32(2):167-186.
- Hermanto, Saptana. 2017. Kebijakan harga beras ditinjau dari dimensi penentu harga. Forum Penelit Agro Ekon. 35(1):31-43.
- Huang Z, Loch A, Findlay C, Wang J. 2017. Adoption of HPAI biosecurity measures: the Chinese broiler industry. J of Integrative Agric. 16(1):181-189.
- Ilham N, Saptana, Purwoto A, Supriyatna Y, Nurasa T. 2015. Kajian pengembangan industri peternakan mendukung peningkatan produksi daging. Laporan Akhir. Bogor (ID): Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Ilham N, Winarso B, Maulana M, Nurasa T. 2017. Kajian efisiensi rantai pasok ayam ras pedaging dan petelur dalam rangka meningkatkan daya saing dan kesejahteraan peternak. Laporan Akhir. Bogor (ID): Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Ilham N, Saptana, Lestari ES. 2018. Riviu fluktuasi harga telur dan daging ayam ras di tengah surplus produksi. Laporan penelitian akhir analisis kebijakan. Laporan Akhir. Bogor (ID): Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Janvier-James AM. 2012. A New introduction to supply chains and supply chain management: definitions and theories Perspective. Int Business Research. 5(1):194-207.
- Kurniawan R, Achmad S, Suparmo. 2000. Kesiapan usaha kecil sektor perunggasan sisi karkas dalam

- menghadapi perkembangan ekonomi mendatang. *J Sosiohumaniora*. 2(3):14-32.
- Mawaddah H, Lubis SN, Emalisa. 2013 Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam broiler di Kota Medan. *J on Social Econ of Agric and Agribus*. 2(8):1-13.
- Marimin, Djatna T, Suharijito, Hidayat S, Utama DN, Astuti R, Martini S. 2013. Teknik dan analisis pengambilan keputusan fuzzy dalam Manajemen Rantai Pasok. Bogor (ID): IPB Press.
- Ministry of Agriculture and Cooperatives Thailand. 2009. Thai agricultural standard (TAS 6901-2009). Bangkok (TH): Ministry of Agriculture and Cooperatives Thailand.
- Mohamed Z, Shamsudin MN, Latif IA. 2013. Measuring competition along the supply chain of the Malaysian poultry industry. In: *Proceeding of the International Conference on Social Science Research*; 2013 Jun 4-5+; Penang, Malaysia. Selangor (MY): WorldConferences.net.
- Muhammad MR, Sumarauw JSB. 2014. Evaluasi kinerja manajemen rantai pasok pada pemasok daging ayam, Jeky PM. *J EMBA*. 2(4):195-202.
- [Puska Dagri Kemendag] Pusat Pengkajian Perdagangan Dalam Negeri. 2014. Analisis outlook unggas 2015-2019. Laporan Ringkas. Jakarta (ID): Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan.
- [Puska Dagri Kemendag] Pusat Pengkajian Perdagangan Dalam Negeri. 2016. Kajian kebijakan persaingan usaha di sektor perunggasan. Laporan Penelitian Akhir. Jakarta (ID): Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan.
- Ravallion M. 1986. Testing market integration. *Am J of Agric Econ*. 68(1):102-109.
- Samuelson PA, Nordhaus WD. 1993. Mikro-ekonomi. Ed. Ke-14. Jakarta (ID): Penerbit Erlangga.
- Saptana, Daryanto A. 2013. Dinamika kemitraan usaha agribisnis berdayasaing dan berkelanjutan. Bogor (ID): Pusat Sosial Ekonomi dan kebijakan Pertanian.
- Saptana, Ilham N. 2017. Manajemen rantai pasok komoditas ternak dan daging sapi. *Anal Kebijak Pertan*. 15(1):83-98.
- Saptana, Saliem HP. 2015. Tinjauan konseptual makro-mikro pemasaran dan implikasinya bagi pembangunan pertanian. *Forum Penelit Agro Ekon*. 38(2):1-18.
- Saptana, Sumaryanto. 2010. Kebijakan antisipatif terhadap Peraturan dan Kebijakan Perunggasan Pemerintah DKI 2010. *Anal Kebijak Pertan*. 7(4): 319-335.
- Saptana, Yofa RD. 2016. Penerapan konsep manajemen rantai pasok pada produk unggas. *Forum Penelit Agro Ekon*. 34(1):143-161.
- Saptana, Maulana, Rahayu R. 2016. Analisis produksi dan pemasaran komoditas broiler di Jawa Barat. *J Manaj & Agribis*. 14(2):152-154.
- Saragih B. 1998. Agribisnis berbasis peternakan: kumpulan pemikiran. Bogor (ID): Pusat Studi Pembangunan, Lembaga Penelitian Institut Pertanian Bogor.
- Simatupang P, Dermoredjo SK. 2003. Produksi domestik bruto, harga, dan kemiskinan: Hipotesis "trickle down" dikaji ulang. *Ekon dan Keuang Indon*. 51(2):191- 324.
- Simatupang P, Muharminto PA, Syam A, Hardono GS, Indraningsih KS, Jamal E, Elizabeth R. 1998. Koordinasi vertikal sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan dalam era globalisasi ekonomi (Kasus Agribisnis Kopi). Bogor (ID): Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.
- Tangenjaya B. 2014. Usaha meningkatkan daya saing perunggasan Indonesia. Memperkuat Daya saing Produk Pertanian. Jakarta (ID): Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Tangendjaja B. 2010. Global competitiveness of poultry production in South East Asia Countries. *Wartazoa*. 20(4):161-171.
- Timmer CP, editor. 1987. Corn Marketing In Indonesia. In: *The corn economy of Indonesia*. Ithaca (NY): Cornell University Press. p. 201-234.
- Tomeck WG, Robinson KL. 1990. Agricultural product prices. 3rd ed. Ithaca (NY): Cornell University Press.