

Analisis Rantai Pasok (*Supply Chain*) Komoditas Ayam Cemani (Studi Kasus Di Pakis, Kota Malang, Jawa Timur)

Cemani Chicken Supply Chain Analysis (Case Study in Pakis, Malang City, East Java)

Alfian Adi Atma^{1*}, Wenny Ladhunka Nur Aliyya², dan Wahyuni³

¹²³ Fakultas Peternakan, Universitas Islam Lamongan, Jl. Veteran No 53A
Corresponding email: alfianadiatma@unisla.ac.id, Whatsapp: +62 812-3252-2309

ABSTRACT

Chicken Cemani is a local Indonesian chicken that has been worldwide. The potential of Cemani chicken is very good, apart from being a chicken used for traditional ceremonies, Cemani chicken has good production potential and has very large export prospects. However, the population is still limited causing many requests that cannot be fulfilled. Maintenance that has not implemented an integrated and traditional supply chain system causes the development of Cemani chicken agribusiness to be slow. The supply chain management system (SCM) is an integrated marketing system that includes the integration of products and actors to provide satisfaction to customers. In the Cemani chicken commodity, the actors and those involved are not clearly known. This study aims to determine the actors involved in the Cemani chicken supply chain and to find out the product flow, as well as the finances contained in the supply chain in Pakis, Malang, East Java. The study was conducted at the Cemani chicken farm in Pakis, Malang, East Java. The location selection was done purposively based on the consideration that the center of the Cemani chicken farm in Indonesia was in Pakis, Malang City, East Java. The research was conducted in November 2020. The research method used is a descriptive survey method. The method of determining respondents is purposive sampling which is based on the supply chain of a farm owned by Mr. Ihsan and Mr. Sigit. Determination of the respondents of traders and consumers in this study was carried out by snowball sampling, namely tracing the supply chain channels of the livestock owned by Mr. Ihsan and Mr. Sigit from traders to consumers in the Java area. Respondents in this study were 2 breeders. The data for product flow obtained were analyzed descriptively while for financial flows were analyzed using margin and efficiency analysis. Based on the results of the study, it is known that the actors in the supply chain of grade I and grade I Cemani chickens are breeders, traders in the city, traders outside the city and consumers. There are three marketing channels in the marketing supply chain for Cemani chicken in Pakis Malang City, namely channel I consisting of Breeders → Traders Outside Malang City → Traders in the City → Consumers. Channel II consists of Farmers → Traders in the City → Consumers and channel III consists of Farmers → Consumers. Sales use online and offline systems. The flow of finance where the selling price is the highest is the out-of-town traders belonging to Mr. Sigit at a price of Rp. 350,000 – Rp. 531,250 / head with the age of 2-5 months. The most efficient marketing channel is that farmers distribute directly to consumers.

Keyword : Products flow, financial flow, local chicken

ABSTRAK

Ayam Cemani merupakan ayam lokal Indonesia yang sudah mendunia. Potensi ayam Cemani yang sangat baik selain sebagai ayam yang digunakan untuk upacara adat, ayam Cemani memiliki potensi produksi yang baik dan memiliki prospek ekspor yang sangat besar. Namun populasi yang masih terbatas menyebabkan banyak permintaan yang belum dapat terpenuhi. Pemeliharaan yang belum menerapkan sistem rantai pasok yang terpadu dan masih tradisional menyebabkan pengembangan agribisnis ayam Cemani yang lambat. Sistem manajemen rantai pasok (SCM) adalah satu kesatuan sistem pemasaran terpadu yang mencakup keterpaduan produk dan pelaku guna memberikan kepuasan pada pelanggan. Pada komoditas ayam Cemani, para pelaku dan yang terlibat belum diketahui secara jelas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaku yang terlibat dalam rantai pasok ayam Cemani dan mengetahui aliran produk, serta keuangan yang terdapat pada rantai pasok di Pakis, Malang, Jawa Timur. Penelitian dilaksanakan di peternakan ayam Cemani di Pakis, Malang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (Purposive) berdasarkan pertimbangan bahwa pusat peternakan ayam Cemani di Indonesia berada di Pakis, Kota Malang, Jawa Timur. Penelitian dilakukan pada Bulan November 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei yang bersifat deskriptif. Metode penentuan responden merupakan purposive sampling dimana berdasarkan rantai pasok dari sebuah peternakan milik Bapak Ihsan dan Bapak Sigit. Penentuan

responden pedagang dan konsumen pada penelitian ini dilakukan dengan snowball sampling yaitu penelusuran saluran rantai pasok peternakan milik Bapak Ihsan dan Bapak Sigit dari pedagang hingga konsumen yang berada di daerah Jawa. Responden dalam penelitian ini yaitu 2 peternak,. Data untuk aliran produk yang didapatkan dianalisis secara deskriptif sedangkan untuk aliran finansial dianalisis menggunakan analisis margin dan efisiensi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelaku dalam rantai pasokan ayam Cemani grade I dan grade I dari Peternak, Pedagang dalam Kota, Pedagang Luar Kota dan Konsumen. Terdapat tiga saluran pemasaran dalam rantai pasok pemasaran pada komoditas ayam Cemani di Pakis Kota Malang yaitu saluran I terdiri dari Peternak → Pedagang Luar Kota Malang → Pedagang dalam Kota → Konsumen. Saluran II yaitu Peternak → Pedagang dalam Kota → Konsumen dan saluran III terdiri dari Peternak → Konsumen. Penjualan menggunakan sistem online dan offline. Aliran Keuangan dimana harga jual paling tinggi yaitu pedagang luar kota milik Bapak Sigit dengan harga Rp. 350.000 – Rp. 531.250 / ekor dengan umur 2-5 bulan. Jalur pemasaran yang paling efisien yaitu peternak langsung menyalurkan kepada konsumen.

Kata kunci: Aliran produk, aliran keuangan, ayam lokal.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keanekaragaman hayati yang begitu beragam, salah satunya dalam hal ayam lokal Indonesia memiliki 31 variasi (galur) atau rumpun (breed) ayam lokal yang telah teridentifikasi (Nataamijaya, 2000). Ayam lokal diketahui memiliki berbagai fungsi salah satunya keanekaragaman hayati yang memiliki peran dalam mempertahankan keberlanjutan ekosistem. Selain untuk memenuhi kebutuhan protein keluarga, ayam lokal juga dapat membantu perekonomian masyarakat pedesaan.

Pengembangan usaha peternakan ayam Cemani tidak dapat terlepas dari keterkaitan dengan jaminan pasar, manajemen produksi dan unsur penunjang lainnya. Unsur penting dalam keberlangsungan usaha ternak ayam Cemani ini salah satunya adalah sistem manajemen rantai pasok (supply chain management) dari hulu sampai hilir yang terpadu. Rantai pasok atau supply chain merupakan suatu konsep dimana terdapat sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi maupun informasi keuangan (Emhar dkk, 2014). Aliran ini sangat penting diidentifikasi terkait banyaknya aspek atau elemen-elemen yang ada dalam rantai pasok guna untuk menjaga kualitas dan ketersediaan produk. Rantai pasok meliputi pelaku- pelaku utama sebagai mata rantai dan stakeholders sebagai penunjang. Pengembangan ayam Cemani selama ini lebih ditujukan untuk ayam hias karena warna dan keunikannya. Selain itu,

kemampuan produksi ayam Cemani sebenarnya dapat dikategorikan tinggi karena memiliki kemampuan bertelur sekitar 215 butir per tahunnya.

Berbasis penjelasan diatas perlu adanya manajemen rantai pasok yang terpadu untuk mengetahui aliran produk dan finansial agar terjalin koordinasi antar pelaku usaha agribisnis yang lebih baik. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pelaku yang terlibat, mengetahui aliran-aliran yang terdapat pada rantai pasok ayam Cemani di Pakis, Kota Malang.

MATERI DAN METODE

Penelitian dilaksanakan di peternakan ayam Cemani Di Pakis, Kota Malang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (Purposive) berdasarkan pertimbangan bahwa pusat peternakan ayam Cemani di Indonesia berada di Pakis, Kota Malang, Jawa Timur. Penelitian dilakukan pada tanggal 2- 30 November 2020. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu menggunakan data berbentuk kata, skema, dan gambar. Menurut Marimin (2013) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode

alamiah. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode survey.

Penentuan Responden

Komoditas yang diteliti adalah komoditas ayam Cemani. Komoditas ini merupakan komoditas unggulan di Pakis, Kota Malang, Jawa Timur. Responden yang diteliti dalam penelitian ini yaitu 2 orang peternak. Metode penentuan responden merupakan purposive sampling dimana berdasarkan rantai pasok dari sebuah peternakan milik Bapak Ihsan dengan kepemilikan jumlah ayam Cemani 140 ekor. dan Bapak Sigit dengan kepemilikan jumlah ayam Cemani 190 ekor. Bapak Ihsan dan Bapak Sigit sering menjuarai kontes dan sering dijadikan narasumber oleh peternak lainnya karena merupakan pioneer pelestari ayam Cemani yang ada di Pakis kota Malang. Penentuan responden pedagang dan konsumen pada penelitian ini dilakukan dengan snowball sampling yaitu penelusuran saluran rantai pasok peternakan milik Bapak Ihsan dan Bapak Sigit dari pedagang hingga konsumen yang berada di daerah Jawa.

Pengumpulan Data

Data yang digunakan untuk mengetahui pelaku dan aliran rantai pasok ayam Cemani yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diambil berdasarkan informasi dari peternak, yang diperoleh melalui wawancara, kuesioner dan pengamatan langsung di lapangan. Sedangkan data sekunder diambil berdasarkan data-data dari peternak, internet dan literatur yang relevan untuk penelitian ini.

Analisis Data

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaku yang terlibat pada rantai pasok ayam Cemani dilakukan analisis deskriptif.
2. Untuk mengetahui aliran yang terdapat pada rantai pasok yaitu aliran produk dan finansial dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan untuk analisis finansial ditambah dengan analisis margin.

Analisis Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran diperlukan untuk melihat efisiensi pemasaran ayam Cemani. Marjin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap lembaga pemasaran. Besarnya marjin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Rumus yang digunakan untuk menghitung margin sebagai berikut:

$$M_i = H_{ji} - H_{bi}$$

Keterangan :

M_i = Marjin tataniaga pada pasar tingkat ke-i

H_{ji} = Harga penjualan ayam Cemani pada pasar tingkat ke-i

H_{bi} = Harga pembelian ayam Cemani pada pasar tingkat ke-i

$$i = 1, 2, 3, \dots, n$$

Efisiensi Pemasaran

Pemasaran yang efisien sangat berperan penting untuk meningkatkan pendapatan peternak yang akan berpengaruh terhadap kenaikan produksi (Kumar, 2014).

Efisiensi pemasaran dihitung menggunakan metode Shepherd:

$$ME = (V/I) - 1,$$

V = harga ayam Cemani di tingkat konsumen (per ekor) dan

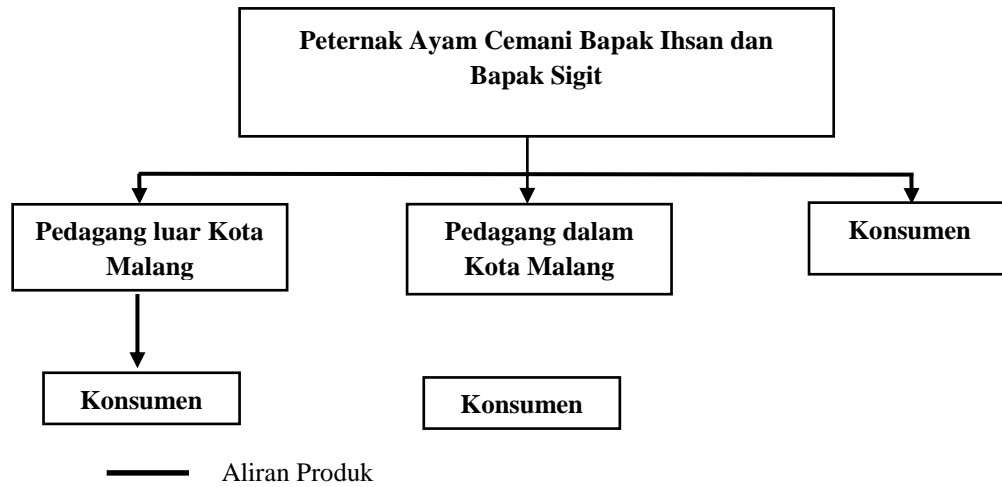
I = total marketing cost (Sejati, 2013).

HASIL PEMBAHASAN

Sistem Rantai Pasok Ayam Cemani

Sistem rantai pasok ayam Cemani di Peternakan Bapak Ihsan dan Bapak Sigit, di Pakis Kota Malang memiliki tiga jalur pemasaran. Produk yang dipasarkan pada rantai pasok ayam Cemani berupa ayam Cemani dengan berbagai jenis dan umur. Saluran I merupakan pemasaran yang hanya melibatkan pedagang luar kota lalu ke konsumen. Saluran II melibatkan pedagang dalam kota lalu diteruskan oleh pedagang luar kota kepada konsumen. Saluran III tidak melibatkan pedagang perantara, dimana peternak langsung menjual kepada konsumen.

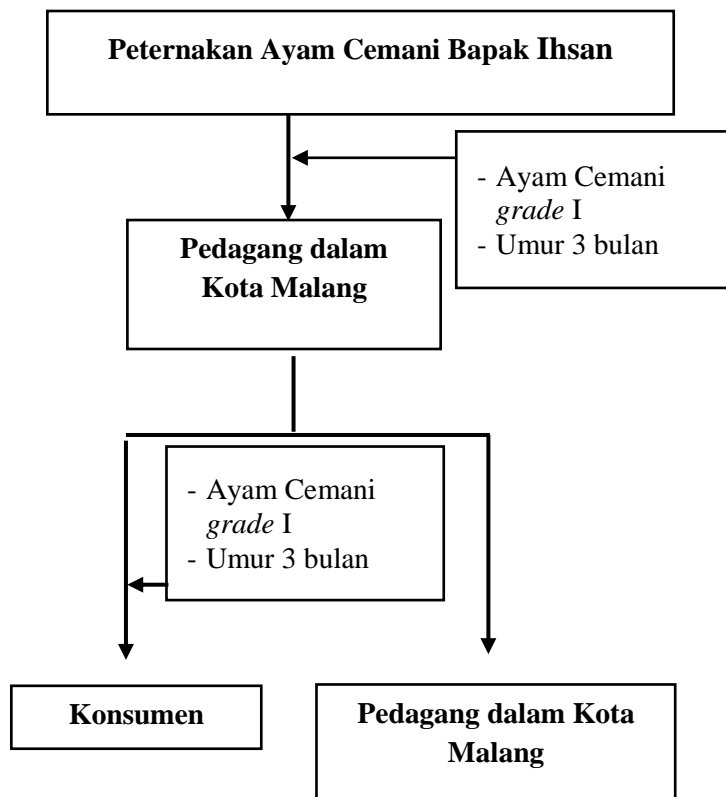
Rainer, Kelly, dan Cegielski (2011) rantai pasok, antara lain, aliran produk dan menjelaskan bahwa terdapat dua aliran dalam aliran keuangan



Gambar 1. Rantai Pasok Ayam Cemani

Aliran Produk On Farm Ihsan

Aliran produk ayam Cemani dari peternakan ke pedagang dalam kota, luar kota maupun konsumen dapat dilihat pada gambar 2.

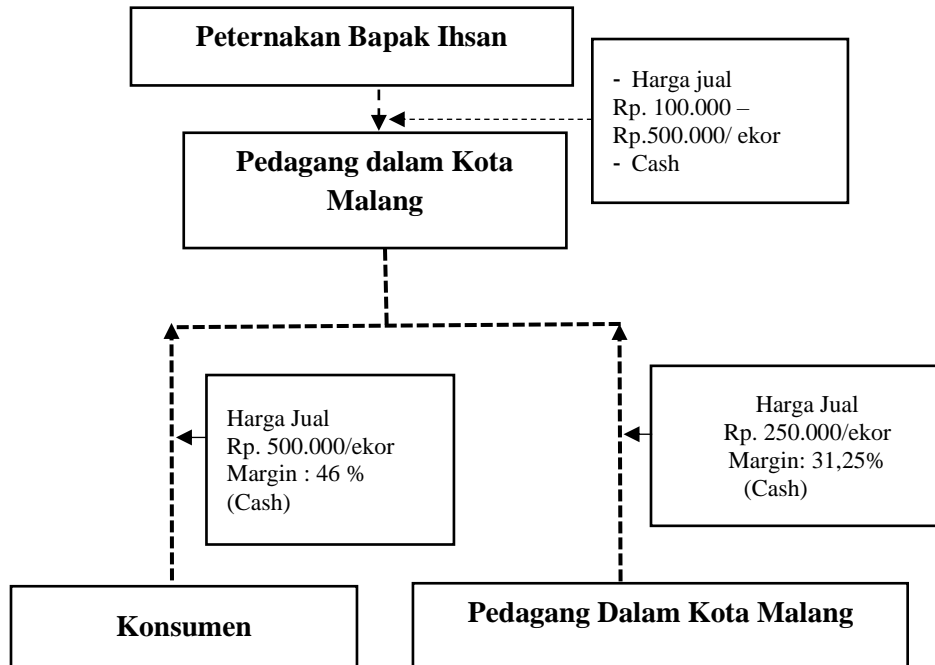


Gambar 2. Aliran Saluran II pedagang dalam Kota dan Konsumen

Peternak: Pada peternak dalam penelitian ini yaitu Bapak Ihsan memelihara ayam Cemani umur 3 bulan dengan satu macam grade yaitu Postur Tubuh Sangat Baik, Warna Lidah Hitam, dan Warna Kulit Hitam (Wawancara 27 November 2020).

1.2 Aliran Keuangan On Farm Ihsan

Aliran keuangan yang mengalir dari konsumen maupun pedagang luar kota ke pedagang ayam Cemani dalam Kota Temanggung meliputi harga dan margin pemasaran dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Aliran keuangan pedagang dalam Kota dan Konsumen

Aliran keuangan merupakan perpindahan uang yang mengalir dari hilir ke hulu. Aliran keuangan mengalir dari konsumen ke pedagang lalu ke peternak. Sistem

pembayaran yang dilakukan oleh konsumen pedagang dalam kota adalah sistem cash dikarenakan konsumen langsung datang ke kios milik pedagang.

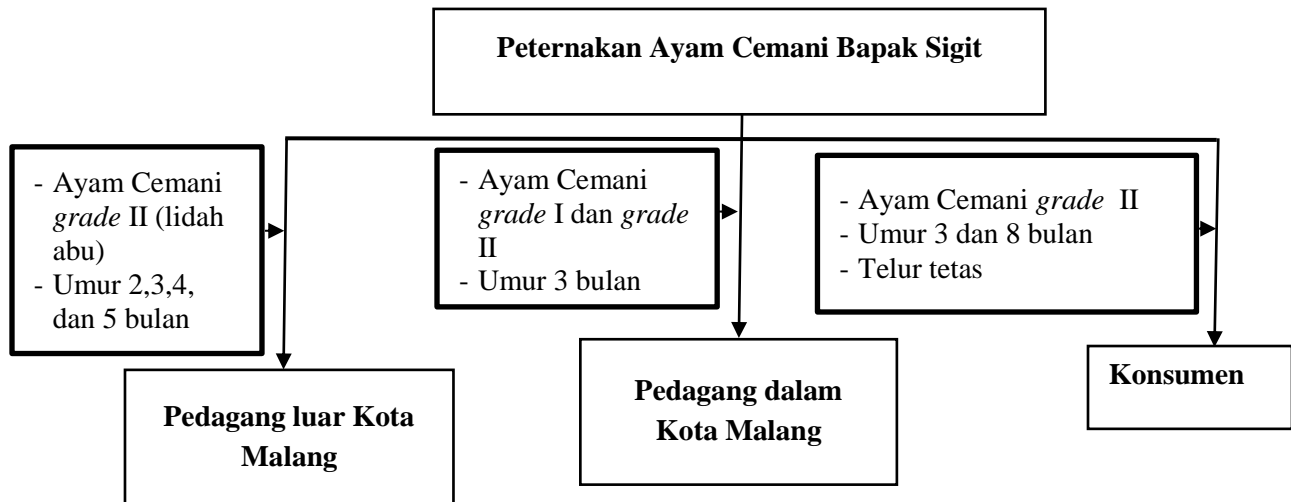
Tabel 1. Biaya produksi dan Keuntungan ayam Cemani peternakan Bapak Ihsan

Biaya Produksi Ayam Cemani dari peternakan Bapak Nur	Rp./Farm/ Bulan	Persentase (%)
I. Penerimaan		
Penjualan ayam Cemani	5.950.000	100
Total pemasukan	5.950.000	100
Biaya Produksi		
II. Biaya tetap		
	2.809.166	21,96
III. Biaya Variabel		
	1.430.796	18,04
IV. Total Biaya Produksi	4.239.962	100
V. Keuntungan	1.710.038	100

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Aliran Produk On Farm Sigit

Aliran produk ayam Cemani dari peternakan ke pedagang dalam kota, luar kota maupun konsumen dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Aliran produk Saluran I pedagang dalam kota, Luar kota, dan konsumen.

Peternak: Peternak dalam penelitian ini yaitu Bapak Sigit memelihara ayam Cemani berbagai umur dari DOC sampai Indukan

dengan dua macam *grade*. Berikut adalah ciri-ciri *grade* I dan II menurut Bapak Sigit:

Tabel 2. Perbedaan ayam Cemani grade I dan grade II

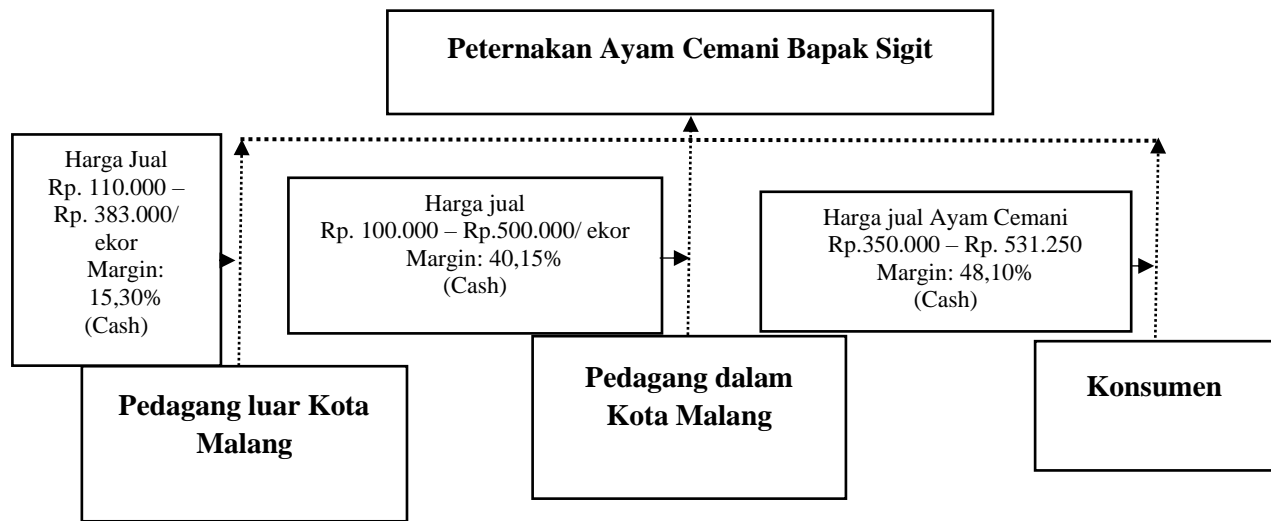
<i>Grade I</i>	<i>Grade II</i>
Postur Tubuh Sangat Baik	Postur Tubuh Baik
Warna Lidah Hitam	Warna Lidah Abu-abu
Warna Kulit Hitam	Warna Kulit Hitam namun ada bagian tubuh yang berwarna kurang hitam

(Wawancara 27 November 2020)

Ayam Cemani *grade* I memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan ayam Cemani dengan *grade* II. Hal ini dikarenakan untuk mendapatkan ayam Cemani dengan lidah hitam sangatlah sulit.

Aliran Keuangan On Farm Sigit

Aliran keuangan yang mengalir dari pedagang luar kota, dalam kota dan konsumen ke peternak ayam Cemani meliputi harga dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Aliran keuangan pedagang luar Kota, dalam Kota, dan Konsumen

Pembayaran untuk pedagang dan konsumen yang datang ke peternakan Bapak Sigit dilakukan secara *cash and carry*, pembayaran dilakukan dan barang dapat dibawa oleh konsumen. Sedangkan untuk pedagang dan konsumen yang berada diluar

kota pembayaran dilakukan di muka melalui transfer, setelah pembayaran diterima ayam Cemani dapat dikirim. Pembayaran untuk pedagang luar kota dan konsumen luar kota adalah harga ayam Cemani ditambah dengan biaya kirim sesuai jasa yang digunakan.

Tabel 3. Biaya produksi dan Keuntungan ayam Cemani peternakan Bapak Sigit

Biaya produksi Ayam Cemani dari Peternakan Bapak Singgih	Biaya (Rp./bulan)	Persentase (%)
Biaya Tetap	511.111	21,03
Biaya Variabel	1.919.125	78,96
Total Biaya Produksi	2.430.236	100
Total Pemasukan	5.250.000	100
Keuntungan	2.819.764	100

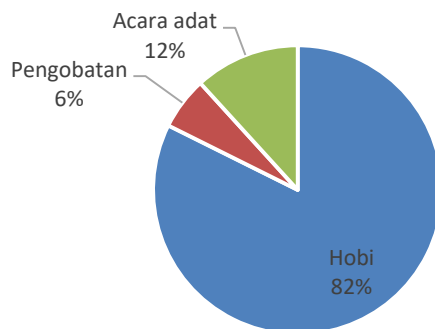
Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Karakteristik Konsumen

Pembeli akhir ayam Cemani yang langsung membeli kepada Bapak Ihsan dan Bapak Sigit maupun para pedagang perantara dalam dan

luar Kota Malang memiliki berbagai macam tujuan pembelian ayam Cemani.

Tujuan Pembelian Ayam Cemani



Gambar 6. Tujuan Pembelian Ayam Cemani

Berdasarkan diagram diatas bahwa sebanyak 82% membeli ayam Cemani untuk dipelihara sebagai ayam hias atau hobi. Maraknya acara pameran ayam hias maupun komunitas-komunitas yang mengadakan acara perlombaan di berbagai daerah membuat masyarakat yang belum mengenal ayam Cemani menjadi tau dan akhirnya tertarik. Ayam Cemani yang memiliki warna hitam diseluruh tubuhnya membuat keunikan tersendiri dibanding dengan ayam yang lain. Semakin hitam warna yang dimiliki, keunikan bulu dan jengger ayam Cemani, semakin mahal pula harga ayam tersebut

KESIMPULAN

1. Pelaku dalam rantai pasokan ayam Cemani antara lain pemasok, peternak, pedagang dalam Kota Temanggung, pedagang luar Kota Temanggung dan Konsumen.
2. Rantai pasokan ayam Cemani memiliki 2 aliran yaitu:
 1. Aliran produk dalam rantai pasok meliputi, ayam Cemani *grade I*, *grade II*, dari peternak ke pedagang hingga konsumen.
 2. Aliran Keuangan mengenai pembelian pedagang luar kota milik Bapak Sigit dengan harga jual paling tinggi yaitu Rp. 350.000 – Rp. 531.250 /ekor dengan umur 2-5 bulan. Jalur pemasaran yang paling

efisien yaitu saluran III dimana peternak langsung menyalurkan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Emhar, A., Joni M.M.A., dan Titin A., 2014. Analisis Rantai Pasokan (Supply chain) Daging Sapi di Kabupaten Jember. *Berkala Ilmiah PERTANIAN*. Volume 1 (3): 53-61.
- Marimin dan Magfiroh, 2013. *Manajemen Rantai Pasok, Teknik dan Analisis Pengambilan Keputusan Fuzzy*. Bogor: IPB Press.
- Nataamijaya, AG. 2000. The native of chicken of Indonesia. *Buletin Plasma Nutfah* Volume 6(1): 1-11.
- Rainer, J, R. Kelly., Cegielski, Casey G., 2011. *Introduction to Information Systems. Third Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sejati, W. Dan Saptana. 2013. *Analisis Manajemen Rantai Pasok Ayam Kampung Pedaging: Studi Kasus di Provinsi Jawa Barat Dan Jawa Timur*. Prosiding Libang Pertanian. Vol 2 (3): 361-381.