

**PERILAKU PETERNAK AYAM BROILER DALAM  
PEMBELIAN PAKAN AYAM RAS PEDAGING  
DI KECAMATAN KURANJI**

**SKRIPSI**

Oleh :

**METTI ANGGOLA**

03 164 066



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2009**



# PERILAKU PETERNAK AYAM BROILER DALAM PEMBELIAN PAKAN AYAM RAS PEDAGING DI KECAMATAN KURANJI

Metti Anggola, dibawah bimbingan Ir. Ismet Iskandar, MS dan Rahmi Wati, SPt, MSi  
Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Jurusan Produksi Ternak  
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2009.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Kuranji, Kota Padang mulai tanggal 5 Oktober sampai 5 November 2008. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen dan karakteristik pembelian pakan ayam ras pedaging, serta untuk mengetahui persepsi peternak terhadap pakan ayam ras pedaging di Kecamatan Kuranji. Metode penelitian yang dipakai adalah metode survei, yaitu dengan wawancara langsung, dengan menggunakan kuisioner, terhadap peternak ayam ras pedaging. Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa dari 36 peternak yang dijadikan responden penelitian, dapat dilihat karakteristik peternak yang meliputi umur sebagian besar peternak berumur 36-55 tahun sebanyak 20 orang (55,55%), dan sebanyak 29 orang (80,5%) berjenis kelamin laki-laki. Tingkat pendidikan peternak sebanyak 17 orang (47,2%) berpendidikan SLTA/ sederajat dan jika dilihat dari skala usaha peternak sebanyak 20 orang (55,5%) 1000-2000 ekor. Lama usaha peternak sebanyak 31 orang peternak sudah menjalankan usaha mereka >5 tahun. Jika dilihat karakteristik pembelian konsumen (peternak) ayam ras pedaging peternak di Kecamatan Kuranji adalah 36 orang peternak sebagian besar 72,2 % menggunakan pakan dari PT. Charoen Pok Phan, dan 27,8 % menggunakan pakan dari PT. Japfa Comfeed. Skala usaha peternak di Kecamatan Kuranji relatif kecil, sebagian besar peternak 58,4% (21 Orang) membutuhkan pakan perbulannya < 50 karung (2500kg). Untuk frekuensi pembelian, sebesar 50% (18 orang) peternak melakukan pembelian 3-4 kali perbulannya atau dapat disimpulkan bahwa peternak melakukan pembelian pakan setiap minggunya. Persepsi peternak terhadap harga pembelian pakan adalah biasa dengan skor rata-rata 49,2. Dan untuk potongan harga pakan persepsi peternak juga biasa dengan skor rata-rata 58,2. Sedangkan persepsi peternak terhadap label merek pakan adalah buruk dengan skor rata-rata 40. Hal ini disebabkan karena peternak tidak begitu mementingkan tampilan merek tersebut, Peternak lebih mementingkan pencantuman komposisi dan nilai gizi pakan, hal ini dapat dilihat dari respon baik peternak dengan skor rata-rata 65,6. Secara umum persepsi peternak terhadap pakan ayam ras pedaging adalah biasa dengan total rata-rata 42,6.

Kata kunci: Perilaku, peternak usaha ayam ras pedaging, Pembelian pakan

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Usaha peternakan ayam ras pedaging dalam perkembangannya di Kota Padang cukup pesat. Ayam ras pedaging merupakan salah satu ternak yang banyak terdapat di Kecamatan Kuranji. Menurut data BPS tahun 2007, populasi ternak ayam ras pedaging dari tahun 2003-2007 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Populasi Ayam Ras Pedaging di Kecamatan Kuranji tahun 2007.

No	Tahun	Populasi ayam ras pedaging (ekor)
1	2003	613.200
2	2004	655.000
3	2005	613.000
4	2006	914.000
5	2007	921.315

Sumber: BPS Sumbar 2007

Banyaknya populasi ayam ras pedaging di pengaruhi oleh banyak faktor termasuk faktor-faktor produksi, salah satu faktor produksi pada peternakan ayam ras pedaging yang mempunyai peranan yang cukup penting adalah pakan. Pakan yang baik dapat mempengaruhi jumlah dan kualitas produksi. Pemilihan jenis produk makanan yang sesuai dengan jenis usaha peternakan yang dikelola serta ditunjang dengan harga yang ekonomis (terjangkau oleh peternak) merupakan suatu faktor yang harus diperhatikan didalam usaha peternakan ayam ras pedaging.

Kecamatan Kuranji merupakan salah satu daerah yang terdapat cukup banyak distributor pakan ayam ras pedaging. Biasanya jenis pakan ayam yang ditawarkan oleh distributor hanya satu atau dua merek saja, sebagai contoh Mega



Mulia Poultry Shop yang merupakan Poultry Shop yang paling besar di Kecamatan Kuranji, jenis pakan yang ditawarkan oleh Mega Mulia Poultry Shop berasal dari PT. Charoen PokPhan dan PT. Japfa Comfeed, Jumardi Poultry Shop menawarkan atau menjual pakan yang dihasilkan oleh PT. Malbar dan Shimponi Poultry Shop menawarkan pakan yang berasal dari PT. Charoen PokPhan.

Semakin berkembangnya usaha Poultry Shop akan mengakibatkan Persaingan yang sangat ketat, terutama dalam memasarkan produk yang dilakukan secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan perusahaan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Pemasaran adalah bagian yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha, serta merupakan hal yang sangat penting artinya dalam menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Dalam pemasaran dikenal konsep bauran pemasaran yang terdiri dari 4P, yaitu *Product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat). Keempat variabel ini saling terkait dan akan mempengaruhi keberhasilan program pemasaran.

Perilaku peternak merupakan hal yang penting yang harus diketahui para distributor pakan ayam ras pedaging untuk mencari pasar dalam mencapai keberhasilan didalam pemasaran. Karena pada saat sekarang ini persaingan dalam pemasaran tidak bisa dihindarkan, mengingat banyaknya produk pakan yang diproduksi pabrik pakan ayam dan jumlah distributor pakan ayam semakin banyak.

Dengan pengelolaannya distributor ini terus berusaha dalam meningkatkan pangsa pasarnya. Sehingga distributor ini perlu mengarahkan produknya secara

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen (Peternak) ayam ras pedaging di Kecamatan Kuranji adalah sebanyak 36 peternak sebagian besar 20 orang (55,55%) berumur 36-55 tahun. Sebanyak 29 orang (80,5%) berjenis kelamin laki-laki. Jika dilihat dari tingkat pendidikan konsumen (peternak) sebanyak 17 orang (47,2%) berpendidikan SLTA/ sederajat. Jika dilihat dari skala usaha peternak sebanyak 20 orang (55,5%) peternak memiliki ternak berjumlah 1000-2000 ekor. Begitu juga dengan lama usaha yang mereka jalani sebanyak 31 orang (86,1%) peternak sudah menjalankan usaha >5 tahun. Karakteristik pembelian konsumen (peternak) terhadap pakan ayam ras pedaging di Kecamatan Kuranji adalah 36 orang peternak, sebanyak (72,2%) menggunakan pakan dari PT Charoen PokPhand. . Jika dipersentasekan berdasarkan tahun, sebanyak 50% peternak sudah menggunakan pakan selama >5 tahun. Untuk jumlah pembelian perbulannya, sebesar 58,4% peternak menggunakan pakan sebanyak <50 karung (2500 kg). Dan untuk frekuensi pembelian, sebesar 50 % Peternak melakukan pembelian 3-4 kali sebulan, dapat dikatakan juga mereka melakukan pembelian pakan setiap minggunya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2003. Meningkatkan Produktivitas Ayam Ras Petelur. PT. Agromedia. Jakarta.
- Anggoradi, R. 1979. Kemajuan Mutakhir dalam Ilmu Makanan Ternak Unggas. Indonesia Universitas Press. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2007. Kecamatan Kuranji dalam Angka 2007. Badan Pusat Statistik Sumatra Barat. Padang
- \_\_\_\_\_ 2007. Padang dalam Angka 2007. Badan Pusat Statistik Sumatra Barat. Padang.
- Bloom, PN dan Loise. N. B. 2006. Strategi Pemasaran Produk. Prestasi Pustaka Publisher. Jakarta.
- Cahyono, B. 2004. Ayam Buras Pedaging. Penebar Swadaya. Jakarta..
- Engel, J. F.,R. D. Blackwell dan D. W, Minard. 1994. Perilaku Konsumen, Jilid 1. Bina Rupa Aksara. Jakarta.
- Ichwan, M. 2004. Membuat Pakan Ayam Ras Pedaging . PT Agromedia. Jakarta.
- Kotler, P. 1994. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian, Jilid 1, Terjemahan Jaka Wasana. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 1996. Manajemen Pemasaran: Analisa Implementasi dan Pengendalian, Jilid 2, Edisi Keenam, Terjemahan Jaka Wasana. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P, dan G. Armstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Terjemahan Damos Sihombing. Erlangga. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium, Terjemahan H. Teguh dan R.A Rusli. Prenhallindo. Jakarta.
- Mulyana, D. 2002. Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. PT. Remaja Rosdakarya Offset. Bandung.
- Prawirokusumo, S. 1990. Ilmu Usaha Tani. Balai Penelitian Fakultas Ekonomi, Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1991. Memelihara Ayam Buras. Kanisius. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_ 2005. Beternak Ayam Petelur. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Santoso, S. 2002. SPSS Non Parametrik. PT. Elek Media Computindo. Jakarta.