

**ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN TERNAK KELINCI**  
**(Studi Kasus : Desa Gundaling II dan Desa Sempajaya, Kecamatan Berastagi,**  
**Kabupaten Karo)**

**Dendy Trifonius Adrianto**

**Program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara**

**Jl. Prof. A. Sofyan No. 3 Medan**

**Hp: 081370542345**

**Abstrak**

Penelitian usaha dan pemasaran ternak kelinci dilakukan untuk menjelaskan sistem pengelolaan usaha ternak kelinci, produktivitas dan faktor-faktor yang mempengaruhi produksi serta menganalisis pendapatan dan kelayakan usaha dan pemasaran ternak kelinci di Kelurahan Gundaling II dan Desa Sempajaya Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo. Daerah penelitian di tentukan secara metode *purposive* (sengaja). Metode penentuan dan penarikan sampel yang digunakan adalah *Metode Purposive Sampling*, yaitu 20 peternak seluruhnya dijadikan sampel dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Metode analisis data digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis fungsi *Coubb Douglass*, analisis pendapatan dan kelayakan serta analisis pemasaran yaitu saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem pengelolaan usaha ternak kelinci ini sudah sesuai dengan anjuran Dinas Peternakan dan literatur yang ada. Produktivitas ternak kelinci pada daerah penelitian masih tergolong rendah yaitu rata-rata 6 ekor per indukan dimana faktor-faktor yang mempengaruhi produksi ternak kelinci yaitu Induk, obat-obatan dan tenaga kerja sbesar 96%. Rata-rata pendapatan peternak pada usaha ini yaitu Rp. 3.986.760. Hasil analisis kelayakan usaha ternak kelinci di daerah penelitian menunjukkan bahwa usaha ternak kelinci di daerah penelitian layak diusahakan. Untuk hasil analisis efisiensi pemasaran di daerah penelitian, menunjukkan bahwa usaha ternak kelinci di daerah penelitian belum efisien.

Kata Kunci : Kelinci, Faktor Produksi, Kelayakan, Pemasaran

**ABSTRACT**

*The research on rabbit raising business and marketing was aimed to explain the system of doing rabbit raising business, its productivity, and other factors which influenced its production and to analyze the income and the feasibility of rabbit raising business and marketing at Kelurahan Gundaling II and at Sempajaya*

*Village, Berastagi Subdistrict, Karo District. The research area was determined by using purposive method. The samples of the research consisted of 20 rabbit raisers, using purposive sampling technique. The data consisted of primary and secondary data and were analyzed descriptively by using Cobb Douglas function analysis, income and feasibility analysis, and marketing analysis (marketing path and marketing efficiency). The result of the research showed that the system of doing rabbit raising business was in line with the suggestion of the Agriculture Office and the prevailing literature. The productivity of rabbits at the research area was low; it was at the average of six rabbits per mother rabbit. Some factors which influenced the production of rabbits were mother rabbits, medicines, and manpower (96%). The average income of rabbit raisers at the research area was Rp. 3,986.760. The result of feasibility analysis for rabbit raising business at the research area showed that rabbit raising business at the research area was feasible. The result of marketing efficiency at the research area showed that rabbit raising business at the research area was inefficient.*

*Keywords: Rabbit, Production Factor, Feasibility, Marketing*

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia ternak kelinci mempunyai kemampuan kompetitif untuk bersaing dengan sumber daging lain dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia (kebutuhan gizi) dan merupakan alternatif penyedia daging yang perlu dipertimbangkan di masa yang akan datang. Daging kelinci merupakan salah satu daging yang berkualitas baik dan layak dikonsumsi (Dwiyanto, *et al.*, 1995).

Peningkatan jumlah penduduk selalu diikuti dengan meningkatnya kebutuhan pangan. Efisiensi produksi dan upaya menghasilkan produk bermutu merupakan sebagian dari tantangan yang harus dihadapi para peternak kelinci. Potensi utama ternak kelinci dalam agribisnis bisa dilihat dari kemampuannya untuk tumbuh dan berkembang biak dengan cepat (Masanto dan Agus, 2010).

Kecamatan Berastagi merupakan sentra peternakan kelinci di Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Pada Kecamatan ini terdapat 2 desa yaitu Desa / Kelurahan Gundaling II dan Sempajaya yang menekuni kegiatan usaha ternak kelinci. Sampai saat ini semakin bertambah jumlah peternak yang mulai menekuni usaha

ternak kelinci tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semakin berkembangnya minat para peternak yang didukung oleh peluang pasar yang masih sangat terbuka. Oleh karena itu peneliti merasa tertarik melakukan penelitian terhadap usaha ternak maupun hias ini dengan fokus dan perhatian pada aspek pengelolaan usaha, aspek pendapatan, kelayakan dan pemasarannya.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dirumuskan permasalahan utama dalam bentuk pertanyaan penelitian (*research question*) sebagai berikut:

- Bagaimana sistem pengelolaan usaha ternak kelinci di daerah penelitian?
- Bagaimana produktivitas ternak kelinci di daerah penelitian dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi produksi ternak kelinci di daerah penelitian tersebut?
- Bagaimana pendapatan dan kelayakan usaha ternak kelinci di daerah penelitian?
- Bagaimana pemasaran ternak kelinci di daerah penelitian?

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penentuan Daerah Penelitian**

Daerah penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo, karena merupakan salah satu sentra produksi ternak kelinci di Kabupaten Karo. Lokasi penelitian ditentukan pada daerah yang membudidayakan ternak kelinci dengan populasi lebih dari 100 ekor yaitu Kelurahan Gundaling II dan Desa Sempajaya di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo.

### **Metode Penentuan Sampel**

Populasi dalam penelitian berjumlah 20 orang. Metode penarikan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling* dengan aturan, besarnya sampel dalam metode analisis faktor paling sedikit empat atau lima kali banyaknya variabel (Supranto, 2004).

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari peternak kelinci di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo dengan wawancara langsung kepada responden, sedangkan data

sekunder diperoleh dari instansi dan dinas yang terkait dengan penelitian ini serta literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **Metode Analisis Data**

Data yang dikumpulkan dengan melakukan tabulasi, kemudian dibuat hipotesis yang diuji dengan metode analisis yang sesuai dengan hipotesis tersebut.

Identifikasi masalah pertama (1), di analisis menggunakan metode deskriptif, yaitu membandingkan sistem pengelolaan usaha ternak kelinci di daerah penelitian dengan anjuran dinas secara teknis atau menurut literatur yang ada.

Untuk identifikasi masalah yang kedua (2), dianalisis dengan menggunakan fungsi *Cobb Douglass*. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan faktor-faktor produksi ternak kelinci terhadap produksi anakan kelinci, yaitu:

$$Y = aX_1^{b_1} \cdot X_2^{b_2} \cdot X_3^{b_3} \cdot X_4^{b_4}$$

Dimana :

Y	= Produksi (ekor)
X <sub>1</sub>	= Indukan (ekor)
X <sub>2</sub>	= Pakan (Kg)
X <sub>3</sub>	= Obat-obatan (ml)
X <sub>4</sub>	= Tenaga kerja (HKO)
a	= Konstanta
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub> dan b <sub>4</sub>	= Koefisien Regresi

Untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel faktor produksi ternak kelinci terhadap produksi maka faktor-faktor produksi tersebut diestimasi ke dalam model berikut dan selanjutnya dianalisis dengan analisis regresi linier berganda.

$$\ln Y = \ln a + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + \mu$$

Nilai-nilai parameter dari persamaan tersebut diselesaikan dengan menggunakan Metode Kuadrat Terkecil atau *Ordinary Least Square* (OLS) dengan alat bantu SPSS.

Untuk identifikasi masalah yang ketiga (3) metode analisis data yang dipergunakan yaitu rumus analisis pendapatan dan kelayakan. Untuk analisis pendapatan usaha, digunakan rumus:

$$Pd = TR - TC$$

Dimana :	Pd	=	Pendapatan usaha ternak (Rp)
	TR	=	Total Penerimaan (Rp)
	TC	=	Total Biaya (Rp)

Untuk kelayakan usaha ternak kelinci dianalisis dengan menggunakan metode

analisis *Return Cost Ratio* (Rasio R/C) dan *Break event Point* (BEP). Analisis *Return Cost Ratio* atau yang dikenal dengan perbandingan (nisbah) antara penerimaan dengan biaya, secara matematis dapat dituliskan :

$$\begin{aligned} a &= R/C \\ R &= P_y \cdot Y \\ C &= FC + VC \\ \{a &= (P_y \cdot Y)/(FC + VC)\} \end{aligned}$$

Keterangan :

R = Penerimaan (Rp)  
 C = Biaya (Rp)  
 P<sub>y</sub> = Harga Output (Rp)  
 Y = Output (Kg)  
 FC = Biaya Tetap (Rp)  
 VC = Biaya Variabel (Rp)

Kriteria Uji : - R/C > 1 maka usaha ternak layak diusahakan  
 - R/C = 1 maka usaha ternak berada di titik impas  
 - R/C < 1 maka usaha ternak tidak layak diusahakan

Untuk melihat titik impas atau *Break Even Point* (BEP) pada tingkat produksi dan harga pada usaha ternak kelinci dapat di hitung dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{BEP Produksi} &= \frac{\text{Total Biaya (TC)}}{\text{Harga Penjualan (Py)}} \\ \text{BEP Harga} &= \frac{\text{Total Biaya (TC)}}{\text{Harga Produksi (y)}} \end{aligned}$$

Dimana:

BEP Produksi = Titik impas produksi (Kg)  
 BEP Harga = Titik impas harga (Rp)  
 TC = Total biaya (Rp)  
 P<sub>y</sub> = Harga penjualan (Rp)  
 Q atau y = Jumlah ternak kelinci yang diproduksi (Kg)

(Fauzi, 2002).

Untuk identifikasi masalah yang keempat (4) dianalisis dengan metode analisis deskriptif yaitu mengamati saluran tataniaga ternak kelinci, kedua dianalisis dengan melihat margin pemasaran setiap pedagang perantara:

$$\begin{aligned} \text{MP} &= \text{Pr} - \text{Pf} \text{ atau} \\ \text{MP} &= \sum_{i=1}^m B_i + \sum_{i=1}^m K_i \end{aligned}$$

Keterangan: **MP** = Margin Pemasaran  
**Pr** = Harga ditingkat pengecer (Rp)  
**Pf** = Harga ditingkat produsen (Rp)  
 m

$\sum_{i=1} Bi$  = Jumlah biaya tiap lembaga ke- $i$

$\sum_{i=1}^m Ki$  = Jumlah keuntungan tiap lembaga perantara ke- $i$

(Sihombing, 2010).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Tata Laksana Pengelolaan Usaha Ternak Kelinci di Daerah Penelitian**

Tata laksana pengelolaan usaha ternak kelinci yang diterapkan peternak yaitu :

#### **Pembuatan Kandang**

Pada daerah penelitian, suasana kandang tergolong tenang dan jauh dari jalan raya, lingkungan kandang tidak lembab, sudut kandang kelinci dipagari dengan tumbuhan ataupun seng agar aman dari jangkauan hewan predator.

#### **Reproduksi dan Perkawinan**

Prosesi perkawinan kelinci di daerah penelitian diawali dengan mempersiapkan indukan dan pejantan berumur antara 6 – 8 bulan. Peternak sampel biasanya mengawinkan 1 ekor pejantan dengan 8 – 10 ekor betina. Proses perkawinan biasanya dilakukan pada pagi hari (jam 6 - 8) dan sore hari (jam 4 – 6).

#### **Penanganan Masa Sebelum dan Sesudah Kehamilan**

Kelinci mengalami proses kehamilan selama 28 – 30 hari. Selama masa tersebut, peternak sampel akan memperhatikan secara fokus dalam hal pemberian pakan yang cukup, karena indukan kelinci akan mengalami peningkatan nafsu makan. Pakan yang diberikan berupa hijauan seperti wortel dan daun kol.

#### **Pemberian Pakan dan Pemeliharaan**

Peternak sampel di daerah penelitian memberikan pakan pada ternak kelinci 2 kali sehari. Pakan yang diberikan peternak ada 2 jenis yaitu wortel dan daun kol. Kelinci dewasa biasanya mampu menghabiskan 1,5 – 2 kg wortel dan daun kol.

Pemeliharaan kelinci dilakukan oleh peternak sampel pada jam 11 – 1 siang. Kegiatan yang dilakukan yaitu memberikan pakan tambahan sambil memeriksa keadaan ternaknya serta membersihkan kandang kelinci.

#### **Produktivitas Usaha Ternak Kelinci di Daerah Penelitian**

Produktivitas dalam hal ini adalah jumlah anak kelinci yang dilahirkan oleh setiap induk betina per periode (2 bulan). Produktivitas ternak kelinci di daerah penelitian rata-rata sebanyak 6 ekor anakan per induk betina.

Produktivitas yang tergolong rendah di daerah penelitian dikarenakan kurangnya manajemen peternak dalam mengelola usaha ini. Karena kebanyakan peternak kelinci di daerah penelitian menjadikan usaha ini sebagai usaha sampingan.

### **Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Ternak Kelinci**

Berdasarkan hasil analisis hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi produksi terhadap hasil produksi di daerah penelitian diketahui bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu 0,96. Koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa produksi ternak kelinci (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Induk ( $x_1$ ), obat ( $x_2$ ) dan tenaga kerja ( $x_3$ ) sebesar 96% sedangkan sisanya sebesar 4% dipengaruhi oleh faktor lainnya. (Sumber : Analisa Data Primer, Lampiran 37b)

Hasil analisis hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi produksi terhadap hasil produksi di daerah penelitian, disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 1. Hasil Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Ternak Kelinci di Daerah Penelitian**

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t hitung	Signifikansi	Keterangan
Konstanta	2.296	.251	9.165	.000	-
Induk	.601	.110	5.482	.000	Nyata
Obat	.338	.094	3.599	.002	Nyata
Tenaga Kerja	-.001	.046	-.030	.976	Tidak Nyata

Untuk menguji hipotesis secara serempak, dilakukan dengan uji F, dan secara parsial dilakukan dengan uji t, dengan tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan  $\alpha$  5% atau 0,05. Hasil pengujian hipotesis diuraikan sebagai berikut:

#### **A. Uji pengaruh Variabel Secara Serempak**

Hasil uji pengaruh variabel secara serempak dengan uji F, menunjukkan bahwa nilai signifikansi F sebesar 0,00 lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir yaitu  $\alpha$  5% atau dapat diketahui melalui uji F, dimana  $F_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 154,07 dan  $F_{tabel}$  (3,16) sebesar 3,24, Sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (3,16). Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, yaitu variabel Induk ( $x_1$ ), obat ( $x_2$ ) dan tenaga kerja ( $x_3$ ) secara serempak berpengaruh nyata terhadap variabel produksi anakan usaha ternak kelinci (Y).

#### **B. Uji pengaruh Variabel Secara Parsial**

Hasil uji pengaruh variabel secara parsial menggunakan uji t, yaitu:

- Variabel induk ( $x_1$ ) diperoleh t-hitung (5,482) lebih besar dari t-tabel(2,35) dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, yaitu pakan secara parsial berpengaruh nyata terhadap produksi usaha ternak kelinci.
  - Variabel obat ( $x_2$ ) diperoleh t-hitung (3,599) lebih besar dari t-tabel(2,35) dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, yaitu obat secara parsial berpengaruh nyata terhadap produksi usaha ternak kelinci.
  - Variabel tenagakerja ( $x_3$ ) diperoleh t-hitung (0,03) lebih kecil dari t-tabel (2,35) dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,976 lebih besar dari  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak, yaitu tenaga kerja secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap produksi usaha ternak kelinci.
- (Sumber : Analisa Data Primer, Lampiran 37b)

Untuk interpretasi analisis regresi, maka konstanta dan koefisien regresi yang didapat kemudian dikembangkan dalam bentuk non linier Cobb-Douglas berikut:

$$Y = 2,296 X_1^{0,601} X_2^{0,338} X_3^{-0,001}$$

Dimana interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

- Koefisien regresi sebesar 0,601 menunjukkan bahwa setiap penambahan induk ( $X_1$ ) sebesar 1% (1 ekor) maka akan menambah produksi sebesar 0,60% (2 ekor). Sebaliknya setiap adanya pengurangan induk ( $X_1$ ) sebesar 1% (1 ekor) maka akan mengurangi produksi (Y) sebesar 0,60% (2 ekor).
- Koefisien regresi sebesar 0,33 menunjukkan bahwa setiap penambahan obat ( $X_2$ ) sebesar 1% (0,14 ml) maka akan menambah produksi sebesar 0,33% (1 ekor). Sebaliknya setiap adanya pengurangan obat ( $X_2$ ) sebesar 1% (0,14 ml) maka akan mengurangi produksi (Y) sebesar 0,33% (1 ekor).
- Koefisien regresi sebesar - 0,001 menunjukkan bahwa setiap adanya penambahan tenaga kerja ( $X_3$ ) sebesar 100% (47,39 HKO) maka akan mengurangi produksi sebesar 0,001% (0,25 ekor). Sebaliknya setiap adanya pengurangan tenaga kerja ( $X_3$ ) sebesar 100% (47,39 HKO) maka akan menambah produksi(Y) sebesar 0,001% (0,25 ekor).

(Analisa Data Primer, Lampiran 19b dan 37b)

Dengan demikian hipotesis pertama (1) yang menyatakan bahwa induk, obat-obatan dan tenaga kerja secara serempak berpengaruh nyata terhadap produksi ternak kelinci di daerah penelitian dapat diterima.

### **Analisis Usaha Ternak Kelinci**

**Tabel 3. Rata-rata Pendapatan Usaha Ternak Kelinci Per Peternak per Periode (2 bulan) dan Per 50 Indukan di Daerah Penelitian**

<b>Uraian</b>	<b>Per Peternak (Rp)</b>
<b>Penerimaan</b>	9.648.500
<b>Biaya</b>	5.437.465
<b>Pendapatan</b>	4.221.035

*Sumber : Analisis Data Primer Lampiran 16a*

Dari Tabel 3, dapat dilihat bahwa rata-rata pendapatan usaha ternak kelinci per periode adalah Rp.4.221.035/peternak. Pendapatan peternak dapat dikatakan menguntungkan berdasarkan hasil analisis R/C Ratio di peroleh hasil sebesar 1,88 yaitu  $> 1$  sehingga pendapatan usaha dapat dikatakan menguntungkan.

Hasil analisis kelayakan usaha ternak kelinci dapat dilihat melalui table berikut:

**Tabel 4. Analisis Kelayakan Usaha Ternak Kelinci di Daerah Penelitian**

<b>Uraian</b>	<b>PerPeternak</b>
<b>BEP Volume</b>	106
<b>BEP Harga</b>	21.068
<b>R/C Ratio</b>	1,88

*Sumber : Analisa Data Primer, Lampiran 17a dan 18a*

Dari Tabel 4, dapat diketahui bahwa BEP Volume produksi per periode adalah 106 ekor, sedangkan produksi anakan kelinci di daerah penelitian rata-rata adalah sebesar 255,75 ekor/peternak. BEP Harga ternak kelinci Rp. 21.068/peternak, sedangkan harga jual peternak yaitu Rp. 25.000. Nilai R/C ratio sebesar 1,88 artinya setiap penambahan biaya Rp. 1,00 maka akan menambah penerimaan sebesar 188% dari biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan kriteria uji kelayakan yang menyatakan apabila nilai  $R/C > 1$  maka usaha ternak layak untuk diusahakan, maka usaha ternak kelinci di daerah penelitian layak diusahakan.

### **Pemasaran Kelinci di Daerah Penelitian**

Saluran pemasaran di daerah penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

#### **Saluran Pemasaran I**

1. Saluran Pemasaran I.A

Saluran pemasaran IA menyalurkan ternak kelinci ke pedagang pengecer daerah Berastagi. Jumlah pedagang pengecer yaitu 8 orang dengan volume beli sebesar 40 ekor/bulan yang kemudian menjual kepada konsumen di pasar-pasar terdekat yaitu Pasar Buah dan Pasar Kaban Jahe.

## 2. Saluran Pemasaran I.B

Saluran pemasaran I.B yaitu produsen langsung menjual kelinci ke konsumen dan pedagang pengumpul yang datang dari berbagai daerah seperti Pematang Siantar dan Kisaran dengan volume jual sebesar 100 ekor/bulan.

## Saluran Pemasaran II

### 1. Saluran Pemasaran II.A

Saluran pemasaran II.A yaitu produsen menjual ke pedagang pengumpul Kota Medan, yang kemudian menyalurkan ternak kelinci ke pedagang pengecer yang berada di Kota Medan. Jumlah pedagang pengumpul Kota Medan yaitu 3 orang dengan volume beli yaitu 93 ekor/bulan sedangkan jumlah pedagang pengecer yaitu 7 orang dengan rata-rata besar volume beli sebesar 40 ekor/bulan.

### 2. Saluran Pemasaran II.B

Saluran pemasaran II.B yaitu produsen menjual ternak kelinci kepada pedagang pengecer dari Kota Medan. Jumlah pedagang pengecer II.B yaitu 3 orang dengan rata-rata besar volume beli sebesar 67 ekor/bulan.

## Perhitungan Price Spread, Share Margin Pada Setiap Saluran Pemasaran Saluran Pemasaran I Berastagi

*Price spread* dan *share margin* saluran IA dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 6. Rata-rata Price Spread dan Share Margin Ternak Kelinci Per Periode (2 Bulan) di Berastagi Tahun 2012**

No.	Uraian	Price Spread(Rp)	Share Margin(%)
1.	Nilai Pembelian PE dari PP	8.000.000	59,70
2.	Biaya-biaya Pemasaran PE		
	- Transportasi	130.000	0,97
	- Profit Margin	5.270.000	39,33
3.	Nilai Penjualan PE	13.400.000	100

Sumber : Analisa Data Primer, Lampiran 22, 23 dan 24

Dari Tabel 6, dapat dilihat bahwa biaya pemasaran keseluruhan yaitu Rp. 130.000 (0,97 %) atau sekitar Rp. 406,25/ekor. Margin pemasaran diperoleh sebesar Rp.

5.400.000 (40,3%) atau sekitar Rp. 16.875/ekor. Dengan demikian diperoleh profit margin sebesar Rp. 5.270.000 (39,33%) atau Rp. (16.469/ekor).

### Saluran Pemasaran II Medan

#### Saluran Pemasaran IIA

*Price spread* dan *share margin* saluran IIA dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 8. Rata-rata *Price Spread* dan *Share Margin* Ternak Kelinci Per Periode (2 Bulan) pada Saluran IIA di Medan Tahun 2012**

No.	Uraian	Price Spread(Rp)	Share Margin(%)
1.	Nilai Pembelian PP	7.000.000	43,20
2.	Margin Pemasaran	9.200.000	56,79
3.	Biaya-biaya Pemasaran PP		
	- Transportasi	157.000	0,96
	- Upah TK	180.000	1,1
	- Informasi	56.000	0,34
	- Pakan	660.000	4,07
	- Packing	18.000	0,11
	-Marketing loss	100.000	0,61
	Total Biaya Pemasaran	1.171.000	7,19
4.	Profit Margin PP	2.487.000	15,35
5.	Profit Margin PE Binjai	3.379,000	20,85
6.	Profit Margin PE Marelan	2.163,000	13,35
	Total Profit Margin	8.029.000	49,56
	Nilai Penjualan PE Binjai	9.400.000	
	Nilai Penjualan PE Marelan	6.800.000	
	<b>Total Nilai Penjualan Pedagang</b>	<b>16.200.000</b>	<b>100</b>

Sumber : *Analisa Data Primer, Lampiran 25 - 33*

Dari Tabel 8, dapat dilihat bahwa total biaya pemasaran saluran IIA adalah sebesar Rp. 1.471.000 (7,19%). Margin pemasaran diperoleh Rp. 9.200.000 (56,79%). Dengan demikian diperoleh profit margin sebesar 8.029.000 (49,6%).

#### Saluran Pemasaran IIB

*Price spread* dan *share margin* saluran IIB dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 10. Rata-rata *Price Spread* dan *Share Margin* Ternak Kelinci Per Periode (2 Bulan) pada Saluran IIB Tahun 2012**

No.	Uraian	Price Spread(Rp)	Share Margin(%)
1.	Nilai Pembelian PE dari PP	5.000.000	53,88
2.	Biaya-biaya Pemasaran PE		
	- Transportasi	128.000	1,38
	- Informasi	40.000	0,43
	- Packing	20.000	0,21
	- Marketing loss	33.000	0,36
	- Profit Margin	4.059.000	43,74
3.	Nilai Penjualan PE	9.280.000	100

Sumber : *Analisa Data Primer, Lampiran 34 - 36*

Dari Tabel 10, dapat dilihat bahwa biaya pemasaran keseluruhan yaitu Rp. 221.000 (2,38 %) atau sekitar Rp. 105/ekor. Margin pemasaran diperoleh sebesar Rp. 4.280.000 (46,12%) atau sekitar Rp. 21.400/ekor. Dengan demikian diperoleh profit margin sebesar Rp.. 4.059.000 (43,74%) atau Rp. (20.295/ekor).

### Efisiensi Pemasaran

Untuk perhitungan tingkat efisiensi pemasaran digunakan rumus berikut ini :

$$EP = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai yang dipasarkan}} \times 100\%$$

**Tabel 11. Rekapitulasi Share Margin pada saluran Pemasaran I dan II Per Periode (2 Bulan) pada Daerah Penelitian**

No.	Saluran I		Saluran II			
	A		A		B	
	Vol beli (ekor)	EP (%)	Vol beli (ekor)	EP (%)	Vol beli (ekor)	EP (%)
1.	320	0,97	280	21,6	200	2,38

*Sumber: Analisa Data Primer, Lampiran 22, 25, 29, 30 dan 34*

Dari Tabel 11, dapat dilihat efisiensi pemasaran tertinggi yaitu pada saluran IIA sebesar 21,6 % yaitu pedagang pengumpul Kota Medan yang memiliki saluran pemasaran paling panjang sehingga tidak efisien. Sedangkan efisiensi pemasara terkecil terdapat pada saluran I sebesar 0,97 % yaitu pedagang pengecer Berastagi yang langsung membeli ternak kelinci kepada peternak di daerah penelitian dan memasarkan ternak kelinci di daerah penelitian sehingga sangat efisien.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Produktivitas ternak kelinci di daerah penelitian masih tergolong rendah. Hal ini dapat dilihat dari hasil produksi paling tinggi 7 ekor dan terendah 5 ekor, sedangkan rata-rata keseluruhannya yaitu 6 ekor per indukan.
2. Secara serempak faktor produksi (indukan, obat-obatan, dan tenaga kerja) berpengaruh nyata terhadap produksi ternak kelinci dengan  $F_{hitung}$  (154,07) lebih besar dari  $F_{tabel}$  (3,24) pada tingkat kepercayaan sebesar 96%, yaitu produksi ternak kelinci (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Indukan ( $x_1$ ), obat ( $x_2$ ) dan tenaga kerja ( $x_3$ ) sebesar 96% dan sisanya sebesar 4%

dijelaskan oleh faktor lain yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

3. Usaha ternak kelinci di daerah penelitian adalah menguntungkan dan layak diusahakan karena:
  - Produksi ternak kelinci di daerah penelitian 226 ekor per peternak yaitu lebih besar dari BEP (*Break Even Point*) volume sebesar 106.
  - Rata-rata harga jual kelinci anakan per peternak di daerah penelitian adalah Rp. 51.500,- dengan harga jual terendah Rp 25.000 yaitu lebih besar dari BEP harga sebesar Rp. 21.068,-.
  - R/C usaha ternak kelinci di daerah penelitian sebesar 1,88 per petani yaitu lebih besar dari 1, maka berdasarkan analisis R/C ratio, usaha ternak kelinci di daerah penelitian menguntungkan dan layak untuk diusahakan.
4. Pada pemasaran ternak kelinci di daerah penelitian, efisiensi pemasaran yang paling besar (kurang efisien) adalah pedagang pengumpul saluran IIA Medan yaitu 21,6 % sedangkan efisiensi pemasaran terkecil (paling efisien) yaitu pedagang eceran saluran I A Berastagi yaitu sebesar 0,97%.

### **Saran**

Diharapkan kepada peternak agar meningkatkan manajemen pengelolaan budidaya ternak kelinci serta aktif dalam kegiatan penyuluhan dan diharapkan kepada pemerintah Kabupaten Karo seperti Dinas Peternakan agar lebih meningkatkan penyuluhan tentang teknik budidaya ternak kelinci mengingat produksi ternak kelinci yang belum tergolong tinggi di daerah penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Fauzi, 2002. *Analisis Kelayakan Usaha*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Masanto dan Agus. 2010. *Beternak kelinci Potong*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Priyatna, Nuning. 2011. *Beternak dan Berbisnis Kelinci Pedaging*. Agromedia. Jakarta.
- Sihombing, 2010. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 11. Jakarta.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. PT Tarsito. Bandung.
- Supranto, J. 2004. *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi*. Rineka Cipta. Jakarta