

**SISTEM AGRIBISNIS AYAM KALKUN DI DESA SUKOHARJO
KABUPATEN PRINGSEWU PROVINSI LAMPUNG**

(Agribusiness System of Turkey Veterinary at Sukoharjo Village, Pringsewu District of Lampung Province)

Elvany Oktaviana, Dyah Aring Hepiana Lestari, Yaktiworo Indriani

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1,
Bandar Lampung 35145, Telp. 08982292018, e-mail: vanyelvany@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to know the supply system of production facilities, profits, added value of turkey products (satay, meatballs and nuggets), marketing mix and marketing channels in addition to supporting institutions of turkey farming in Sukoharjo Village. This study was conducted in Mitra Alam Turkey Farming House in Sukoharjo Village Pringsewu District. The data was collected in April 2015 - June 2015 using the case study method and was analyzed by descriptive quantitative analysis and Hayami method for the added value. The results showed that almost all of the production facilities were own production which were consisted of cages, seed and feed, while drugs were obtained by purchasing. The profit of turkey farming for one production or month was Rp29,702,167.00 with R/C in cash costs to 1.76 and R/C on total cost of 1.70. The added value of turkey products (satay, meatballs and nuggets) showed the highest added value product was turkey meatballs with ratio 86.78 percent. Marketing channel of turkey farming consisted of two channels, first from producers to consumer and, secondly from manufacturers to retailers then to consumers. Supporting institutions of turkey farming were consisted of farmer groups, information system and government policies.

Key words: agribusiness system, breeding business, turkey

PENDAHULUAN

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi sumber daya alam yang besar untuk dikembangkan terutama dalam sektor peternakan. Pembangunan peternakan di Provinsi Lampung tidak terlepas dari visi Dinas Pertanian dan Peternakan tahun 2014 yaitu, terwujudnya Provinsi Lampung sebagai lumbung ternak melalui peternakan yang tangguh, berdaya saing dan berkelanjutan untuk kemakmuran dan ketahanan masyarakat Lampung. Peternakan di Provinsi Lampung masih didominasi oleh ternak sapi dan ternak unggas. Peternakan unggas mengalami kenaikan produksi tiap tahunnya, seperti pada tahun 2013 hingga 2014 produksi meningkat dari 47.993.496 ekor menjadi 57.550.519 ekor atau sekitar 18 persen dari tahun sebelumnya. Peternakan unggas sendiri terdiri dari ternak ayam kampung, ayam petelur dan itik, namun pada Kabupaten Pringsewu terdapat usaha ternak yang jarang ditemui yaitu kalkun.

Kalkun merupakan salah satu jenis ternak unggas dari ordo *Galliformes*, genus *Meleagris* dengan keunggulan dagingnya yang lezat dan berprotein tinggi, serta kandungan lemak dan kolesterolnya sangat rendah. Kandungan asam oleat (minyak

zaitun) dan omega 6 bermanfaat bagi kesehatan jantung (Subagyo2013). Usaha ternak kalkun di Provinsi Lampung saat ini mulai menarik perhatian, karena daging kalkun mempunyai keunggulan dibandingkan dengan daging ternak lainnya. Salah satu peternakan kalkun yang ada di Provinsi Lampung adalah usaha ternak Mitra Alam di Kecamatan Sukoharjo. Usaha ternak ini dapat dikatakan sebagai suatu agribisnis yang lengkap, dimulai dari pengadaan sapirodi, budidaya, pengolahan hingga pemasaran dan didukung oleh berbagai jasa layanan pendukung.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengadaan faktor dan sarana produksi, saluran pemasaran dan jasa lembaga penunjang yang terlibat. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk menghitung keuntungan usaha ternak, dan nilai tambah produk olahan kalkun Mitra Alam di Kecamatan Sukoharjo.

METODE PENELITIAN

Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2015, dan metode penelitian dengan metode kasus. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha ternak kalkun Mitra Alam di Kabupaten

Pringsewu Provinsi Lampung. Data yang dikumpulkan adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara terhadap pemilik usaha ternak kalkun, serta data sekunder yang diperoleh dari literatur, laporan-laporan, publikasi, instansi terkait dan pustaka lainnya. Pada penelitian ini untuk mengetahui pengadaan sarana produksi, bauran dan saluran pemasaran serta jasa lembaga penunjang usaha ternak kalkun digunakan metode analisis deskriptif.

Perhitungan keuntungan usaha ternak kalkun dan R/C rasio digunakan rumus (Soekartawi 2002). Rumus ini juga digunakan dalam penelitian Dewanti (2012) dan Putri (2014).

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- π = Keuntungan usahatani (Rp)
- TR = Penerimaan total (Rp)
- TC = Biaya total (Rp)

$$R/C = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- R/C = Nisbah antara penerimaan dengan biaya
- TR = Penerimaan total
- TC = Biaya total

Analisis nilai tambah digunakan untuk mengetahui besarnya nilai tambah dalam pengolahan produk kalkun (sate, bakso dan nugget). Analisis nilai tambah menggunakan Metode Hayami pada Tabel 1 yang juga digunakan oleh Novia (2013) dan Nurmedika (2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pengadaan Sarana Produksi

Tersedianya faktor dan sarana produksi dalam kuantitas (jumlah), kualitas (mutu), waktu, dan biaya yang tepat, akan sangat dibutuhkan untuk menunjang segala kegiatan produksi. Pengadaan sarana dan faktor produksi pada usaha ternak kalkun terdiri dari pengadaan kandang, bibit, pakan dan obat-obatan. Pengadaan kandang, bibit dan pakan merupakan hasil usaha ternak ini sendiri sedangkan obat-obatan diperoleh dengan cara pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Sari (2014). Tenaga kerja yang digunakan merupakan tenaga kerja luar keluarga. Tenaga kerja merupakan masyarakat sekitar usaha ternak yang direkrut berdasarkan sistem kekeluargaan

Tabel 1. Prosedur perhitungan metode nilai tambah berdasarkan Hayami

No.	Variabel	Nilai
1.	Output (kg/bulan)	A
2.	Bahan Baku (kg/bulan)	B
3.	Tenaga Kerja (HOK/bulan)	C
4.	Faktor Konversi	D = A/B
5.	Koefisien Tenaga Kerja	E = C/B
6.	Harga Output (Rp/kg)	F
7.	Upah Rata-Rata Tenaga Kerja (Rp/HOK)	G
Pendapatan dan Keuntungan		
8.	Harga Bahan Baku (Rp/kg)	H
9.	Sumbangan Input Lain (Rp/kg)	I
10.	Nilai Output	J = D x F
11.	a. Nilai Tambah	K = J - I - H
	b. Rasio Nilai Tambah	L% = (K/J) x 100%
12.	a. Imbalan Tenaga Kerja	M = E x G
	b. Bagian Tenaga Kerja	N% = (M/K) x 100%
13.	a. Keuntungan	O = K - M
	b. Tingkat Keuntungan	P% = (O/K) x 100%
Balas Jasa untuk Faktor Produksi		
14.	Margin	Q = J - H
	a. Keuntungan	R = O/Q x 100%
	b. Tenaga Kerja	S = M/Q x 100%
	c. Input Lain	T = I/Q x 100%

Sumber: Hayami dalam Novia (2013)

Keterangan :

- A = Output/total produksi yang dihasilkan oleh budidaya ayam kalkun (kg).
- B = Input/bahan baku ayam kalkun yang digunakan untuk memproduksi ayam kalkun (kg).
- C = Tenaga kerja yang digunakan dalam memproduksi ayam kalkun dihitung (HOK) dalam satu periode analisis.
- F = Harga produk yang berlaku pada satu periode analisis.
- G = Jumlah upah rata-rata yang diterima oleh tenaga kerja dalam setiap satu periode produksi yang dihitung berdasarkan per HOK.
- H = Harga input bahan baku utama per kilogram pada saat periode analisis.
- I = Sumbangan / biaya input lainnya yang terdiri dari biaya bahan baku penolong, biaya penyusutan.

a. Kandang

Kandang kalkun berupa kandang semi permanen yang merupakan hasil produksi usaha ternak kalkun ini sendiri dengan bahanbaku yang terdiri dari kayu, bambu dan seng sebagai atap kandang. Kandang kalkun berukuran 1 x 2 m dimana setiap kandang dibuat berdasarkan jumlah kalkunnya yaitu lima ekor per kandangnya. Jumlah kandang yang digunakan sebanyak 80 buah. Kandang dapat bertahan hingga 5 tahun sehingga setiap produksi tidak terdapat masalah dalam perawatannya. Biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan keseluruhan kandang sebesar Rp17.500.000,00. Umur ekonomis

kandang berkisar lima tahun dengan biaya penyusutan Rp291.667,00 per bulan.

b. Bibit Kalkun

Bibit kalkun yang digunakan pada usaha ternak Mitra Alam berjenis *Naragansett*, *Black Spanish*, *Royal Palm*, *White Holland* dan *Bourbound Red* dengan jumlah sebanyak 400 bibit (50 ekor *Naragansett*, 80 ekor *Black Spanish*, 90 ekor *Royal Palm*, 80 ekor *White Holland*, dan 100 ekor *Bourbound Red*). Jumlah tersebut digunakan untuk satu kali produksi atau perbulan, dimana dalam waktu pengadaannya tidak terdapat masalah, karena bibit berasal dari usaha ternak sendiri. Dari jumlah bibit tersebut dapat diperoleh hasil kalkun sebanyak 390 ekor, hasil ini mengalami penurunan dari jumlah awal bibit yang disebabkan adanya faktor mortalitas sebesar 3,5 persen. Harga bibit kalkun betina dan jantan sebesar Rp80.000,00 per ekor. Jumlah biaya bibit per produksi Rp32.000.000,00.

c. Pakan

Pakan ternak dalam usaha ternak ini merupakan pakan yang dibuat sendiri sehingga dapat terjamin kualitas dan waktu pengadaannya. Pakan terbuat dari tumbuhan-tumbuhan yang ada di sekitar peternakan. Selain tumbuh-tumbuhan pakan dibuat dengan campuran sedikit dedak. Biaya pembuatan pakan diperkirakan sebesar Rp2.000,00 per kg. Biaya pakan dihitung berdasarkan total biaya pembuatan pakan

d. Obat-obatan

Usaha ternak ini menggunakan obat-obatan alami yang diambil dan diolah dari sekitar wilayah perkebunan, namun kebanyakan obat yang digunakan berupa obat khusus hewan ternak yang dibeli di toko obat hewan apabila terdapat penyakit yang serius pada kalkun. Biaya yang diperkirakan untuk pengadaan obat-obatan berkisar Rp1.250.000,00 per bulan dimana rincian lebih lanjut yaitu Rp500.000,00 untuk pembelian obat bagi kalkun betina dan sisanya Rp750.000,00 untuk kalkun jantan. Pembelian obat bagi kalkun jantan lebih tinggi dikarenakan kalkun jantan lebih rentan terkena penyakit daripada kalkun betina.

e. Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang digunakan dalam usaha ternak ini merupakan tenaga kerja luar keluarga yang berjumlah tiga orang. Tenaga kerja digunakan

dalam kegiatan pembuatan dan perawatan kandang, perawatan kalkun seperti pemberian pakan, dan obat-obatan, serta pemanenan. Tenaga kerja merupakan warga dari daerah sekitar tempat usaha. Standar jam kerja di daerah penelitian adalah delapan jam kerja per hari baik untuk tenaga kerja pria maupun wanita dengan tingkat upah sebesar Rp60.000,00 per hari untuk pria dan wanita, hal ini berbeda dengan Khoirunnisa (2013) dimana terdapat perbedaan besar tingkat upah yang diberikan kepada tenaga kerja laki-laki dan wanita.

Analisis Keuntungan Usaha Ternak Kalkun

Menurut Agusta (2014), keuntungan adalah selisih antara penerimaan dengan biaya total (biaya tunai dan diperhitungkan). Biaya tunai terdiri dari biaya bibit, pakan, obat-obatan, dan tenaga kerja. Biaya diperhitungkan meliputi biaya penyusutan kandang, bangunan, kendaraan dan peralatan, yang dinyatakan dalam satuan harga rupiah per produksi. Semua biaya yang digunakan dihitung dalam satu periode produksi yaitu per satu bulan.

Biaya tunai dalam usaha ternak kalkun ini berupa biaya bibit sebesar Rp32.000.000,00 yaitu biaya kalkun sejumlah 400 ekor dengan harga satuan sebesar Rp80.000,00. Biaya pakan sebesar Rp3.100.000,00 merupakan estimasi dari biaya pembuatan pakan sebesar Rp2.000,00 per kg dengan jumlah pakan per produksi 1550 kg. Biaya obat-obatan merupakan biaya estimasi pembelian obat-obatan. Tenaga kerja yang digunakan dalam sekali produksi berjumlah 70 HOK dengan upah sebesar Rp60.000,00 per HOK.

Biaya diperhitungkan terdiri dari penyusutan bangunan, *ranch*, kandang, peralatan dan kendaraan. Luas bangunan, *ranch* dan kandang yang digunakan sebesar 60 m², 1.200 m², dan 50 m² dengan umur ekonomis masing-masing lima tahun. Peralatan yang digunakan berupa tempat minum dan pakan dengan jumlah masing-masing 10 unit dan umur ekonomis lima tahun. Kendaraan yang digunakan adalah satu motor dan mobil yang digunakan dalam proses produksi seperti pengadaan pakan dan obat-obatan.

Penerimaan dalam usaha ternak ayam kalkun dapat diperoleh dari jumlah produksi dikali dengan harga jual ayam kalkun. Hasil produksi kalkun per produksi sebanyak 390 ekor. Penjualan kalkun dibagi menjadi dua yaitu penjualan dalam bentuk karkas dan bibit. Penentuan harga jual karkas kalkun dilakukan dengan cara menimbang berat kalkun yaitu Rp55.000,00 per kg dengan berat

kalkun per-ekornya sebesar 4,5 kg untuk kalkun jantan dan 2,8 kg kalkun betina. Hal ini sejalan dengan penelitian Gusasi (2006) yang menyebutkan bahwa penjualan dilakukan dengan cara menimbang berat ayam. Hasil penjualan keseluruhan sebesar Rp72.130.500,00, jumlah tersebut merupakan hasil penjualan kalkun per produksi (per bulan).

Hasil analisis menunjukkan nilai R/C atas biaya tunai sebesar 1,76 dan R/C atas biaya total sebesar 1,70, usaha ternak ini dikatakan layak dikarenakan nilai R/C lebih besar dari satu (>1). Usaha ternak Mitra Alam tidak hanya mengandalkan dari segi penjualan karkas namun juga terdapat penjualan kalkun olahan yang memiliki keuntungan yang cukup besar. Hasil analisis keuntungan usaha ternak kalkun dapat dilihat pada Tabel 2.

Analisis Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan usaha untuk meningkatkan nilai jual bagi sebuah produk dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi (Zahara 2013). Usaha ternak Mitra Alam menciptakan sebuah inovasi berupa makanan olahan dari daging kalkun.

Tabel 2. Analisis keuntungan usaha ternak kalkun Mitra Alam tahun 2015

Uraian	Nilai (Rp)
Penjualan	
Penjualan ternak betina (80% pedaging)	24.178.000
Penjualan ternak betina (20% bibit)	3.120.000
Penjualan ternak jantan (90% pedaging)	43.312.500
Penjualan ternak jantan (10% bibit)	1.520.000
Total penjualan	72.130.500
I. Biaya Tunai	
Bibit	32.000.000
Pakan	3.100.000
Obat-obatan	1.250.000
TKLK	4.200.000
Biaya lain-lain	500.000
Jumlah biaya tunai	41.050.000
II. Biaya diperhitungkan	
Penyusutan bangunan	200.000
Penyusutan ranch	120.000
Penyusutan kandang	291.667
Penyusutan kendaraan	758.333
Penyusutan tempat pakan dan minum	8.333
Biaya total(tunai + diperhitungkan)	42.428.333
Keuntungan	
1. Keuntungan atas biaya tunai	31.080.500
2. Keuntungan atas biaya total (tunai + diperhitungkan)	29.702.167
R/C atas biaya tunai	1,76
R/C atas biaya total	1,70

Makanan olahan yang diproduksi oleh usaha ternak

ayam kalkun ini berupa olahan daging ayam kalkun menjadi beberapa makanan olahan seperti sate, bakso, nugget, rolade, dan sop daging. Hasil perhitungan nilai tambah dengan Metode Hayami untuk tiga jenis produk olahan kalkun (sate, bakso dan nugget) dapat dilihat pada Tabel 3 (terlampir).

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai tambah produk olahan per-kg memiliki nilai tambah positif (NT>0) yaitu sebesar Rp52.144,00 untuk produk sate, produk bakso sebesar Rp433.880,00 dan Rp189.500,00 untuk nugget. Nilai tambah tertinggi yaitu pada produk bakso kalkun dengan rasio nilai tambah sebesar 86,78 persen. Nilai rasio tersebut menunjukkan bahwa 86,78 persen dari nilai output merupakan nilai tambah pengolahan daging kalkun menjadi bakso kemasan.

Analisis Saluran Pemasaran

1. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran terdiri dari empat P (*Product, Price, Place (distribution), dan Promotion*).

a. Produk

Bibit ayam kalkun yang digunakan saat ini merupakan bibit lokal, dimana proses pembibitan dimulai dari seleksi indukan. Kalkun yang diambil sebagai indukan adalah kalkun yang sehat dengan berat 6-7 kilogram per ekor sebagai induk petelur. Produk yang dihasilkan dari usaha ternak kalkun ini berupa karkas, bibit dan makanan olahan. Makanan olahan yang diproduksi adalah sate kalkun, bakso, nugget, rolade, steak dan sop. Makanan olahan merupakan hasil produksi usaha ternak ini sendiri yang dijual dalam kemasan maupun siap makan.

b. Harga

Harga jual kalkun ditentukan oleh usaha ternak Mitra Alam sendiri mengingat di Provinsi Lampung tempat ini merupakan satu-satunya sentra peternakan ayam kalkun. Harga jual dibentuk berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam budidaya maupun produksi olahan ayam kalkun. Harga karkas ayam kalkun untuk ayam jantan dan betina sebesar Rp55.000,00/kg. Harga bibit kalkun sebesar Rp80.000,00/ekor. Pembentukan harga untuk produk olahan ayam kalkun seperti sate, bakso dan nugget ayam kalkun berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pengolahan. Harga sate ayam kalkun per porsi siap makan (10 tusuk)

sebesar Rp36.500,00. Harga bakso kalkun per kemasan sebesar Rp25.000,00 (12 buah).

c. Promosi

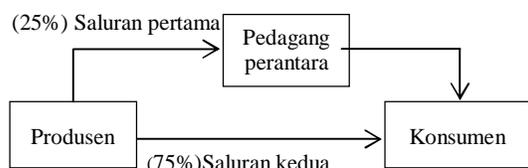
Usaha ternak ayam kalkun Mitra Alam melakukan promosi, seperti pembuatan brosur, pembuatan web-blog dan mulai mengenalkan usaha ternak melalui media sosial seperti twitter dan facebook. Promosi juga dilakukan melalui komunikasi mulut ke mulut, yaitu promosi yang dilakukan oleh pembeli yang sudah pernah datang dan mengkonsumsi ayam kalkun kepada orang lain.

d. Place (Saluran Distribusi)

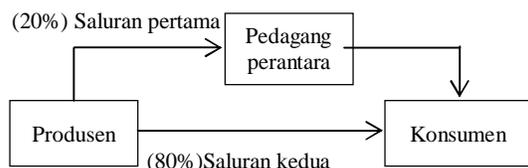
Pemasaran karkas ayam kalkun awalnya menargetkan pada restoran, supermarket dan hotel yang ada di Bandar Lampung, namun pada saat ini usaha ternak ini sudah mulai mengurangi pemasokan daging kalkun ke tempat-tempat tersebut dikarenakan produksi yang tidak terlalu tinggi. Produk olahan dari daging ayam kalkun dipasarkan di peternakan ini sehingga dapat dikatakan konsumen datang sendiri ke lokasi untuk membeli produk

2. Saluran Pemasaran

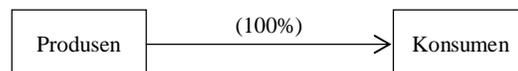
Saluran pemasaran karkas memiliki dua saluran pemasaran. Saluran pertama dari produsen ke pedagang pengecer lalu ke konsumen dan yang kedua dari produsen langsung ke konsumen. Skema saluran pemasaran karkas dapat dilihat pada Gambar 1. Pedagang perantara untuk pemasaran karkas adalah pedagang yang membeli karkas ke produsen dalam jumlah kecil atau sesuai pesanan dari konsumen.



Gambar 1. Saluran pemasaran karkas kalkun



Gambar 2. Saluran pemasaran bibit kalkun



Gambar 3. Saluran pemasaran produk olahan kalkun

Saluran pemasaran bibit kalkun merupakan saluran pemasaran sederhana yang terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu, saluran pertama dari produsen ke pedagang pengecer lalu ke konsumen dan yang kedua dari produsen langsung ke konsumen. Kebanyakan konsumen akhir pada pemasaran ini merupakan masyarakat Provinsi Lampung yang ingin memulai usaha ternak kalkun. Skema saluran pemasaran bibit kalkun dapat dilihat pada Gambar 2.

Pemasaran produk olahan kalkun (sate, bakso dan nugget) memiliki satu saluran yaitu dari produsen langsung ke konsumen. Pembelian dapat melalui media sosial ataupun langsung datang ke lokasi usaha ternak. Skema saluran pemasaran produk olahan terdapat pada Gambar 3.

Lembaga Penunjang

Subsistem lembaga penunjang tidak terlepas dari kesatuan sistem agribisnis ayam kalkun. Lembaga penunjang membantu proses dari penyediaan sarana produksi hingga pemasaran hasil produksi. Lembaga penunjang yang membantu usaha ternak kalkun antara lain

1. Lembaga pendidikan, penyuluhan, pelatihan dan penyuluhan. Kerjasama antar lembaga pendidikan dilakukan oleh usaha ternak kalkun ini. Kerjasama tersebut berupa pembuatan buku, serta pengadaan workshop. Kerjasama juga dilakukan melalui praktik kerja lapangan bagi mahasiswa.
2. Sistem Informasi. Sistem informasi biasanya digunakan seorang pelaku usaha untuk melihat situasi dan kondisi suatu pasar. Pemanfaatan sistem informasi tersebut digunakan dalam mengenalkan dan memasarkan produk kalkunnya ke konsumen, dengan adanya pemasaran melalui sistem informasi seperti internet dapat memperluas pemasaran hingga menjangkau konsumen yang jauh.
3. Program Kebijakan Pemerintahan. Program kebijakan pemerintahan juga menjadi salah satu jasa yang membantu jalannya usaha ternak ini, salah satu bantuan pemerintah adalah program perbaikan jalan menuju lokasi usaha ternak kalkun agar semakin mudah untuk diakses sehingga membantu jalannya usaha. Perbaikan

jalan dilakukan pada akhir tahun 2014 dan sekarang kondisi jalan menuju lokasi usaha ternak sudah cukup baik walaupun saat penelitian dilakukan, jalan menuju lokasi masih berupa batu kasar yang belum diaspal. Terdapat pula tanda menuju lokasi yang ditempatkan pada ujung gang agar memudahkan pengunjung untuk mengetahui jarak tempuh menuju usaha ternak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan disimpulkan sebagai berikut: pengadaan faktor dan sarana produksi pada usaha ternak kalkun MA hampir seluruhnya tidak mengalami masalah, baik dalam waktu penyediaan, jumlah yang dibutuhkan maupun kualitasnya. Sarana produksi yang tidak diproduksi sendiri adalah obat-obatan. Usaha ternak kalkun tergolong menguntungkan, dengan keuntungan sebesar Rp29.702.167,00 per bulan dengan kapasitas 390 ekor kalkun. Usaha ternak kalkun memiliki nilai R/C atas biaya tunai sebesar 1,76 dan atas biaya total sebesar 1,70.

Nilai tambah untuk tiga produk olahan kalkun yaitu sate, bakso dan nugget kalkun didapatkan hasil dengan nilai positif ($NT > 0$). Nilai tambah sate sebesar 52.144, bakso sebesar 433.800 dan nugget sebesar 189.500. Nilai tambah tertinggi yaitu produk bakso dengan rasio nilai tambah sebesar 86,78 persen. Produk karkas dan bibit memiliki dua saluran pemasaran sederhana (produsen-konsumen) dan (produsen-pedagang perantara-konsumen), sedangkan pemasaran produk olahan hanya memiliki satu saluran pemasaran yaitu dari produsen langsung ke konsumen. Jasa lembaga penunjang yang berperan pada usaha ternak kalkun adalah dukungan kebijakan pemerintah yang membantu memperbaiki infrastruktur menuju lokasi, dan sistem informasi berupa jaringan internet yang membantu dalam promosi dan pemasaran produk kalkun ke konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Gusas R dan Sihombing G. 2012. Analisis pendapatan usaha peternakan ayam buras (Studi kasus di Kecamatan Tegalombo, Kabupaten Pacitan). *Buletin Peternakan* Vol 36 (1): 48-56. [13 Februari 2015]. Universitas Sebelas Maret.

Gusasi A dan Saade MA. 2006. Analisis

pendapatan dan efisiensi usaha ternak ayam potong pada skala usaha kecil. *Jurnal Agrisistem Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Gowa* Vol 2 (1): 1-7. [8 Oktober 2014].

Khoirunnisa A, Haryono D, dan Nugraha A. 2013. Analisis pendapatan dan pengambilan keputusan dalam menentukan tanaman sayuran unggulan di Kecamatan Gisting Kabupaten Tanggamus. *JIIA* Vol 1(2): 98-104. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/235>. [16 November 2015].

Mona QT, Lestari DAH, dan Situmorang S. 2014. Analisis pendapatan dan tingkat kesejahteraan rumah tangga peternak sapi perah anggota Koperasi Peternakan Bandung Selatan (KBPS) Pangalengan. *JIIA* vol 2 (2): 109-117. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/734>. [10 Oktober 2015]

Novia W, Zakaria WA dan Lestari DAH. 2013. Analisis nilai tambah dan kelayakan pengembangan agroindustri beras siger. *JIIA* Vol 1 (3): 210-217. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/575>. [16 Mei 2015].

Nurmedika M dan Alam MN. 2013. Analisis pendapatan dan nilai tambah keripik nangka pada industri rumah tangga tiara di Kota Palu. *Jurnal Agrotekbis Universitas Tadulako* Vol 1 (3): 267-273. [6 Januari 2015].

Putri D, Sayekti WD, dan Rosanti N. 2014. Analisis pendapatan dan strategi pengembangan budidaya rumput laut di Pulau Pahawang Kecamatan Punduh Pidada Kabupaten Pesawaran. *JIIA* Vol 02 (1): 56-63. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/561>. [13 Februari 2015].

SariFM. 2014. Analisis Sistem Agribisnis Ternak Sapi Potong (integrasi tanaman padi-ternak sapi potong) di Kecamatan Seputih Banyak Kabupaten Lampung Tengah. *Skripsi*. Universitas Lampung. Lampung.

Subagyo FW. 2013. Pengaruh umur induk terhadap fertilitas, susut tetas, daya tetas, dan bobot tetas telur kalkun. *Tesis*. Universitas Lampung.

Soekartawi. 2002. Analisis Usahatani. Jakarta Universitas Indonesia (UI-Press).

Zahara R, Sebayang T, dan Chalil D. 2013. Analisis nilai tambah usaha ternak sapi potong (Studi kasus: Desa Ara Condong, Kecamatan Stabat, Kabupaten Langkat). *Jurnal Agribisnis* Vol 2 (9): 1-13. Universitas Sumatera Utara.

Tabel 3. Analisis nilai tambah usaha ternak ayam kalkun produk olahan kemasan

No.	Variabel	Nilai Produk sate kalkun	Nilai Produk bakso kalkun	Nilai produk nugget kalkun
Output, Input, Harga				
1.	Output/total produksi (Kg/periode)	35,00	50,00	60,00
2.	Input bahan baku (Kg/periode)	40,00	30,00	30,00
3.	Input Tenaga kerja (HOK/periode)	2,63	3,88	2,13
4.	Faktor konversi (1) / (2)	0,88	1,67	2,00
5.	Koefisien tenaga kerja (3) / (2)	0,07	0,13	0,07
6.	Harga produk (Rp/Kg)	150.000,00	300.000,00	130.000,00
7.	Upah rata-rata tenaga kerja per HOK (Rp/HOK)	60.000,00	60.000,00	60.000,00
8.	Harga input bahan baku (Rp/Kg)	55.000,00	55.000,00	55.000,00
9.	Sumbangan input lain (Rp/Kg)	24.106,00	11.120,00	15.500,00
10.	Nilai produk (4) x (6) (Rp / Kg)	131.250,00	500.000,00	260.000,00
11.	a. Nilai tambah (10) - (8) - (9) (Rp / Kg)	52.144,00	433.880,00	189.500,00
	b. Rasio nilai tambah (11a) / (10) (%)	39,73	86,78	72,88
12.	a. Pendapatan Tenaga kerja (Rp/Kg)	3.937,50	7.750,00	4.250,00
	b. Imbalan tenaga kerja (12a) / (11a) (%)	7,55	1,79	2,24
13.	a. Keuntungan (11a) - (12a) (Rp / Kg)	48.206,50	426.130,00	185.250,00
	b. Tingkat keuntungan (13a) / (10) (%)	36,73	85,23	71,25
Balas Jasa Untuk Faktor produksi				
14.	Marjin (10) - (8) (Rp/Kg)	76.250,00	445.000,00	205.000,00
	a. Pendapatan tenaga kerja (12a) / (14) (%)	5,16	1,74	2,07
	b. Sumbangan input lain (9) / (14) (%)	31,61	2,50	7,56
	c. Keuntungan perusahaan (13a) / (14) (%)	63,22	95,76	90,37