

Integrasi Pasar Daging Ayam Ras (Broiler) di Pasar Modern Indonesia

Market Integration of Broiler Chicken Meat in Modern Indonesian Market

Dita Pratiwi^{1*}, Tunjung Andarwangi², Shinta Tantriadisti³ dan Maria Ulfah⁴

^{1,2,3,4} Politeknik Negeri Lampung

*E-mail : ditapратиwi@polinela.ac.id

ABSTRAK

Produksi dan konsumsi daging ayam di Indonesia terus meningkat namun, perkembangan harga daging ayam ras di tingkat konsumen cenderung fluktuatif. Selain fluktuasi harga resiko penyusutan berat badan ayam, kematian ayam, biaya transportasi serta jalur pemasaran dan pola distribusi ayam broiler tidak terorganisir dengan baik. Pola distribusi daging ayam ras (broiler) berkaitan erat dengan integrasi pasar. Integrasi pasar merupakan salah satu ciri pasar yang efisien, dimana apabila suatu pasar terintegrasi kuat, maka informasi harga pada beberapa tingkatan pasar akan tersampaikan dengan baik. Maka akan dilakukan penelitian yang mengkaji integrasi pasar daging ayam ras broiler di tingkat peternak dan tingkat pengecer pada pasar modern. Maka akan dilakukan penelitian yang mengkaji integrasi pasar daging ayam ras broiler di tingkat peternak dan tingkat pengecer pada pasar modern. Data yang digunakan merupakan data *time series* bulanan selama 5 tahun yang dimulai dari bulan Januari 2018-Desember 2022. Studi integrasi pasar daging ayam ras (broiler) menggunakan analisis *Index of Market Connection* (IMC). Berdasarkan nilai IMC sebesar 5.242, dan β_2 sebesar 0,283 maka dapat disimpulkan bahwa integrasi pasar daging ayam di tingkat Peternak dan Pasar Modern tergolong pada integrasi lemah pada jangka panjang.

Kata kunci: Ayam, Broiler, Integrasi, Pasar

ABSTRACT

Production and consumption of chicken meat in Indonesia continues to increase; however, the development of broiler chicken prices at the consumer level tends to fluctuate. In addition to price fluctuations, there are risks related to chicken weight depreciation, chicken mortality, transportation costs, as well as poorly organized marketing channels and distribution patterns for broiler chickens. The distribution pattern of broiler chicken meat is closely related to market integration. Market integration is one of the characteristics of an efficient market, where strong integration means that price information at various market levels is well communicated. Therefore, a study will be conducted to assess the market integration of broiler chicken meat at the farmer and retailer levels in modern markets. The data used in this study will consist of monthly time series data for five years, from January 2018 to December 2022. The study on market integration of broiler chicken meat will employ the Index of Market Connection (IMC) analysis. Based on the IMC value of 5.242 and β_2 value of 0.283, it can be concluded that the market integration of chicken meat at the Farmer and Modern Market levels is classified as weak, in the long terms.

Keywords: Broiler, Chicken, Market, Integration

Submitted: 21-08-2023

Review: 26-09-2023

Accepted: 23-10-2023

Published: 31-10-2023



Copyright © Tahun Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

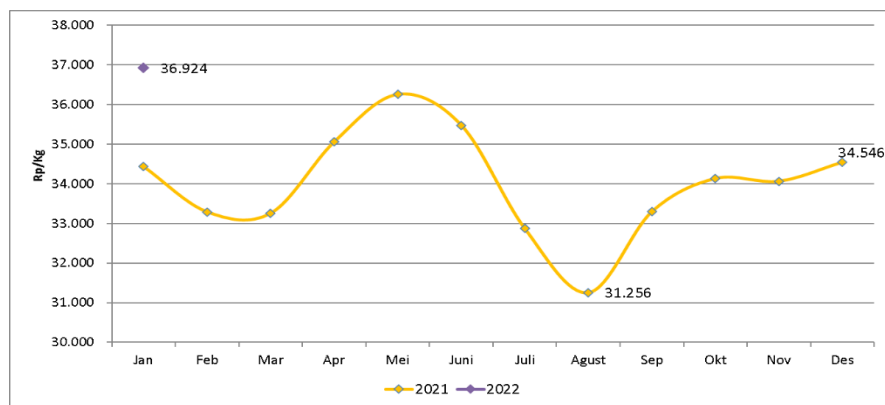
PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia sangat gemar mengonsumsi daging ayam ras (broiler), hal ini dibuktikan dengan jumlah produksi dan konsumsi daging ayam ras (broiler) di Indonesia yang terus meningkat. Produksi daging ayam ras di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 3,43 juta ton atau meningkat sebesar 6,43 persen dari tahun sebelumnya (BPS, 2022). Peningkatan konsumsi daging ayam ras (broiler) dapat ditinjau dari segi permintaan dan penawarannya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), konsumsi daging ayam ras meningkat dari tahun 2018 hingga tahun 2021. Tingkat konsumsi daging ayam ras (broiler) perkapita di Indonesia pada tahun 2018 ialah sebesar 5,136 kg/kapita/tahun kemudian terjadi peningkatan pada tahun 2021 menjadi 6,048 kg/kapita/tahun. Tercatat peningkatan konsumsi daging ayam ras rumah tangga meningkat sebesar 17,75 persen selama kurun waktu 4 tahun terakhir (BPS, 2022).

Menurut (Jafar Haghghat, 2011) peningkatan konsumsi daging ayam ras (broiler) dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya jumlah penduduk, tingkat pendapatan, preferensi konsumen yang mulai beralih dari daging merah (*red meat*) ke daging putih (*whitemeat*), dan tingkat pendidikan yang semakin baik sehingga kesadaran akan pentingnya asupan protein semakin tinggi. Di sisi penawaran, subsektor perunggasan menjadi penyokong terbesar dalam memenuhi permintaan daging nasional yang mencapai 70.14 persen sehingga komoditas ini menjadi penting untuk diperhatikan (Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian, 2022)

Peningkatan produksi dan konsumsi daging ayam ras (broiler) tidak sejalan dengan perkembangan harga jual daging ayam ras (broiler) tersebut. Harga daging ayam ras (broiler) cenderung fluktuatif. Perkembangan harga daging ayam di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1. (BPS, 2022).

Gambar 1. Perkembangan Harga Daging Ayam Ras (Broiler) di Indonesia



Sumber:(BPS, 2022)

Berdasarkan Gambar 1, harga jual daging ayam ras (broiler) sepanjang tahun 2021 cenderung meningkat pada pertengahan tahun dan cenderung menurun di akhir tahun. Harga daging ayam yang fluktuatif ini mengindikasikan ketidakpastian usaha ternak ayam broiler. Menurut (Subagja et al., 2009), selain fluktuasi harga resiko penyusutan berat badan ayam, kematian ayam, biaya transportasi, jalur pemasaran dan pola distribusi ayam broiler tidak terorganisir dengan baik. Sebagian besar belum ada kerja sama yang jelas dan permanen antara produsen/peternak, pedagang pengepul, pemotong, pengecer dalam pemasaran ayam broiler serta pola distribusi jalur pemasaran yang panjang dan tidak terorganisir (Jojo et al., 2021). Pola distribusi daging ayam broiler pada tahun 2021 terbentuk dari produsen ke konsumen akhir yang melibatkan lima pelaku usaha diantaranya pedagang besar atau pedagang perantara (pedagang grosir, agen, distributor dan subdistributor) (Karim, Sajid, Asghar Ali, Abdul Ghafoor, 2017). Terdapat level eceran seperti

pedagang pengecer baik diswalayan/supermarket (pasar modern) dan pasar tradisional. Berdasarkan data harga pangan Bank Indonesia, harga daging ayam broiler di Pasar Modern cenderung mengalami penurunan apabila dibandingkan dengan harga daging ayam broiler di Pasar Tradisional. Harga daging ayam pada pasar modern berada pada kisaran Rp 39.000/Kg hingga Rp 40.000/Kg. Sementara pada pasar tradisional kisaran harga daging ayam berada pada Rp34.000/ hingga Rp 35.000 (Bank Indonesia, 2022)

Perbedaan harga daging ayam ras (broiler) ini erat kaitannya dengan pola distribusi. Pola distribusi daging ayam ras (broiler) berkaitan erat dengan integrasi pasar. Integrasi pasar merupakan salah satu ciri pasar yang efisien, dimana apabila suatu pasar terintegrasi kuat, maka informasi harga pada beberapa tingkatan pasar akan tersampaikan dengan baik (Oroh dan Pangemanan, 2023). Berdasarkan pemaparan permasalahan tersebut, maka akan dilakukan penelitian yang mengkaji integrasi pasar daging ayam ras broiler di tingkat peternak dan tingkat pengecer pada pasar modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari data Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) Nasional Bank Indonesia 2023 untuk komoditas Daging Ayam Ras (Broiler) pada Pasar Modern seperti Supermarket, Hypermarket dan Departemen Store. Pencacahan data dilakukan setiap hari kerja. Harga yang disurvei adalah harga eceran hasil transaksi yang terjadi antara penjual (pedagang eceran) dan pembeli (konsumen). Harga yang dilaporkan adalah harga dalam satuan standar yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Data yang digunakan merupakan data harga penjualan daging ayam ras (broiler) bulanan (*time series*) selama 5 tahun yang dimulai dari bulan Januari 2018-Desember 2022. Digunakan juga beberapa literatur yang berasal dari buku, jurnal, beberapa situs resmi untuk dijadikan sebagai referensi pembandingan.

Data dianalisis dengan Analisis Integrasi Pasar. Studi integrasi pasar daging ayam ras (broiler) menggunakan analisis *Index market Connection* (IMC). Model ini diperkenalkan oleh Ravallion (1986) dan Timmer (1987), dengan menggunakan pendekatan pengukuran integrasi harga.

$$Pft = a + (1 + b)Pft_{-1} + c (Prt - Prt_{-1}) + (d - b) Prt_{-1} + eXt_{-1}m + Ut..... (1)$$

Dimana:

- Pft : Harga pada pasar sekunder (farmer)
 - Prt : Logaritma harga pada pasar primer (acuan=tingkat konsumen)
 - X : Faktor musim atau faktor lain
 - t : waktu untuk memudahkan pendugaan koefisien parameter,
- maka persamaan (1) ditransformasi menjadi:

$$Pft = \beta_0 + \beta_1Pft_{-1} + \beta_2 (Prt - Prt_{-1}) + \beta_3 Prt_{-1} + \beta_4 Xt_{-1} + Ut.....(2)$$

Index of market connection (IMC) dapat dihitung dengan menggunakan persamaan

$$IMC = \frac{\beta_1}{\beta_3}.....(3)$$

Nilai IMC yang diperoleh nantinya akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria ataupun indikator IMC. Index of market connection merupakan merupakan indeks yang dibatasi sebagai nisbah koefisien pasar sekunder periode sebelumnya (t-1) terhadap pasar primer (acuan) periode sebelumnya.

Terdapat tiga indikator untuk mengukur nilai IMC yang diperoleh berdasarkan Model ((Ravallion (1986) dan Timmer (1987) dalam Anindita 2004). Adapun interpretasi nilai IMC adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Indikator Integrasi Pasar dalam Jangka Pendek dan Jangka Panjang

	Jangka Pendek	Jangka Panjang
Integrasi kuat	IMC mendekati 0 atau IMC < 1	b ₂ mendekati 1 (>0,5)
Integrasi lemah	IMC > 1	b ₂ mendekati 0 (<0,5)
Tidak ada integrasi atau tidak ada hubungan	IMC sangat tinggi	b ₂ sangat mendekati 1 (>0,5)

Sumber : ((Ravallion (1986) dan Timmer (1987) dalam Anindita 2004) .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar modern dan pasar tradisional, merupakan salah satu aktivitas penunjang kegiatan pemasaran, dimana kedua pasar ini bermanfaat untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pangan dan gizi yang, akan tetapi keduanya memiliki perbedaan yang sangat jelas. Perbedaan pasar tradisional dan pasar modern dapat dilihat dari cara memasarkan dan mempromosikan produknya. Barang-barang yang dijual di pasar modern telah tertata sangat rapi dan semua produk sudah disertai harga, ruangan nyaman dilengkapi dengan lampu yang terang dan pendingin ruangan. Kondisi tersebut sangat berbeda dengan pasar tradisional, pada pasar tradisional penataan barang yang kurang rapi, barang berserakan dimana mana, banyak debu dan kotoran sehingga harga barang masih dapat ditawarkan oleh pembeli. Kualitas pelayanan juga sangat berbeda apabila dibandingkan antara pasar modern dan pasar tradisional. Pasar tradisional dimana penjual dan pembelinya melakukan interaksi seperti berbincang dan terjadilah proses tawar menawar secara langsung sehingga harga yang terbentuk berdasarkan pada kesepakatan kedua belah pihak. Pasar modern, harga sudah ditetapkan dan pembeli tidak dapat melakukan tawar menawar. Perbedaan perbedaan mendasar ini lah menjadi salah satu pertimbangan untuk melakukan pengkajian terkait integrasi pasar atau keterpaduan pasar. Berikut merupakan perbedaan harga daging ayam ras (broiler) pada tingkat peternak dan tingkat pedagang pengecer di Pasar Modern seperti Supermarket, Hypermarket dan Departemen Store.

Tabel 2. Harga rata-rata daging ayam di tingkat peternak dan pasar modern dari tahun 2018 hingga 2022 (dalam Rp/Kg).

Tahun	Harga Rata-Rata Tingkat Peternak	Harga Rata-Rata Tingkat Ps. Modern	Selisih Harga
2018	Rp22.852,00.-	Rp39.506,00.-	Rp16.654,00.-
2019	Rp23.898,00.-	Rp40.015,00.-	Rp16.117,00.-
2020	Rp23.018,00.-	Rp39.194,00.-	Rp16.175,00.-
2021	Rp25.255,00.-	Rp40.825,00.-	Rp15.571,00.-
2022	Rp25.631,00.-	Rp39.109,00.-	Rp13.478,00.-

Sumber: PIHPS (2023)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui rata-rata harga daging ayam baik di tingkat peternak maupun di tingkat pasar modern mengalami fluktuasi. Pada tahun 2018 hingga 2020 selisih harga antara di tingkat peternak dan pasar modern tidak berbeda jauh, dan masih berada dikisaran harga Rp16.000,00.- namun pada tahun 2021 dan

2022 selisih harga mengalami penurunan hingga dikisaran harga Rp13.000,00.- Penurunan terjadi disebabkan pada tahun 2022, produksi daging ayam di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 15 persen dari tahun 2021, dan 14 persen dari tahun 2020. Sesuai dengan teori permintaan yang menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan produksi dengan jumlah permintaan yang tetap maka harga suatu komoditas akan mengalami penurunan.

Integrasi pasar merupakan salah satu indikator dari efisiensi pemasaran, khususnya efisiensi harga. Integrasi pasar merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (pasar pada tingkat yang lebih tinggi seperti pedagang modern) akan menyebabkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya misalnya pasar di tingkat peternak (Yamin et al., 2020). Adapun hasil integrasi pasar di tingkat peternak (Pf) dan pasar modern (pf) dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Integrasi Pasar di Tingkat Peternak (Pf) dan Pasar Modern (Pf)

Variabel	Koefisien (β)
(Constant)	8462.550
LPf	.498 (β ₁)
LPr	.095 (β ₃)
PrLPr	.283 (β ₂)

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 3, diperoleh koefisien regresi (β₁) untuk variabel *lag* harga pada pasar tingkat peternak sebesar 0.498, koefisien regresi (β₂) untuk selisih harga pasar tingkat peternak dengan *lag* harga pada pasar tingkat pasar modern sebesar 0.283, koefisien regresi (β₃) untuk variabel *lag* harga pada pasar tingkat pasar modern sebesar 0.095, sehingga diperoleh nilai IMC yaitu:

$$IMC = \frac{\beta_1}{\beta_3}$$

$$IMC = \frac{0.498}{0.095}$$

$$IMC = 5.242$$

Indikator nilai IMC yaitu sebagai berikut:

1. Integrasi kuat: jangka pendek apabila IMC mendekati 0 atau $IMC < 1$, jangka panjang apabila b_2 mendekati 2 (> 0.5).
2. Integrasi lemah: jangka pendek apabila $IMC > 1$, jangka panjang apabila b_2 mendekati 0 (< 0.5)
3. Tidak ada integrasi: jangka pendek apabila IMC sangat tinggi, b_2 sangat mendekati 0.

Berdasarkan nilai IMC sebesar 5.242, dan β₂ sebesar 0,283 maka menurut indikator IMC model (Ravallion (1986) dan Timmer (1987) dalam Anindita 2004) bahwa integrasi pasar daging ayam di tingkat Peternak dan Pasar Modern tergolong pada integrasi lemah pada jangka panjang. Pada penelitian ini pasar modern bertindak sebagai pembeli bagi peternak. Pasar modern yang jumlahnya tidak banyak dapat mempengaruhi harga daging ayam ditingkat peternak. Maka perlu dilakukan upaya stabilisasi harga, untuk mengurangi dampak market power, memperbaiki infrastruktur informasi pasar di daerah sentra produsen dan sentra konsumen agar tercipta

sistem informasi yang transparan diantara para pelaku pasar daging ayam broiler, sehingga integrasi pasar daging ayam broiler menjadi lebih baik.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Integrasi pasar daging ayam di tingkat Peternak dan Pasar Modern tergolong pada integrasi lemah dalam jangka Panjang. Maka pemerintah perlu melakukan penguatan di sektor hulu dan hilir. Sektor hulu dapat dilakukan melalui pengaturan DOC dan pemelihan bibit unggul bersertifikat serta memfasilitasi peternak mandiri melalui Perusahaan yang berkompeten. Sedangkan sektor hilir pemerintah dapat mendorong tumbuhnya usaha pematangan dan penyimpanan, serta pengolahan (RPHU) yang memiliki fasilitas rantai dingin, sehingga hasil usaha peternakan tidak lagi dijual sebagai ayam segar atau telur segar melainkan dalam bentuk ayam beku dan ayam olahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2022). *Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional*. <https://www.bi.go.id/hargapangan>. [5 April 2023]
- Barades, E., Alimuddin, A., & Sudrajat, A. O. (2013). Elektroporasi dan transplantasi sel testikular dengan label GFP pada ikan nila Electroporation and GFP-labelled transplantation of testicular cells in Nile tilapia. *Jurnal Akuakultur Indonesia*, 12(2), 186–192. <https://doi.org/10.19027/jai.12.186-192>
- BPS. (2022). Distribusi Perdagangan Komoditas Daging Ayam Ras Indonesia. In *Dokumen*. Badan Pusat Statistik.
- Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian. (2022). Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan 2021/ Livestock and Animal Health Statistics 2021. *Issn 2964-1047, 1*, 1–276.
- Graber, A., & Junge, R. (2019). Aquaponic Systems: Nutrient recycling from fish wastewater by vegetable production. *Desalination*, 246(1–3), 147–156. <https://doi.org/10.1016/j.desal.2008.03.048>
- Jafar Haghghat, B. A. (2011). Market Integration of Poultry Products in Northwest of Iran. *Journal of Gender, Agriculture and Food Security*, 1(3), 1–22.
- Jojo, J., Harianto, H., Nurmalina, R., & Hakim, D. B. (2021). Integrasi Pasar Ayam Broiler Di Sentra Produksi Dan Pasar Indonesia. *Jurnal Pangan*, 30(1), 31–44. <https://doi.org/10.33964/jp.v30i1.526>
- Karim, Sajid, Asghar Ali, Abdul Ghafoor, M. A. I. (2017). Market Integration and Price Transmission in Poultry Products Markets of Punjab, Pakistan. *International Journal of Economic Research*, 14(9), 95–106.
- Oroh, F. N. ., & Pangemanan, S. P. (2023). Perilaku Konsumen Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Dan Modern. *Jambura Journal of Animal Science*, 5(2), 58–65. <https://doi.org/10.35900/jjas.v5i2.19443>
- Subagja, H., Hartono, S., Santosa, K. A., Jember, P. N., Pertanian, F., Gadjah, U., Peternakan, F., & Gadjah, U. (2009). Analisis Integrasi Pasar Harga Ayam Broiler Di Provinsi Jawa Timur (Analysis of Market Integration of Broiler Price in East Java Province) Abstract. 10(1), 1–9. http://ejournal.unib.ac.id/index.php/agrisep/article/view/516/pdf_4
- Yamin, F., Fariyanti, A., & Jahroh, S. (2020). Analisis Integrasi Pasar Ikan Cakalang Di Kabupaten Halmahera Selatan, Provinsi Maluku Utara. *Journal of Food System and Agribusiness*, 4(2), 58–65. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v4i2.1598>
- Yokoyama, H. (2013). Growth and food source of the sea cucumber *Apostichopus japonicus* cultured below fish cages - Potential for integrated multi-trophic aquaculture. *Aquaculture*, 372–375, 28–38. <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2012.10.022>