

## RINGKASAN

**ARI STYANINGSIH. HOAO98018. 2001.** Manajemen Usaha Peternakan Ayam Pedaging CV Hadi Farm Di Desa Plesan Kecamatan Nguter Kabupaten Sukoharjo (Tinjauan Usaha Saluran Pemasaran Ayam Pedaging). (Pembimbing: **DYAH MARDININGSIH**)

Laporan Tugas Akhir disusun berdasarkan serangkaian kegiatan magang yang dilaksanakan pada tanggal 26 Februari sampai dengan 9 April 2001 di peternakan ayam pedaging CV Hadi Farm di Desa Plesan Kecamatan Nguter Kabupaten Sukoharjo yang bertujuan untuk mengetahui manajemen dan saluran pemasaran.

Pengumpulan data dilakukan dengan melaksanakan magang dan wawancara secara langsung baik kepada pedagang yang terkait, juga kepada responden yang terdiri dari pemilik dan pengawas lapangan juga karyawan yang mengurus peternakan. Analisis data dilakukan dengan membandingkan keadaan di lapangan dengan pustaka yang ada.

Peternakan CV Hadi Farm Desa Plesan Kecamatan Nguter Kabupaten Sukoharjomempunyai populasi ayam pedaging sebanyak 8000 ekor. Bibit yang digunakan berstrain Coob untuk kandang I dan II, strain Hubbard untuk kandang III dan strain Abror Acres untuk kandang IV dan V. Pakan yang digunakan untuk ayam umur satu hari sampai panen adalah BR I berupa pakan jadi dan berbentuk "crumble". Bangunan kandang berbentuk postal untuk kandang I, II, III sedangkan kandang bentuk panggung untuk kandang IV dan V, penyakit yang sering terjadi adalah ND, Snoot, CRD.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa pemasaran ayam pedaging yang dilakukan oleh peternakan CV Hadi Farm menggunakan lembaga pemasaran yaitu produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer. Produsen menjual ayam pedaging pada pedagang pengumpul seharga Rp 7.500,- per kilogram ayam, pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer dengan harga Rp 8.500,- per kilogram, sedangkan pedagang pengecer menjual ke konsumen dalam bentuk karkas seharga Rp 11.500,- per kilogram (April 2001). Saluran pemasaran yang digunakan untuk memasarkan ayam pedaging terdiri dari dua pola yaitu: pola I : Produsen – pengecer – konsumen, pola II: produsen – pengumpul – pengecer – konsumen. Penentuan harga yang dilakukan oleh peternakn CV Hadi Farm dengan menganut harga pasar dan menentukan harga pokok berdasarkan pada biaya produksi. Biaya saluran pemasaran yang dikeluarkan oleh peternakan CV Hadi Farm meliputi biaya transportasi, biaya tenaga kerja dan biaya lain-lain. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh peternakan tidak mempengaruhi harga jual ayam pedaging, biaya pemasaran yang dikeluarkan ditanggung oelh peternakan.

Kata kunci: Ayam pedaging, saluran pemasaran, biaya saluran pemasaran.