

**ANALISIS RANTAI NILAI PADA PEMASARAN
AYAM PEDAGING DI MAKASSAR**

*VALUE CHAIN ANALYSIS IN BROILER CHICKEN
MARKETING IN MAKASSAR*

ANDI HARIS ASBAL



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

**ANALISIS RANTAI NILAI PADA PEMASARAN
AYAM PEDAGING DI MAKASSAR**

Tesis sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister

Program Studi Agribisnis

Disusun dan diajukan oleh

ANDI HARIS ASBAL
P042202008

Kepada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

ANALISIS RANTAI NILAI PADA PEMASARAN AYAM PEDAGING DI MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

ANDI HARIS ASBAL
P042202008

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Program Studi Magister Agribisnis
Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 19 Oktober 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

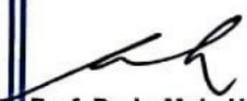
Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

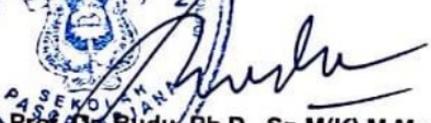

Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar., M. Si
NIP. 19620220 198811 1 001


Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin., S. Pt., M. Si., IPU.
NIP. 19710421 197702 2 002

**Ketua Program Studi
Agribisnis**


Prof. Dr. Ir. Muh. Hatta Jamil, S.P., M. Si
NIP. 19671223 199512 1 001

**Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin**


Prof. Dr. Budu, Ph.D., Sp.M(K), M. Med. Ed.
NIP. 19661231 199503 1 009



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, tesis yang berjudul "Analisis Rantai Nilai pada Pemasaran Ayam Pedaging di Makassar" adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing (Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar.,M.Si sebagai Pembimbing Utama dan Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin.,S.Pt., M.Si., IPU sebagai Pembimbing Pendamping). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka tesis ini. Sebagian dari isi tesis ini telah dipublikasikan di Jurnal (IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Volume: 1230, Halaman: 012021, DOI: 10.1088/1755-1315/1230/1/012021) sebagai artikel dengan judul "Roadmap for value chain analysis on broiler marketing in Makassar".

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya berupa tesis ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 09 November 2023

ANDI HARIS ASBAL



NIM P042202008

Ucapan Terima Kasih

Saya bersyukur bahwa tesis ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian yang saya lakukan dapat terlaksana dengan sukses dan tesis ini dapat terampungkan atas bimbingan, diskusi dan arahan Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar.,M.Si sebagai promotor, Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin.,S.Pt.,M.Si.,IPU sebagai ko-promotor. Saya mengucapkan berlimpah terima kasih kepada mereka. Penghargaan yang tinggi juga saya sampaikan kepada Bapak Fadli yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan penelitian di lapangan, dan kepada para pelaku usaha pemasaran ayam pedaging atas kesediaannya sebagai responden. Terima kasih juga saya sampaikan kepada Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan atas bantuan dalam memberikan data statistik.

Kepada Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Sulawesi Selatan, saya mengucapkan terima kasih atas informasi untuk kelengkapan data penelitian saya. Ucapan terima kasih juga saya ucapkan kepada pimpinan Universitas Hasanuddin dan Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang telah memfasilitasi saya menempuh program magister serta para dosen dan rekan-rekan seperjuangan.

Akhirnya, kepada kedua orang tua tercinta saya mengucapkan limpah terima kasih dan sembah sujud atas doa, pengorbanan dan memotivasi mereka selama saya menempuh pendidikan. Penghargaan yang besar juga saya sampaikan seluruh keluarga teman-teman atas motivasi dan dukungan yang tak ternilai.

Penulis,



Andi Haris Asbal

ABSTRAK

ANDI HARIS ASBAL. ***Analisis Rantai Nilai Pada Pemasaran Ayam Pedaging di Makassar*** (dibimbing oleh Ahmad Ramadhan Siregar dan Sitti Nurani Sirajuddin).

Kota Makassar merupakan daerah potensial untuk pemasaran ayam pedaging. Tantangan utama dalam pemasaran ayam pedaging yaitu fluktuasi harga yang tinggi, baik *input* maupun *output* menyebabkan tidak meratanya distribusi nilai tambah dan keuntungan pada setiap pelaku usaha. Analisis rantai nilai bertujuan untuk menganalisis saluran rantai nilai pemasaran ayam pedaging di kota Makassar, distribusi nilai tambah dan keuntungan, serta karakteristik pasar. Analisis distribusi nilai tambah dan keuntungan dilakukan menggunakan metode Hayami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan saluran pemasaran yang mempengaruhi harga di setiap lembaga tetapi cenderung bertahan tinggi di tingkat konsumen. Total keuntungan paling besar diperoleh bakul yang didukung dengan kapasitas produksi yang besar, sedangkan pedagang besar dan pengecer bergantung pada bakul yang menyediakan bahan baku. Fluktuasi harga daging ayam merupakan dampak dari dominasi pasar oleh bakul yang mempunyai akses pembelian bahan baku langsung ke produsen. Dominasi akses pasar oleh salah satu lembaga pemasaran menyebabkan perolehan keuntungan yang tidak seimbang dengan aktivitas penciptaan nilai tambah. Pengembangan industri pemasaran ayam pedaging harus difokuskan pada perbaikan akses pasar, informasi, dan modal untuk meningkatkan daya saing para pelaku usaha.

Kata kunci: ayam pedaging, rantai nilai, fluktuasi, hayami, nilai tambah

 GUGUS PENJAMINAN MUTU (GPM) SEKOLAH PASCASARJANA UNHAS	
Abstrak ini telah diperiksa.	Paraf Ketua / Sekretaris.
Tanggal : _____	

ABSTRACT

ANDI HARIS ASBAL. *Value Chain Analysis in Broiler Chicken Marketing in Makassar* (supervised by Ahmad Ramadhan Siregar and Sitti Nurani Sirajuddin).

Makassar City is a potential area for marketing broiler chickens. The main challenge in marketing broiler chickens is high price fluctuations, both input and output, causing unequal distribution of added value and profits for each business actor. Value chain analysis aims to analyze the marketing value chain channels for broiler chickens in the city of Makassar, the distribution of added value and profits, as well as market characteristics. Analysis of the distribution of added value and profits was carried out using the Hayami method. The research results show that there are differences in marketing channels that influence prices in each institution but tend to remain high at the consumer level. The largest total profits are obtained by baskets that are supported by large production capacities, while wholesalers and retailers depend on baskets that provide raw materials. Fluctuations in chicken meat prices are the impact of market domination by baskets who have access to purchase raw materials directly from producers. Domination of market access by one marketing institution causes profits to be disproportionate to added value creation activities. The development of the broiler marketing industry must focus on improving market access, information and capital to increase the competitiveness of business actors.

Keywords: broiler chickens, value chain, fluctuation, hayami, added value

 GUGUS PENJAMINAN MUTU (GPM) SEKOLAH PASCASARJANA UNHAS	
Abstrak ini telah diperiksa.	Paraf Ketua / Sekretaris.
Tanggal : _____	

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II. METODE PENELITIAN	9
2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	11
2.2 Responden Penelitian	11
2.3 Jenis Data	12
2.4 Metode Pengumpulan Data	13
2.4.1 Observasi	13
2.4.2 Wawancara	14
2.4.3 Kuesioner	14
2.4.4 Dokumentasi	14
2.5 Metode Analisis Data	14
2.5.1 Analisis Ranta Nilai pada Saluran Pemasaran Ayam Pedaging	15
2.5.2 Analisis Distribusi Nilai Tambah dan Keuntungan	15
2.5.3 Analisis Karakteristik Pasar	17
2.6 Penelitian Terdahulu	17
2.7 Kerangka Pikir	18
BAB III. HASIL PENELITIAN	20
3.1 Gambaran Umum Lokasi penelitian	20
3.2 Gambaran Umum Responden	23
3.3 Potensi Agribisnis	30
3.4 Keadaan Umum Pemasaran Ayam Pedaging di Kota Makassar	31
3.5 Pelaku Usaha Pemasaran Ayam Pedaging di Kota Makassar	33
3.6 Biaya Produksi	39
3.7 Analisis Rantai Nilai pada Saluran Pemasaran Ayam Pedaging	41
3.8 Analisis Distribusi Nilai Tambah dan Keuntungan	44
3.9 Analisis Karakteristik Pasar	51
BAB IV. PEMBAHASAN	54
4.1 Rantai Nilai pada Saluran Pemasaran Ayam Pedaging	54
4.2 Distribusi Nilai Tambah dan keuntungan	55
4.3 Karakteristik Pasar	57
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Nomor Urut	Halaman
1.	Jumlah produksi ayam pedaging di Provinsi Sulawesi Selatan 4
2.	Rumus perhitungan metode Hayami..... 16
3.	Jumlah kecamatan dan kelurahan kota Makassar tahun 2022..... 21
4.	Jumlah penduduk dan rasio jenis kelamin menurut kecamatan 22
5.	Karakteristik responden berdasarkan lembaga pemasaran 24
6.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin 24
7.	Karakteristik responden berdasarkan lokasi usaha..... 25
8.	Karakteristik responden berdasarkan umur 26
9.	Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan 28
10.	Karakteristik responden berdasarkan pengalaman usaha 29
11.	Produksi ayam pedaging di kota Makassar periode 2019-2022 32
12.	Biaya produksi pada pemasaran ayam pedaging di kota Makassar 39
13.	Perhitungan nilai tambah dan keuntungan pelaku usaha..... 47
14.	Distribusi nilai tambah dan keuntungan saluran pemasaran 49
15.	Karakteristik pasar pelaku usaha ayam pedaging di kota Makassar 52

DAFTAR GAMBAR

Nomor Urut	Halaman
1. Diagram alir tahapan penelitian	10
2. Peta administrasi kota Makassar	11
3. Kerangka pikir rantai nilai pemasaran ayam pedaging di kota Makassar	19
4. Saluran rantai nilai pemasaran ayam pedaging di kota Makassar	41

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Urut	Halaman
1. Kuesioner penelitian.....	65
2. Identitas responden.....	68
3. Distribusi responden.....	71
4. Rincian biaya.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi di berbagai sektor ekonomi dan bisnis saat ini berdampak pada kemampuan bersaing dari produk-produk agribisnis, baik dalam merebut pasar domestik maupun dalam menghadapi semakin ketatnya pasar ekspor. Salah satu agribisnis yang memiliki nilai strategis khususnya dalam penyediaan protein hewani untuk memenuhi kebutuhan gizi dalam negeri dan peluang ekspor, disamping peranannya dalam memanfaatkan peluang kesempatan kerja adalah usaha perunggasan (ayam ras), yang telah menjadi sebuah industri yang memiliki komponen lengkap dari sektor hulu sampai ke hilir. Perusahaan perunggasan dapat menyerap jumlah tenaga kerja sebanyak 20.414 orang yang terbagi antara 15.016 pekerja tetap dan 5.398 pekerja tidak tetap pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik, 2023). Kontribusi produk domestik bruto (PDB) peternakan terhadap pertanian sebesar 4,05%, sedangkan untuk pertanian terhadap PDB nasional sebesar 14,50% pada tahun 2021 (Badan Pusat Statistik, 2022). Ini menunjukkan bahwa peran peternakan dalam pembangunan pertanian cukup besar, dimana industri perunggasan merupakan penggerak utama perkembangan usaha peternakan. Jumlah produksi pada sektor perunggasan mencapai 4.253,54 ton daging dan 6.322,55 ton telur pada tahun 2022 (Kementrian Pertanian, 2023).

Sektor perunggasan ayam pedaging berperan penting dalam meningkatkan PDB pertanian karena ayam pedaging adalah salah satu komoditas utama dalam sektor ini. Peternak ayam pedaging dengan pola kemitraan berkontribusi dalam meningkatkan produksi ayam pedaging berkualitas tinggi. Melalui pola kemitraan, peternak ayam broiler dapat bekerja sama dengan produsen pakan, penyedia teknologi, dan pemroses untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi produksi. Ini mencakup penggunaan teknologi canggih, manajemen yang lebih baik, dan pemeliharaan yang optimal. Kemitraan dalam sektor perunggasan ayam pedaging dapat meningkatkan PDB pertanian dengan mengoptimalkan proses produksi, memperluas pasar, dan memastikan kualitas produk yang tinggi. Selain itu, ini juga dapat memberikan manfaat ekonomi bagi peternak dan pemangku kepentingan lainnya yang terlibat dalam industri ini.

Kemitraan ayam pedaging adalah sebuah bentuk kerja sama atau perjanjian bisnis antara peternak ayam pedaging (pihak yang memelihara ayam) dan perusahaan pengolahan atau pemasaran (integrator) yang memasok ayam, pakan, dan dukungan teknis kepada peternak. Dalam kemitraan ayam pedaging, ada berbagai peran dan tanggung jawab yang terbagi antara peternak dan integrator. Ini adalah model bisnis yang umum digunakan dalam industri peternakan ayam pedaging, terutama dalam skala besar. Pada tahun 2022 tercatat jumlah perusahaan yang bergerak pada sektor ayam pedaging sebanyak 219 perusahaan.

Kebutuhan gizi masyarakat dewasa ini cenderung meningkat, hal tersebut disebabkan karena semakin sadarnya masyarakat akan kesehatan. Berdasarkan Permenkes No 28/29, angka kecukupan gizi (AKG) yang dianjurkan bagi masyarakat Indonesia sebesar 2.100 kkal per kapita per hari dan sebesar 57 gram protein per kapita sehari. Hasil Survei Sosial Ekonomi dan Nasional (Susenas) pada Maret 2021 juga menunjukkan rata-rata konsumsi kalori dan protein per kapita sehari melampaui standar kebutuhan gizi sehingga permintaan terhadap berbagai produk pangan yang berkualitas semakin meningkat. Salah satu usaha untuk memenuhi gizi masyarakat adalah dengan meningkatkan penyediaan protein hewani. Sumber protein hewani yang sering di konsumsi meliputi daging sapi, daging kerbau, daging ayam, telur ayam, telur puyuh, dan telur ayam kampung. Namun dari kesemuanya itu banyak masyarakat yang memilih daging ayam sehingga upaya dalam memenuhi gizi masyarakat terpusat pada persediaan dan melalui peningkatan produksi daging, karena pada kenyataannya di setiap tahun konsumsi daging semakin meningkat.

Bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia menyebabkan sektor pangan juga mengalami kenaikan (Iyai *et al.*, 2016). Salah satu komoditas pangan yang digemari oleh masyarakat di Indonesia dan menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan protein adalah daging ayam. Hal ini disebabkan harga daging ayam yang cukup terjangkau dan secara umum memenuhi selera masyarakat. Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi yang menghasilkan ayam pedaging yang cukup besar, hal ini dapat diketahui melalui data ayam ras pedaging di Sulawesi Selatan pada tahun 2019 hingga tahun 2020 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 jumlah ayam ras pedaging di Sulawesi Selatan sebesar 64.260.187 ekor dan tahun 2020 sebesar 65.231.867 ekor (Badan Pusat Statistik Prov SulSel, 2021).

Kondisi kota Makassar sebagai kota metropolitan cukup padat sehingga tidak strategis untuk sebuah industri peternakan termasuk peternakan ayam pedaging. Ini dikarenakan untuk sebuah peternakan ayam pedaging sangat bergantung pada tersedianya lahan yang cukup luas dan jauh dari pemukiman. Salah satu potensi kota Makassar ialah perdagangan dimana ayam pedaging merupakan salah satu komoditas yang berasal dari luar kota Makassar diperdagangkan oleh para pelaku usaha ayam pedaging. Distribusi dan pemasaran ayam pedaging di kota Makassar adalah kegiatan utama dalam memenuhi kebutuhan dan permintaan terhadap daging ayam bagi masyarakat di kota Makassar.

Ayam pedaging yang diperdagangkan di kota Makassar merupakan komoditas hasil peternakan dengan pola kemitraan. Sistem usaha kemitraan ayam merupakan sistem kerja sama dalam bidang ternak ayam pedaging antara dua belah pihak, yaitu pihak inti (perusahaan) dengan pihak plasma (peternak). Bentuk kerjasama yang biasa dilakukan perusahaan inti adalah penyedia saponak (sarana produksi ternak). Sedangkan peternak plasma menyediakan kandang dan peralatannya serta biaya operasional pemeliharaan. Selain itu, peternak plasma juga bertanggung jawab melaksanakan kegiatan beternak dari awal pemeliharaan sampai panen.

Proses distribusi ayam pedaging ke kota Makassar diawali dengan pembelian bahan baku ayam hidup oleh bakul kepada pihak perusahaan inti. Setelah melakukan transaksi pembelian, selanjutnya bakul mengambil ayam pedaging ke peternak plasma kemudian melakukan pengangkutan ke kota Makassar untuk dijual kembali. Komoditas ayam pedaging di kota Makassar sangat mudah dijumpai diberbagai tempat seperti kios pinggir jalan terutama di pasar-pasar tradisional yang menjadi lokasi strategis untuk kegiatan jual beli ayam pedaging.

Pembangunan peternakan menjadi salah satu usaha yang diharapkan dapat membawa perubahan perekonomian masyarakat yang lebih baik. Dapat dilihat dari salah satu usaha peternakan yaitu peternakan ayam pedaging yang kini banyak di geluti oleh perusahaan maupun masyarakat umum yang berminat untuk mengembangkan peternakan ayam pedaging di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari jumlah produksi peternakan ayam pedaging di semua provinsi di Indonesia termasuk di provinsi Sulawesi Selatan. Berikut adalah data jumlah produksi ayam pedaging di provinsi Sulawesi Selatan pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah produksi ayam pedaging di provinsi Sulawesi Selatan

Kabupaten/Kota	Ayam Pedaging (Kg)		
	2020	2021	2022
Selayar	84.124	77.077	105.606
Bulukumba	1.654.240	2.309.467	3.164.306
Bantaeng	1.391.488	1.840.546	2.521.817
Jeneponto	64.896	88.299	120.982
Takalar	3.570.303	4.816.042	6.598.679
Gowa	2.798.450	3.245.027	4.446.160
Sinjai	402.028	688.799	943.756
Bone	489.483	564.539	773.502
Maros	42.326.255	38.559.139	52.831.640
Pangkep	102.080	154.517	211.711
Barru	808.781	1.458.659	1.998.575
Soppeng	441.106	663.203	908.686
Wajo	942.896	915.361	1.254.177
Sidrap	2.928.283	3.473.166	4.758.744
Pinrang	108.819	1.365.691	1.871.196
Enrekang	667.291	1.062.827	1.456.227
Tana Toraja	66.358	162.984	223.312
Palopo	1.247.590	754.399	1.033.637
Luwu	662.213	1.293.886	1.772.812
Luwu Utara	4.568.782	5.804.120	7.952.490
Luwu Timur	318.166	182.400	249.916
Makassar	21.020.705	30.489.435	41.774.969
Pare-Pare	299.150	2.284.066	3.129.503
Toraja Utara	89.514	190.097	260.460
Sulawesi Selatan	87.053.001	102.443.746	140.362.863

Sumber: Badan Pusat Statistik Prov. Sulsel, 2023

Produksi ayam pedaging di Sulawesi Selatan mengalami peningkatan dari tahun 2020 sebesar 87.053.001 kg, meningkat menjadi 102.443.746 kg di tahun 2021, dan terus meningkat pada tahun 2022 sebesar 140.362.863 kg. Kabupaten dengan tingkat produksi terbesar adalah kabupaten Maros dengan jumlah Produksi sebesar 52.831.640 kg pada tahun 2022. Sedangkan kabupaten dengan tingkat produksi terendah adalah kabupaten Kepulauan Selayar yaitu 105.606 kg di tahun 2022.

Produksi ayam pedaging di kota makassar yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun dan menjadi salah satu wilayah di Sulawesi Selatan dengan tingkat produksi tertinggi. Hal tersebut membutuhkan pemasok ayam pedaging dari berbagai daerah di provinsi Sulawesi Selatan. Salah satu daerah yang memasok ayam pedaging cukup tinggi ke kota Makassar yakni kabupaten Maros yang

mempunyai jumlah produksi 52.831.640 kg di tahun 2022, sekaligus merupakan salah satu kabupaten dengan jumlah produksi ayam pedaging tertinggi di Provinsi Sulawesi Selatan, (Badan Pusat Statistik Prov SulSel, 2023).

Menurut data dari Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Prov SulSel (2023) jumlah produksi ayam pedaging di kota Makassar pada tahun 2020 hingga tahun 2022 mengalami kenaikan, dimana pada tahun 2020 jumlah produksi ayam pedaging sebesar 21.020.705 kg, di tahun 2021 sebesar 30.489.435 kg dan terus meningkat pada tahun 2022 sebesar 41.774.969 kg. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa produksi ayam pedaging di kota Makassar cenderung mengalami peningkatan.

Kondisi pemasaran ayam pedaging di kota Makassar dihadapkan pada tingginya fluktuasi harga. Harga ayam pedaging pada bulan Juni 2022 hingga Desember 2022 mengalami naik-turun yakni pada Juni 2022 adalah Rp31.000, Juli 2022 Rp29.000, Agustus 2022 Rp35.000, September 2022 Rp30.000, Oktober 2022 Rp29.000, November 2022 Rp33.000, dan Desember 2022 Rp35.000, (Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2022).

Harga yang berfluktuasi menjadi salah satu penyebab rantai nilai pemasaran ayam pedaging menjadi tidak efisien dan akan mempengaruhi tingkat keuntungan para pelaku usaha rantai nilai ayam pedaging di kota Makassar. Tingkat fluktuasi harga yang cenderung naik turun dipengaruhi oleh beberapa hal seperti menjelang ramadhan atau menjelang hari raya idul fitri dan hari besar lainnya ditambah rantai tata niaga yang tidak teratur. Fluktuasi harga ayam biasanya diawali dengan kenaikan harga sarana produksi ternak (saprotrak) yang diikuti dengan turunnya harga produk. Priyanti dan Inounu (2016) menyatakan bahwa fluktuasi harga yang berlebihan mengindikasikan bahwa ada dominasi peran oleh aktor tertentu hingga menyebabkan terjadinya ketimpangan struktur pasar.

Rantai nilai (*value chain*) menggambarkan cara untuk memandang suatu perusahaan sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan. Nilai bagi pelanggan berasal dari tiga sumber dasar: aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang menurunkan biaya produk dan aktivitas yang dapat segera memenuhi kebutuhan pelanggan. Rantai nilai merupakan suatu kegiatan kompleks yang dilakukan oleh beberapa pelaku dan bertujuan untuk menciptakan suatu produk akhir melalui suatu rantai proses mulai dari pengadaan bahan baku hingga proses distribusi (Nurdiati *et al.*, 2015).

Analisis menyeluruh tentang kondisi rantai nilai pemasaran ayam pedaging di kota Makassar sangat perlu dilakukan. Hasil analisis diharapkan dapat membantu reformulasi kebijakan guna mendukung efisiensi distribusi, menyiapkan langkah-langkah pengembangan industri, mengurangi distorsi serta kenaikan harga yang berlebihan. Dengan demikian, dapat tersusun sebuah strategi inovasi berkelanjutan menggunakan metode produksi yang ekonomis dan etis.

Analisis rantai nilai menyediakan kerangka rasional yang menyeluruh untuk mendeskripsikan dan mengevaluasi peran, hubungan orang dan organisasi (Irvine, 2015), yang bertujuan untuk mengetahui akar permasalahan dengan menelaah aspek produksi, distribusi dan kegiatan pemasaran komoditas ayam pedaging secara holistik dan komprehensif. Pendekatan analisis rantai nilai memberi kemudahan mengidentifikasi dan menilai biaya yang berkontribusi terhadap harga (Rayyes, 2017). Informasi akurat tentang rantai nilai ayam pedaging, dapat membantu reformulasi kebijakan untuk mendukung efisiensi distribusi, menyiapkan langkah-langkah pencegahan untuk membantu pengembangan industri, dan untuk menghindari kenaikan harga serta perbedaan harga yang berlebihan antar pelaku usaha maupun antar daerah. Dengan demikian, pemerintah dapat mengontrol harga di tingkat produsen maupun harga di tingkat konsumen.

Analisis rantai nilai pada pemasaran ayam pedaging di kota Makassar bertujuan untuk mengidentifikasi lingkungan usaha meliputi saluran rantai nilai, menganalisis distribusi nilai tambah dan keuntungan yang diterima oleh setiap pelaku usaha, serta karakteristik pasar yang berlaku. Menurut Nathan Associates (2013) identifikasi faktor biaya yang berkontribusi terhadap harga eceran ayam pedaging perlu dilakukan untuk menghindari kenaikan harga yang berlebihan suatu komoditas. Analisis distribusi nilai tambah dan keuntungan menggunakan metode Hayami yang telah digunakan pada beberapa penelitian terdahulu seperti pada Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Usaha Ayami Ras Pedaging (Studi Kasus: UD. Alhamdulillah) oleh (Ikrar *et al.*, 2021), selanjutnya Analisis Rantai Nilai berbagai Skala Usaha Ayam Broiler di Kabupaten Jombang, Jawa Timur yang dilakukan oleh (Nuria, 2019). Analisis rantai nilai pada pemasaran ayam pedaging diharapkan dapat menjembatani kepentingan seluruh pelaku usaha agar tercipta harga jual ayam pedaging yang wajar dan stabil.

Kondisi rantai nilai pada pemasaran ayam pedaging di kota Makassar ialah tidak meratanya keuntungan pada setiap pelaku usaha pemasaran yang terbentuk dalam suatu pasar sementara harga tertinggi diterima oleh konsumen sebagai hilirisasi dari produk. Menelaah permasalahan tersebut maka perlu dilakukan kajian mengenai kegiatan penciptaan nilai pada aspek rantai nilai pada pemasaran ayam pedaging. Efisiensi dalam sebuah rantai nilai dapat menggambarkan tingkat keberhasilan rantai nilai. Sistem rantai nilai yang efisien akan mengoptimalkan keuntungan dan pembagian hasil yang adil kepada setiap pelaku dalam rantai nilai (Dewi, 2018). Guna mewujudkan hal tersebut perlu dilakukan penelitian sehingga rantai nilai pemasaran ayam pedaging menjadi efisien dan proporsional serta fluktuasi harga ayam pedaging menjadi terkendali.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini mengkaji terkait rantai nilai pemasaran komoditas ayam pedaging di kota Makassar. Studi ini bermaksud untuk menelaah terkait beberapa hal, yaitu:

1. Bagaimana saluran rantai nilai pada pemasaran ayam pedaging di kota Makassar?
2. Bagaimana distribusi nilai tambah dan keuntungan antar pelaku rantai nilai pada pemasaran ayam pedaging di kota Makassar?
3. Bagaimana karakteristik pasar pada pemasaran ayam pedaging di kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis saluran rantai nilai pada pemasaran ayam pedaging di kota Makassar.
2. Menganalisis distribusi nilai tambah dan keuntungan antar pelaku rantai nilai pada pemasaran ayam pedaging di kota Makassar.
3. Menganalisis karakteristik pasar pada pemasaran ayam pedaging di kota Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis. Selengkapnya dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Secara praktis, dapat memberikan masukan bagaimana mengembangkan usaha pemasaran ayam pedaging. Bagi Instansi terkait, dapat menjadi tambahan masukan dalam melengkapi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pembangunan sektor pertanian dalam memecahkan masalah dan memberikan saran yang bermanfaat bagi instansi, serta memberikan informasi dan gambaran kepada masyarakat maupun peneliti lain sebagai penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memperkaya penelitian, khususnya tentang Analisis Rantai Nilai pada pemasaran Ayam Pedaging melalui pemberdayaan terhadap pelaku rantai nilai pemasaran ayam pedaging di kota Makassar, serta dapat dipergunakan sebagai pembandingan untuk penelitian selanjutnya, baik dalam model, cara analisis maupun hasilnya.