



Produksi dan Pemasaran Kelinci Pedaging : Sebuah Tinjauan Sistematis

Rayhan Ananta, Mahayu Mawar Kalista, Zaqia Yuliana Pratiwi, Wien Kuntari

Mahasiswa Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB University

Alamat : Jl. Kumbang No.14, RT.02/RW.06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128

Korespondensi email : Rayananta@apps.ipb.ac.id

Abstract. *The productivity of meat rabbits in producing meat is higher than beef livestock. Meat rabbits are also an alternative source of animal protein that can be utilized by the Indonesian people. Rabbits have great potential to be developed in Indonesia. The aim of this writing is, among other things, to determine the effective level of productivity for meat rabbits and the sustainability of the rabbit market share which will be well supported by good marketing strategies, actors, marketing channels so that the competitiveness of rabbit meat commodities can be competitive and innovative with competing commodities. This systematic review of identification of national and international articles is divided into 2 clusters with production and marketing. The results of the discussion from this article for effective product quality need to pay attention to seeds, feed, and also cages and for marketing there are several patterns of marketing actors who carry out planning and determining prices and distribution of meat rabbits.*

Keywords : *rabbit, production, marketing*

Abstrak. Produktivitas kelinci pedaging dalam memproduksi daging lebih tinggi dibandingkan ternak daging sapi. Kelinci Pedaging pun merupakan alternatif sumber protein hewani yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia. Kelinci mempunyai potensi besar untuk dikembangkan di Indonesia. Tujuan penulisan ini antara lain yaitu mengetahui tingkat produktifitas yang efektif bagi pelinci pedaging dan keberlangsungan pangsa pasar kelinci yang akan ditunjang dengan baik oleh strategi pemasaran, pelaku, saluran pemasaran yang baik agar daya saing komoditas daging kelinci dapat berkompetitif dan berinovatif dengan komoditas kompetitornya. Tinjauan sistematis mengidentifikasi artikel nasional dan internasional ini dibagi menjadi 2 klusterisasi dengan produksi dan pemasaran. Hasil pembahasan dari tulisan ini untuk kualitas produk yang efektif perlu diperhatikan bibit, pakan, dan juga kandang serta untuk pemasaran ada beberapa pola pelaku pemasaran yang melakukan perencanaan hingga penetapan harga dan distribusi kelinci pedaging.

Kata Kunci : kelinci, produksi, pemasaran

PENDAHULUAN

Kelinci (*Leporidae*) dapat ditemukan di banyak bagian bumi. Ternak kelinci merupakan komoditas peternakan yang dapat menghasilkan daging berkualitas tinggi yang didalamnya terkandung protein hewani yang tinggi. Selain sebagai penunjang kebutuhan gizi, ternak kelinci adalah ternak banyak manfaat. Kelinci merupakan salah satu yang hewan ternak yang berpotensi besar menjadi hewan peliharaan atau hias, maupun penghasil daging dan kulit/rambut (Raharjo *et al.*, 2001). Produktivitas peternakan kelinci wilayah Indonesia akan semakin meningkat di khalayak luas disebabkan memelihara maupun penjagaannya mudah, tidak membutuhkan biaya dan modal besar, pertumbuhan usaha yang cepat, memproduksi produk yang bervariasi, pesaing yang sedikit, memerlukan lahan sedikit serta pemanfaatan limbah pertanian untuk pakan (Priyatna, 2011). Dengan melakukan ternak kelinci dapat memperoleh peluang usaha yang sangat berpotensi, menjadi usaha pokok ataupun sebagai usaha sampingan. Peluang menjadi pemasok daging sebagai bahan baku konsumsi, serta bila

mengusahakan akan mendapatkan keuntungan dengan memperoleh *margin* penghasilan sekitar 20 - 200% (Raharjo, 2010).

Produktivitas kelinci menghasilkan prospek yang bagus saat menangani permasalahan kurangnya pemasok daging menjadi salah satu penghasil protein dalam jangka waktu lama guna menjamin persediaan pangan. Menurut Rukmana, (2005), daging kelinci mempunyai jaringan tekstur yang lebih halus daripada daging sapi, daging domba, maupun daging kambing. Jumlah lemak pada daging kelinci relatif lebih rendah sekitar 6,2%, dibandingkan lemak pada daging sapi yang menyentuh angka sekitar 18,3% dan lemak pada daging domba sekitar 17,5%. Selain itu, pada protein di daging kelinci sekitar 20,7% sedangkan pada daging sapi terdapat 19,3%, dan pada daging domba sejumlah 18,7%. Dari data tersebut dapat diartikan, diperlukan peningkatan didalam pengembangan ternak kelinci pedaging sebagai salah satu barang substitusi pangan yang akan membantu memenuhi permintaan daging bagi dimasyarakat. Kelinci merupakan salah satu ternak pedaging juga mempunyai beberapa kelebihan seperti tingginya daya reproduksi selaras pertumbuhan yang relatif cepat.

Manajemen pemeliharaan dan pola pemasaran yang benar sangat berdampak penghasilan peternak (Hustamin dan Dani, 2007; Raditya, 2006). Pada rantai pemasaran ternak kelinci dapat menggambarkan struktur pemasaran ternak yang dirancang dari bagaimana penjualan ternak, hingga kriteria harga saat waktu penjualan. Manajemen Pemasaran mengatur semua kegiatan pemasaran, karena itu manajemen pemasaran penting untuk perusahaan. Manajemen pemasaran menjadi seni dan ilmu menetapkan pasar sasaran dan menggapainya, mempertahankan, hingga menghadirkan pelanggan yang menciptakan, menghantarkan, serta menyampaikan nilai pelanggan secara garis besar, Menurut Kotler (2011) dalam buku manajemen pemasaran edisi 13. Sedangkan Daryanto (2011), mendefinisikan manajemen pemasaran yaitu menganalisis, merencanakan, hingga mengimplementasikan serta pengendalian yang terstruktur dirancang untuk mencipta, membangun, serta mempertahankan pertukaran yang sangat menguntungkan dengan target konsumen yang mencapai sasaran tujuan. Manajemen Pemasaran merupakan sebuah sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk berencana, menetapkan harga, serta mendistribusikan produk, jasa maupun gagasan yang dapat mengesahkan tujuan pasar sasaran dalam rangka menggapai tujuan bersama, Tjiptono (2011). *Supply Chain Management* merupakan sistem pengembangan kontinuitas di manajemen distribusi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu prioritas dari SCM yaitu untuk mengesahkan keinginan target konsumen, sehingga produk dan spesifikasinya sesuai dengan permintaan konsumen lalu akan didistribusikan ke tangan

konsumen dengan kualitas yang sesuai dan biaya yang relatif rendah di waktu yang tepat (Manthou *et al.*, 2004).

METODE

Penelitian kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian dimana menghasilkan data deskriptif dengan beberapa kata tertulis maupun lisan yang berasal dari sebuah subjek hingga perilaku ataupun tindakan yang diamati (Nugrahani, 2008). Lalu Murdiyanto (2020), mengartikan penelitian kualitatif dengan sebuah tahapan analisis pada kejadian sosial dan permasalahan manusia. Penelitian kualitatif dapat didefinisikan juga menjadi sebuah strategi pemahaman yang mendalam pada suatu kejadian dimana mempertimbangkan beberapa aspek yang berbeda dengan menggunakan pendekatan yang kompleks dan memilah konteks alamiahnya serta melihatnya dalam keseluruhan gambaran yang komprehensif (Sidiq dan Choiri, 2019).

Penulisan ini dirancang dengan menggunakan metode kualitatif yang akan menganalisis suatu kejadian pendekatan deskriptif. Selanjutnya dalam mengumpulkan data nantinya dilakukan dengan menggunakan data sekunder dengan menggunakan literatur jurnal sebanyak 13 jurnal nasional dan 1 jurnal internasional. Pencarian awal dilakukan terhadap semua artikel dokumen di *Google Scholar* dan *database* elektronik untuk periode waktu 2004 hingga 2023. Tim peninjau mengidentifikasi artikel nasional dan internasional. Tema pada subjek berdasarkan pengalaman mereka sebelumnya, tim peninjau mengklasifikasikan tema-tema yang termasuk sebagai berikut: Produksi dan Pemasaran seperti pada tabel 1.

Tabel 1. Klasterisasi Jurnal

Klasterisasi	Artikel Nasional	Artikel Internasional	Total Jurnal
Produksi	13	1	14
Pemasaran	4	-	4

Berdasarkan tabel 1 terdapat 14 jurnal yang membahas mengenai produksi kelinci pedaging, yang terdiri dari 13 jurnal nasional dan 1 jurnal internasional. Selain itu, terdapat 4 jurnal nasional yang membahas mengenai pemasaran kelinci pedaging.

PEMBAHASAN

Peningkatan jumlah penduduk dan taraf hidup di Indonesia menjadikan permintaan akan produk-produk yang dapat memenuhi standar gizi terus meningkat, seperti bahan pangan

protein hewani (Sasongko *et al.*, 2015). Hal tersebut dapat menjadi potensi peluang pasar dari daging kelinci yang mengakibatkan peningkatan produksi kelinci pedaging bagi peternak kelinci pedaging.

Analisis mengenai kelinci pedaging dapat dilihat dari beberapa faktor, seperti strategi pemasaran, manajemen produksi, tingkat harga, *supply chain management*, dan kualitas kelinci pedaging. Dari beberapa faktor tersebut dikerucutkan lagi menjadi 2 faktor utama yaitu produksi dan pemasaran.

PRODUKSI

Proses produksi merupakan sebuah metode yang mana berasal dari beberapa landasan antara lain sumber daya manusia, mesin, bahan baku, dan modal yang ada dikelola agar mendapatkan suatu hasil. Lalu produksi yaitu aktivitas membuat maupun meningkatkan nilai guna pada barang atau jasa (Mulyani dan Herawati, 2016). Proses produksi adalah suatu kegiatan yang paling penting untuk menjalankan produksi pada perusahaan. Dalam Produksi membahas juga mengenai kualitas dari daging kelinci. Tjiptono (2004), mengartikan kualitas sebagai keselarasan untuk diterapkan. Artian ini menunjukkan penyelarasan pada kepuasan pelanggan. Menurut Goetsch dan Davis (2005), kualitas ialah suatu keadaan berubah dimana berkaitan dengan beberapa hal agar dapat memenuhi apa yang diharapkan.

Tabel 2. Klaster Jurnal Produksi

Penulis	Tahun	Ringkasan
T. I. Amalia Ningsih A,c, B. b, & Jakariac	2011	Membahas mengenai kualitas kelinci yang dilihat dari ras kelinci tersebut
B.Brahmantiyo, N. Pratiwi, F. Saputra, Y. C. Raharjo, & L. H. Prasetyo	2018	Membahas tentang pertumbuhan kelinci tropis dan perbandingan kelinci lokal dan kelinci luar negeri
Adi Prijuna Lubis	2017	Membahas tentang penggunaan <i>fuzzy multi criteria decision</i> dalam pembentukan kelinci unggul
Fahrudin	2023	Membahas tentang teknik produksi dengan memperhitungkan jumlah reproduksi menggunakan aspek usia, masa kebuntingan, dan masa menyusui

Achmad Zulfikar Fauzi, Sri Minarti and Nur Cholis	2015	Menjelaskan produksi kelinci menggunakan teknik perhitungan umur, siklus birahi, lama bunting, jumlah anak, dan umur sapih, serta kandungan protein, lemak, dan kolesterol pada daging kelinci
Jessi Desmiarti, Sutriyono, Bieng Brata	2020	Menjelaskan beberapa aspek yang mendukung produktivitas kelinci, seperti manajemen pemeliharaan, manajemen perkandangan, manajemen pemberian pakan, dan manajemen pemberantasan penyakit
Ilham, Novie, dan Yusmi	2022	Membahas mengenai masa produksi kelinci pedaging seperti bobot, umur dan kandungan nutrisi pada kelinci pedaging
Atok Ainur Ridho, Insan Wijaya, Bejo Suroso, Oktarina	2022	Membahas mengenai budidaya kelinci menggunakan sistem kandang <i>ranch</i> semi baterai
Ariani Trisna Murti, Karunia Setyowati Suroto, Hidayati Karamina	2020	Membahas beberapa variabel seperti anakan kelinci, ransum, lingkungan dan kawasan, perkandangan, serta ekonomi dan pemerintah
Ade Saptika Rasmi, Anwar Efendi Harahap dan Hidayati	2020	Membahas tentang perbandingan pertambahan bobot badan kelinci dengan membandingkan pakan yang dibuat
Nur Fikhi Yuliyanto Endang Purbowati dan Retno Adi Winarti	2019	Membahas tentang produktivitas kelinci jenis New Zealand White dimana dengan memberi pakan bentuk pelet dari berbagai sumber nutrisi serat
D. Aritonang, M. A. Harahap, & Y. C. Raharjo	2004	Membahas mengenai penambahan dosis obat kelinci dalam pakan menggunakan kandungan protein-energi rendah yang mampu memberikan pertumbuhan yang setara
Shahida Anusha Siddiqui, Francesca Gerini, Ali Ikram, Farhan Saeed, Xi Feng and Yanping	2023	Membahas mengenai kemampuan kelinci mengubah 20% protein menjadi massa otot

Chen		
M. Sobria, K.G. Wiryawan, P.D.M.H. Kartib, & I.W.T. Wibawanc	2018	Membahas mengenai tingkat perawatan NDF dan ukuran partikel serat yang mempengaruhi konsumsi, penambahan bobot badan, rasio konversi pada pakan, pencernaan bahan kering dan serat, serta status stres

Kualitas kelinci pedaging dapat dilihat dari ras kelinci tersebut, dengan keturunan yang paling baik adalah ras rex kemudian disusul dengan ras satin dan reza (Ningsih dan Jakariac, 2011). Brahmaniyo *et al.* (2018) menunjukkan bahwa kelinci Hyla memiliki kinerja yang produktif dibandingkan dengan Does. Sementara itu menurut Lubis (2017), untuk menentukan jenis kelinci pedaging dapat dilakukan menggunakan metode *fuzzy multi criteria decision making*.

Fahrudin (2023) dan Fauzi *et al.* (2015) menyatakan bahwa untuk dalam proses produksi kelinci pedaging aspek yang perlu diperhatikan adalah usia, siklus birahi, lama bunting, jumlah anak, dan umur sapih. Ilham *et al.* (2022) juga memiliki pendapat yang sama yaitu masa produksi kelinci pedaging dapat dilihat dari bobot kelinci, umur dan kandungan nutrisi pada kelinci pedaging. Hal tersebut didukung oleh Desmiarti *et al.* (2020) yang menjelaskan mengenai beberapa aspek yang mendukung produktivitas kelinci, seperti manajemen pemeliharaan, manajemen perkandangan, manajemen pemberian pakan, dan manajemen pemberantasan penyakit. Budidaya kelinci menggunakan sistem perkandangan yang berbeda yaitu sistem kandang *ranch* semi baterai dapat meningkatkan produktivitas kelinci (Ridho *et al.*, 2022).

Menurut Murti *et al.* (2020) dalam penggemukan kelinci pedaging variabel yang perlu diperhatikan adalah bibit, pakan, dan juga kandang. Rasmi *et al.* (2020) dan Aritonang *et al.* (2004) menyatakan bahwa pakan ransum kelinci dengan perbandingan yang tepat dapat membuat peningkatan bobot badan dimana setara pada kelinci pedaging. Hal tersebut didukung oleh Sobria *et al.* (2018) dimana ukuran partikel serat mampu mempengaruhi konsumsi pakan dan penambahan bobot badan. Kelinci mampu mengubah 20% protein yang mereka konsumsi dalam makanannya menjadi massa otot (Siddiqui *et al.*, 2023).

PEMASARAN

Pemasaran merupakan suatu aktivitas untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan cara proses pertukaran (Sunyoto, 2019). Pemasaran juga dapat diartikan sebagai perencanaan

dalam penetapan harga, proses promosi dan distribusi, serta proses manajerial dalam tercapainya suatu tujuan.

Tabel 3. Klaster Jurnal Pemasaran

Penulis	Tahun	Ringkasan
Ilham, Novie, dan Yusmi	2022	Membahas mengenai saluran pemasaran, <i>margin</i> dan harga kelinci pedaging
Fahrudin	2023	Membahas mengenai harga dan strategi pemasaran kelinci pedaging yang dilakukan menggunakan strategi <i>digital marketing</i>
Jessi, Sutriyono, dan Bieng	2020	Membahas mengenai pelaku dan manajemen pemasaran, tentang sistem pola pemasaran peternakan kelinci pedaging
Ariani Trisna Murti, Karunia Setyowati Suroto, Hidayati Karamina	2020	Pada jurnal tersebut dijelaskan mengenai harga dan nilai usaha ekonomi kelinci pedaging

Berdasarkan simpulan beberapa jurnal strategi pemasaran Ilham *et al.* (2022) menyebutkan untuk pemasaran kelinci menggunakan strategi pemasaran dengan menggunakan *supply chain* yang panjang untuk dapat memasarkan daging kelinci ke luar daerah. Sedangkan menurut Fahrudin (2023), menyatakan bahwa untuk memasarkan kelinci ke luar daerah lebih baik menggunakan strategi *digital marketing* karena mempermudah perluasan konsumen diluar daerah sehingga dapat lebih mengefisiensi dalam penjualan daging kelinci.

Berdasarkan simpulan beberapa artikel mengenai harga kelinci, menurut Ilham *et al.* (2022) dan Fahrudin (2023), menyatakan kisaran harga kelinci sebesar Rp 35.000 hingga Rp 40.000 per kilogram. Sedangkan Menurut Murti *et al.* (2020), harga jual kelinci berdasarkan per ekor dengan rentang harga Rp 150.000 sampai Rp 200.000. Menurut Jessi *et al.* (2020), mengatakan bahwa dalam penjualan kelinci menggunakan sistem pembayaran 70% dimuka dan 30% dibayarkan setelah semua kelinci telah terjual.

Menurut Ilham *et al.* (2022) dan Jessi *et al.* (2020), menyebutkan jika saluran pemasaran kelinci hanya terdapat 1 pola yang terdiri dari 4 pelaku, yaitu peternak kelinci, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Sedangkan menurut Fahrudin (2023) dalam proses pemasaran kelinci terdapat 3 tingkatan saluran pemasaran.

SIMPULAN

Produksi dan pemasaran kelinci merupakan sebuah proses dimana melibatkan berbagai aspek, mulai dari budidaya hingga penjualan. Dalam proses produksi, peternak kelinci pedaging harus memperhatikan faktor-faktor seperti pemilihan bibit yang baik, perawatan kesehatan, manajemen pakan, dan pemilihan jenis kandang yang tepat. Selain itu, aspek genetika juga memainkan peran penting dalam menghasilkan kelinci pedaging dengan kualitas yang diinginkan. Penggunaan teknik perhitungan umur, siklus birahi, lama bunting, jumlah anak, dan umur sapih, juga dapat menjadi faktor dalam peningkatan efisiensi produksi kelinci pedaging. Selain itu, faktor eksternal juga dapat mempengaruhi kualitas daging kelinci, seperti faktor lingkungan dan juga kualitas dari pakan atau ransum kelinci pedaging.

Sementara itu, dalam hal pemasaran, penting bagi peternak untuk mempertimbangkan strategi pemasaran yang efektif. Seperti identifikasi pasar potensial, penentuan harga yang sesuai, promosi, serta distribusi daging kelinci yang tepat. Karena permintaan akan daging kelinci dan produk-produk turunannya meningkat, terdapat peluang bagi peternak untuk memanfaatkan pasar yang berkembang. *Supply chain management* pada kelinci pedaging juga dapat mempengaruhi harga jual kelinci pedaging. Semakin panjang rantai pasok kelinci pedaging akan membuat harga kelinci pedaging semakin mahal karena terdapat margin pemasaran disetiap rantai pasoknya.

Oleh karena itu, dalam produksi dan pemasaran kelinci pedaging membutuhkan perencanaan yang matang, manajemen pemeliharaan yang baik, dan pemahaman yang baik tentang pasar. Dengan pendekatan dan strategi yang tepat, peternak dapat mengoptimalkan potensi bisnis kelinci pedaging.

REFERENSI

- Brahmantiyo, B., Pratiwi, N., Saputra, F., Raharjo, Y. C., & Prasetyo, L. H. (2021). Growth Performance of Male Line of Superior Tropical Rabbit. *Tropical Animal Science Journal*, 44(3), 273–279. <https://doi.org/10.5398/tasj.2021.44.3.273>
- De Leon, C., & Balaria, F. (2023). Marketing Practices in the Rabbit Meat Industry: Basis for a Marketing Plan. *The QUEST: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 1(2), 12–20. <https://doi.org/10.60008/thequest.v1i2.36>
- Desmiarti, J., Sutriyono, S., & Brata, B. (2020). Manajemen Pemeliharaan dan Pola Pemasaran Kelinci di Kecamatan Kabawetan Kabupaten Kepahiang. *Buletin Peternakan Tropis*, 1(1), 16–24. <https://doi.org/10.31186/bpt.1.1.16-24>
- Fahrudin, F. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran Kelinci Melalui Media Sosial Guna Meningkatkan Ekonomi Keluarga. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(1), 23–28.

<https://doi.org/10.59435/gjmi.v1i1.5>

- Firmansyah, I., Amalianingsih, T. I., Brahmantiyo, B., & Jakaria. (2014). The variability of growth hormone gene associated with ultrasound imaging of longissimus dorsi muscle and perirenal fat in rabbits. *Media Peternakan*, 37(1), 1–7. <https://doi.org/10.5398/medpet.2014.37.1.1>
- Harahap, A. E. H., Rasmi, A. S., & Hidayati, H. (2020). Penampilan Produksi Kelinci Fase Pertumbuhan Menggunakan Wafer Ransum Komplit Berbahan Tepung Inti Biji Karet. *Jurnal Sains Peternakan*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.21067/jsp.v8i01.4447>
- I Firmansyah, Kardaya, D., & E.Dihansih. (2015). *Tepung Daun Sirsak Dan Zeolit Physical Quality of Local Rabbit Meat Fed Additional Soursoup Leaf Meal and Zeolite*. 1(April), 9–15.
- Ridho, A. A., Wijaya, I., & Suroso, B. (2022). *Budidaya Kelinci Sistem Kandang Ranch semi Baterai serta Pemanfaatan Limbah Kelinci pada Pertanian di Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember*. 108–113.
- Sobri, M., Wiryawan, K. G., Karti, P. D. M. H., & Wibawan, I. W. T. (2019). The interaction of NDF level and fiber particle size on productivity and fiber digestion in rabbit during the fattening period. *Tropical Animal Science Journal*, 42(2), 137–144. <https://doi.org/10.5398/tasj.2019.42.2.137>
- Wardoni, I., Setianto, N. A., & ... (2022). Analisis Saluran Pemasaran Kelinci Pedaging Di Banyumas. *Prosiding Seminar ...*, 6, 14–15. <http://jnp.fapet.unsoed.ac.id/index.php/psv/article/view/1715%0Ahttp://jnp.fapet.unsoed.ac.id/index.php/psv/article/download/1715/746>
- Yuliyanto, N. F., Purbowati, E., & Winarti, R. A. (2019). Productivity of New Zealand White Rabbits With Different Feeding of Fiber Source. *Bulletin of Applied Animal Research*, 1(2), 30–34. <https://doi.org/10.36423/baar.v1i2.270>