

## ABSTRAK

**Hazri Fadillah Harahap. NIM 7123210020 “Analisis Margin Pemasaran Ayam Pedaging Broiler (Studi Kasus Pada Peternak Ayam Kecamatan Tanjung Morawa Provinsi Sumatera Utara)”.**

Kecamatan Tanjung Morawa merupakan salah satu daerah di Sumatera Utara yang banyak membudidayakan ayam pedaging broiler. Saluran Pemasaran komoditas Ayam memiliki keterkaitan yang cukup erat dengan tingkat pendapatan Peternak. Adanya disparitas harga ayam pedaging sangat tinggi di Kecamatan Tanjung Morawa menyebabkan kesejahteraan peternak menurun. Dalam upaya mengetahui kondisi disparitas harga ayam pedaging di Kecamatan Tanjung Morawa, maka diperlukan studi mengenai Analisis Margin Pemasaran. Secara rinci penelitian ini bertujuan untuk : (1) menggambarkan pola saluran pemasaran komoditas ayam pedaging mulai dari peternak sampai ke konsumen akhir di Kecamatan Tanjung Morawa. (2) menganalisis Seberapa besar margin yang diterima setiap pelaku pemasaran dalam saluran pemasaran komoditas ayam pedaging di Kecamatan Tanjung Morawa. Sampel dalam penelitian ini yaitu 48 orang peternak dan 24 orang pelaku pemasaran yang terdiri dari 8 pedagang pengumpul, 5 pedagang besar dan 11 pedagang pengecer. Melalui teknik Simple Random Sampling dan Total Sampling. Data dianalisis secara deskriptif terhadap pola saluran dan margin pemasaran ayam broiler.

Saluran pemasaran ayam pedaging broiler di daerah penelitian memiliki 3 jenis saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran I : peternak → pedagang besar → konsumen, saluran pemasaran II : peternak → pedagang pengumpul → pedagang besar → konsumen, dan saluran pemasaran III : peternak → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data maka diperoleh, Saluran pemasaran I memiliki total biaya pemasaran Rp3.970 per kg, margin keuntungan Rp13.190 per kg, dan memiliki margin pemasaran sebesar Rp17.160. Saluran pemasaran II memiliki total biaya pemasaran Rp4.436 per kg, margin keuntungan sebesar Rp 14.635 per kg, dan margin pemasaran sebesar Rp 18.975 per kg,. Saluran pemasaran III memiliki total biaya pemasaran Rp3.778 per kg, total margin keuntungan Rp10.427 per kg, dan margin pemasaran sebesar Rp14.205 per kg. Saluran pemasaran I memiliki tingkat efisiensi sebesar 11,02% dengan *farmer's share* sebesar 52,33%, saluran pemasaran II memiliki tingkat efisiensi sebesar 12,07% dengan *farmer's share* sebesar 47,74%, dan saluran pemasaran III memiliki tingkat efisiensi sebesar 12,04% dengan *farmer's share* sebesar 54,79%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dinyatakan bahwa ketiga saluran pemasaran sudah efisien dengan nilai kurang dari 50%. Saluran pemasaran I dan III sudah memiliki tingkat keuntungan yang adil dengan nilai *farmer's share* lebih dari atau sama dengan 50%, dan saluran pemasaran II belum memiliki tingkat keuntungan yang adil dengan nilai *farmer's share* kurang dari 50%.

**Kata kunci : Saluran pemasaran, Margin Pemasaran**

## **ABSTRACT**

**Hazri Fadillah Harahap. NIM 7123210005 " The Analysis of Broiler Broiler Marketing Margin (A Case Study In Chicken Farmers Sub-District Tanjung Morawa Province of North Sumatra ".**

Sub-district of Tanjung Morawa is one of the areas in North Sumatra that grow broiler broiler. Channel Marketing Channel channels have a fairly close relationship with the income level of breeders. The existence of broiler price disparity is very high in Tanjung Morawa sub-district causing the welfare of the farmers to decline. In an effort to know the condition of broiler price disparity in Tanjung Morawa Subdistrict, it is necessary study about Marketing Margin Analysis. In detail this study aims to: (1) describe the pattern of marketing channels of broiler commodities ranging from breeders to end consumers in Tanjung Morawa District. (2) to analyze how much margin each marketing agent receives in marketing channel of broiler commodity in Tanjung Morawa sub-district. The sample in this research are 48 farmers and 24 marketing actors consisting of 8 collecting merchants, 5 wholesalers and 11 retailers. Through Simple Random Sampling and Total Sampling technique. Data were analyzed descriptively on channel pattern and marketing margin of broiler chicken.

Broiler broiler marketing channels in the area of research have 3 types of marketing channels, namely marketing channel I: peteternak → large traders → consumers, marketing channels II: farmers → collectors traders → large traders → consumers, and marketing channels III: farmers → collectors → merchants retailer → consumer. Based on the results of research and data analysis results obtained, Marketing channel I has total marketing costs Rp3.970 per kg, profit margin Rp13.190 per kg, and has a marketing margin of Rp17.160. Marketing channel II has a total marketing cost of Rp4,436 per kg, profit margin of Rp 14,635 per kg, and marketing margin of Rp 18,975 per kg. Marketing channel III has total marketing cost of Rp3,778 per kg, total profit margin of Rp10,427 per kg, and marketing margin of Rp14,205 per kg. The marketing channel I has an efficiency rate of 11.02% with farmer's share of 52.33%, marketing channel II has an efficiency rate of 12.07% with farmer's share of 47.74%, and marketing channel III has an efficiency rate of 12, 04% with farmer's share of 54.79%. Based on these results, it can be stated that the three marketing channels are efficient with less than 50% value. Marketing channels I and III already have a fair profit rate with a farmer's share of more than or equal to 50%, and marketing channel II does not have a fair profit rate with a farmer's share of less than 50%.

**Keywords: Marketing Channel , Marketing Margins**