

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN TERNAK KAMBING DI PASAR HEWAN DESA ADI JAYA KECAMATAN TERBANGGI BESAR KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

Oleh:

Ferdi Wahyu Saputra
NPM 17743014

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, margin pemasaran biaya pemasaran, dan tingkat efisiensi pemasaran ternak kambing di pasar hewan Desa Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah. Penelitian dilakukan di pasar hewan Desa Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar pada bulan November 2021. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung dan wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada responden dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses kegiatan pemasaran ternak kambing yang berlangsung di pasar hewan Desa Adi Jaya Kabupaten Lampung Tengah. Penentuan responden dengan metode *snowball sampling* yang memiliki 30 responden terdiri dari 17 peternak/produsen dan 13 pedagang pengumpul. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung seperti pengembangan harga, pertumbuhan ekonomi, jumlah ternak dan jenis ternak. Parameter yang diteliti adalah lembaga, saluran dan fungsi pemasaran, margin pemasaran *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya. Hasil penelitian ini menunjukkan dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu peternak dan pedagang pengumpul. Saluran pemasaran terdapat dua yaitu saluran pertama : peternak – konsumen dan saluran kedua : peternak – pedagang pengumpul – konsumen. Fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Melalui saluran pemasaran I di dapat margin pemasaran (Rp.20.823), dan saluran II adalah (Rp. 188.916). *Farmer's share* pada saluran I adalah (99,01%) dan saluran II adalah (91,12%). Rasio keuntungan terhadap biaya pada saluran I adalah (100,12%) dan saluran II adalah (8,29%). Nilai efisiensi saluran I yaitu sebesar 0,98%, dan pada saluran II nilai efisiensi 0,95%. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu pemasaran ternak kambing di pasar hewan Desa Adi Jaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah di nyatakan sudah efisien.

Kata kunci : efisiensi , pasar hewan, kambing

MARKETING CHANNEL EFFICIENCY OF GOATS IN ANIMAL MARKET IN ADI JAYA VILLAGE TERBANGGI BESAR DISTRICT CENTRAL LAMPUNG REGENCY

By:

**Ferdi Wahyu Saputra
NPM 17743014**

ABSTRACT

This research aims to analyze marketing agencies, marketing channels, marketing function, marketing margins, marketing costs and the level of marketing efficiency of goat livestock in the animal market of Adi Jaya village, Terbanggi Besar district, Central Lampung regency. The research was conducted at the animal market in Adi Jaya village, Terbanggi Besar district in November 2021. This research used primary data obtained by direct observation and interviews using a questionnaire to respondent and marketing agencies involved in the process of goat livestock marketing activities which took place at the animal market in Adi Jaya village, Central Lampung regency. Determination of respondents by snowball sampling method which has 30 respondents consisting of 17 breeders/producers and 13 collectors. Secondary data was obtained from the Central Bureau of Statistics of Lampung Province such as price development, economic growth, number of livestock and types of livestock. The parameters studied were institutions, marketing channels and functions, marketing margins, farmer's share and profit to cost ratio. The result of this research indicate that two marketing institutions are involved namely breeders and collectors. There are two marketing channels, namely the first channel: breeders-consumers and the second channel: breeders-collectors-consumers. The marketing functions carried out by marketing agencies are exchange functions, physical functions and facility functions. Through marketing channel I, marketing margin (Rp. 20.823) is obtained and channel II is (Rp. 188.916). Farmer's share in channel I is (99.01%) and channel II is (91.12%). The profit to cost ratio in the first channel is (100.12%) and the second channel is (8.29%). The efficiency value for channel I is 0.98% and for channel II the efficiency value is 0.95%. the conclusion from this research is that the marketing of goat livestock at the animal market in Adi Jaya village, Terbanggi Besar district, Central Lampung regency is stated to be efficient.

Keywords : efficiency, animal market, goat