

# ANALISIS TATANIAGA PEMASARAN AYAM BROILER POLA MANDIRI DI CV SUMBER MULIA BERKAH ABADI

Oleh

Wihelmina Panjaitan

## ABSTRAK

Peningkatan jumlah penduduk dapat meningkatkan permintaan masyarakat terutama di bidang pangan. Salah satu sumber pangan adalah ayam broiler sebagai penghasil daging. Tataniaga pemasaran tidak dapat dipisahkan dalam pendistribusian ayam broiler sehingga dalam hal ini dibutuhkan strategi pemasaran yang baik agar efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tataniaga pemasaran ayam broiler pola mandiri di CV Sumber Mulia Berkah Abadi dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni 2023. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan analisis data deskriptif untuk mengidentifikasi saluran tataniaga pemasaran dan kuantitatif untuk menganalisis *margin* pemasaran, *farmer share* serta efisiensi pemasaran. Pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan *snowball sampling*. Hasil penelitian ini empat saluran tataniaga yang terbentuk yaitu saluran pemasaran tingkat II, III, IV dan V. *Margin* pemasaran yang diperoleh saluran II Rp2.000/kg, saluran III Rp5.000/kg, saluran IV Rp7.000/kg dan saluran V Rp6.500/kg. *Farmer share* yang diperoleh saluran II 92%, Saluran III 82,14%, saluran IV 76,67% dan saluran V 77,97%. Tingkat efisiensi keempat saluran tataniaga pemasaran ayam broiler pola mandiri di CV Sumber Mulia Berkah Abadi adalah saluran II 9,13%, saluran III 10,79%, saluran IV 13,02% dan saluran V 12,43%. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa tataniaga pemasaran ayam broiler pola mandiri di CV Sumber Mulia berkah Abadi masih efisien.

**Kata Kunci** : Broiler, Tataniaga.

# **ANALYSIS OF THE MARKETING SYSTEM FOR MARKETING BROILER CHICKEN INDEPENDENT PATTERNS AT CV SUMBER MULIA BERKAH ABADI**

**By**

**Wihelmina Panjaitan**

## **ABSTRACT**

An increase in population can increase public demand, especially in the food sector. One food source is broiler chickens as a meat producer. The marketing system cannot be separated in the distribution of broiler chickens, so in this case a good marketing strategy is needed to be efficient. The aim of this research is to analyze the marketing system for independent pattern broiler chickens at CV Sumber Mulia Berkah Abadi in May - June 2023. This research was conducted using a survey method with descriptive data analysis to identify marketing sales channels and quantitatively to analyze marketing margins, farmer share as well as marketing efficiency. Sampling was taken using snowball sampling. As a result of this research, four sales channels were formed, channel II, III, IV and V marketing channels. The marketing margin obtained by channel II was IDR 2,000/kg, channel III was IDR 5,000/kg, channel IV was IDR 7,000/kg and channel V IDR 6,500/kg. The farmer share obtained by channel II was 92%, channel III 82.14%, channel IV 76.67% and channel V 77.97%. The efficiency level of the four marketing channels for marketing independent broiler chickens at CV Sumber Mulia Berkah Abadi is channel II 9.13%, channel III 10.79%, channel IV 13.02% and channel V 12.43%. The research results prove that the marketing system for marketing independent broiler chickens at CV Sumber Mulia Berkah Abadi is still efficient.

**Keywords** : Broiler, Marketing commerce